

Strategi Sosialisasi Politik di DPD PDIP Provinsi Kalimantan Tengah dalam Pemilu 2024 dan Pilkada 2029

Ali Sunarno¹, Andes Cintia Ningrum², Ameiliani³, Rida Marsela⁴, Romatua Sitanggang⁵, Septia⁶

¹ Program Studi, Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan
Universitas Palangka Raya

Email cintianingrumandes@gmail.com

Alamat: Jl. Yos Sudarso, Palangka, Kec. Jekan Raya, Kota Palangka Raya,
Kalimantan Tengah 74874

Korespondensi penulis: cintianingrumandes@gmail.com

Abstract. *The political socialization strategy of PDIP's Regional Leadership Council in Central Kalimantan for the 2024 Election and 2029 Regional Election was examined through qualitative methods, including in-depth interviews with key party figures. Findings highlight three core strategies: grassroots cadre and sympathizer mobilization, digital media utilization for political communication, and involvement of local leaders and communities. Social media platforms like Instagram and WhatsApp effectively targeted urban youth, while face-to-face community engagement dominated rural areas. The party emphasized message consistency through structured coordination and ongoing political education. These strategies reflect PDIP's adaptability to socio-cultural and technological contexts, fostering emotional bonds with constituents.*

Keywords: *political strategy, PDIP, social media, community engagement, Central Kalimantan*

Abstrak. Strategi sosialisasi politik DPD PDIP Provinsi Kalimantan Tengah menghadapi Pemilu 2024 dan Pilkada 2029 dikaji melalui pendekatan kualitatif dengan wawancara mendalam terhadap tokoh kunci partai. Temuan penelitian mengungkap tiga strategi utama: penguatan basis kader dan simpatisan di tingkat akar rumput, pemanfaatan media sosial sebagai alat komunikasi politik, serta pelibatan tokoh adat dan masyarakat lokal. Media sosial seperti Instagram dan WhatsApp efektif menjangkau generasi muda di perkotaan, sementara pendekatan tatap muka berbasis komunitas lebih dominan di pedesaan. Partai juga menekankan konsistensi pesan politik melalui koordinasi terstruktur dan pendidikan politik berkelanjutan. Strategi ini menunjukkan adaptasi PDIP terhadap konteks sosio-kultural dan teknologi, memperkuat kedekatan emosional dengan konstituen.

Kata Kunci: strategi politik, PDIP, media sosial, komunikasi tatap muka, Kalimantan Tengah.

LATAR BELAKANG

Sosialisasi politik merupakan sarana penting bagi partai politik dalam memperkenalkan nilai, visi, dan program kerja kepada masyarakat secara luas. Melalui proses ini, partai dapat membangun kesadaran politik masyarakat serta memperkuat legitimasi mereka dalam sistem demokrasi. Dalam menghadapi Pemilu 2024 dan persiapan Pilkada 2029, DPD Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP) Provinsi Kalimantan Tengah menerapkan strategi sosialisasi politik yang bersifat partisipatif, adaptif, dan berbasis nilai lokal. Strategi ini mencakup penguatan jaringan kader di akar rumput, pemanfaatan media sosial, serta pelibatan tokoh masyarakat dan adat untuk mendekatkan partai dengan pemilih. Seiring perkembangan teknologi, media sosial telah menjadi alat utama dalam sosialisasi politik modern. Hal ini sejalan dengan temuan Nur Alim Djalil (2024), yang menyatakan bahwa media sosial dapat menjembatani komunikasi politik antara partai dan masyarakat secara cepat dan efisien, serta meningkatkan daya jangkau informasi politik kepada generasi muda. Oleh karena itu, strategi sosialisasi politik yang dijalankan PDIP di Kalimantan Tengah menjadi relevan sebagai bentuk adaptasi terhadap konteks geografis dan demografis daerah, sekaligus sebagai upaya membangun keterlibatan politik masyarakat yang lebih luas.

PDIP sebagai salah satu partai politik yang memiliki akar kuat dalam ideologi nasionalisme dan perjuangan kerakyatan. Dalam menghadapi dinamika politik menjelang Pemilu 2024 dan Pilkada 2029, PDIP Kalimantan Tengah menerapkan strategi sosialisasi politik yang terarah dan berlapis. Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Moses Agus Porwkni, strategi ini mencakup penguatan basis kader dan simpatisan di tingkat akar rumput, pemanfaatan media sosial sebagai alat komunikasi politik modern, serta pelibatan tokoh adat dan masyarakat lokal sebagai penghubung kultural antara partai dan pemilih. Pendekatan ini tidak hanya memperkuat citra PDIP sebagai partai yang adaptif, tetapi juga mencerminkan komitmen partai untuk membangun kedekatan emosional dengan masyarakat melalui cara-cara yang sesuai dengan karakter sosial dan budaya lokal. Hal ini menunjukkan bahwa PDIP Kalimantan Tengah tidak sekadar melakukan kampanye, melainkan mendorong pendidikan politik

yang berkelanjutan agar masyarakat lebih kritis dan aktif dalam kehidupan demokrasi. Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP) sebagai partai politik besar di Indonesia memiliki struktur yang solid hingga tingkat daerah. Dewan Pimpinan Daerah (DPD) PDIP Provinsi Kalimantan Tengah memiliki peran strategis dalam mengoordinasikan dan melaksanakan sosialisasi politik kepada masyarakat, terutama menjelang Pemilu 2024 dan menuju Pilkada 2029.

Pemilu 2024 menjadi momentum penting bagi PDIP dalam mengonsolidasikan kekuatan politiknya di Kalimantan Tengah. Selain untuk memenangkan kursi legislatif dan eksekutif, strategi yang diterapkan juga menjadi pijakan awal dalam mempersiapkan Pilkada 2029. Oleh karena itu, penting untuk mengkaji strategi sosialisasi yang digunakan, efektivitasnya, serta tantangan yang dihadapi oleh DPD PDIP Kalimantan Tengah dalam konteks tersebut. Kajian ini akan memberikan gambaran komprehensif tentang bagaimana strategi komunikasi politik dijalankan secara lokal, serta bagaimana partai menyesuaikan diri dengan dinamika sosial dan teknologi untuk mencapai tujuannya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk memahami strategi sosialisasi dan komunikasi politik yang dilakukan oleh Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP). Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan salah satu Kepala BSPND PDIP yang menjadi informan kunci. Wawancara dilakukan secara langsung dengan panduan pertanyaan terbuka untuk menggali informasi secara menyeluruh. Data yang diperoleh kemudian dianalisis melalui proses reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan, dengan tujuan memperoleh pemahaman yang utuh terhadap praktik komunikasi politik PDIP dalam konteks sosial dan teknologi masa kini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi Sosialisasi Politik di DPD PDIP Kalimantan Tengah

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Moses Agus Porwkni, terdapat tiga strategi utama yang digunakan oleh DPD PDI Perjuangan dalam menyosialisasikan partai di wilayah perkotaan dan pedesaan. Strategi pertama adalah pemanfaatan media sosial dan teknologi digital. Di wilayah perkotaan, pendekatan ini sangat relevan mengingat tingginya penggunaan media sosial dan akses masyarakat terhadap internet. Informasi mengenai program partai, kampanye, serta pencapaian disebarluaskan melalui platform seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp. Baliho, iklan digital, dan video kampanye juga menjadi bagian dari strategi visual yang memperkuat eksistensi partai di tengah masyarakat kota yang dinamis dan cepat dalam menyerap informasi.

Strategi kedua adalah komunikasi tatap muka berbasis komunitas. Di daerah pedesaan, strategi ini jauh lebih efektif karena masyarakat lebih mengutamakan interaksi langsung dan hubungan sosial. Kegiatan seperti kunjungan rumah, pertemuan warga, pengajian, serta dialog informal bersama tokoh masyarakat menjadi saluran utama dalam menyampaikan pesan politik. Pendekatan ini tidak hanya meningkatkan kedekatan emosional antara kader partai dan masyarakat, tetapi juga membangun kepercayaan jangka panjang. Bapak Moses menjelaskan bahwa tim di lapangan ditugaskan untuk hadir secara langsung dan aktif dalam kehidupan sosial warga, terutama menjelang masa kampanye.

Strategi ketiga yang diutamakan adalah penekanan pada program kerja, visi, dan misi partai. Dalam setiap kegiatan sosialisasi, DPD PDI Perjuangan berupaya untuk menyampaikan gagasan yang konkret mengenai pembangunan, kesejahteraan, dan solusi atas persoalan masyarakat setempat. Di perkotaan, penyampaian visi-misi ini dikemas dalam diskusi publik, kuliah umum, dan forum komunitas. Sementara di pedesaan, pendekatannya dilakukan dengan menjelaskan langsung program-program unggulan secara sederhana dan kontekstual sesuai dengan kebutuhan masyarakat lokal. Hal ini dinilai penting agar masyarakat tidak hanya mengenal figur politik, tetapi juga memahami tujuan dan arah kebijakan partai secara substansial.

Pemanfaatan Media Sosial dan Teknologi Digital

Dalam era digital yang serba cepat, persaingan untuk menarik perhatian publik semakin ketat. Hal ini mendorong para pelaku politik, termasuk PDIP di Kalimantan Tengah, untuk berinovasi dalam konten dan menggunakan pendekatan kreatif dalam penyampaian pesan politik. Strategi yang dianggap paling berhasil oleh PDIP Kalimantan Tengah adalah melalui platform seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp. Baliho, iklan digital, dan video konten visual yang menarik, terutama melalui video pendek. Pendekatan ini terbukti efektif dalam menjangkau generasi muda terutama di bagian perkotaan, karena video yang kreatif dan menghibur dapat menyampaikan pesan politik dengan cara yang mudah dipahami dan diingat.

PDIP memanfaatkan konten visual yang menarik, seperti video pendek di platform Instagram Reels, untuk menyampaikan pesan politik, program partai, dan kegiatan partai. Video-video ini dikemas dengan gaya kreatif dan menarik, diiringi musik populer dan tren viral, sehingga mudah diakses dan dipahami oleh generasi muda. Media sosial juga membuka ruang interaksi antara kader dan pemilih. Pemilih dapat menyampaikan masukan secara langsung melalui komentar atau pesan pribadi. Ini mendukung temuan (Nugroho, 2020), yang menyatakan bahwa media sosial memungkinkan komunikasi dua arah yang demokratis dan cepat. Di wilayah dengan kendala geografis seperti Kalimantan Tengah, digitalisasi komunikasi politik menjadi solusi efektif untuk menyebarluaskan informasi tanpa batasan fisik

Namun pendekatan ini juga mengungkapkan adanya disparitas antara pemilih muda di perkotaan yang lebih aktif di media sosial dibandingkan dengan masyarakat pedesaan yang memiliki keterbatasan akses digital. Oleh karena itu strategi sosialisasi melalui media sosial tidak dapat berdiri sendiri.

Komunikasi Tatap Muka Berbasis komunitas

Strategi komunikasi politik perlu adanya suatu konsensus yang dibangun. Konsensus atau kesepakatan dapat dicapai setelah terjadinya perbedaan pandangan atau konflik. Untuk membangun konsensus atau kesepakatan, seorang politikus, aktivis atau profesional perlu memiliki kemampuan atau seni dalam berkompromi dan membuka diri, (Aulia Tazkiya, Mico Aldiansyah, Gina

Sonia, Hendri Sopian Saparingga, 2021) berpendapat bahwa dalam proses perundingan beberapa orang yang berguna untuk mencapai kesepakatan sesuai dengan tujuan dapat dikatakan sebagai makna dari negosiasi.

Menciptakan kebersamaan dapat dilakukan dengan cara mengenal, antara politikus dengan khalayak serta menyusun pesan yang homifili. Homifili atau empati merupakan bagianketerkaitan dalam membangun dan merawat ketokohan seorang politikus, aktivis, profesional sebagai komunikator. Unsur-unsur yang perlu diperhatikan antara lain memahami khalayak, menyusun pesan persuasif, menetapkan metode serta memilih media. Gioiadan Chittipeddi berpandangan bahwa hubungan antara partai politik atau kandidat dengan masyarakat merupakan hubungan literasi, dimana kedua belah pihak terlibat membangun pemahaman bersama, sebab partai politik atau kandidat dan masyarakat mempunyai kerangka berfikir berbeda (Mohamad Ikrom Arasid, Yusa Djuyandi, R Widya Sumadinata, 2022)

Menurut (Moses Agus Porwkni, 2025) Kepala BSPND PDIP Kalimantan Tengah Pendekatan ini di anggap lebih efektif dalam melakukan sosialisasi dalam menjangkau masyarakat terutama di wilayah-wilayah pinggiran dan komunitas adat. Pendekatan ini dilakukan melalui kegiatan seperti dialog warga, perayaan natal, kegiatan sosial, serta kunjungan langsung ke rumah-rumah warga. Dimana dengan melakukan sosialisasi dengan tatap muka langsung dapat membangun hubungan emosional yang lebih baik, tatap muka juga memberikan ruang dialog dua arah, dimana masyarakat tidak hanya menjadi penerima informasi tetapi juga dapat menyampaikan apresiasi secara langsung.

Pendekatan Push Political dan Pull Political

Dalam strategi sosialisasi politik PDIP di Pedesaan menjadikan pendekatan push political, kampanye politik melalui tatap muka langsung kepada calon pemilih. Push strategy ini yakni mengkomunikasikan isi pesan edukatif dan mencerahkan. Dengan melakukan kunjungan-kunjungan dalam rangka mensosialisasi isu-isu yang penting bagi para pemilih. Dalam hal ini produk politik berupa menjual ketokohan kandidat dan tokoh kharismatik lainnya. Pesan politik bisa langsung disampaikan kepada pemilih agar dapat di pahami dengan mudah.

Pendekatan Push Political sebagai strategi utama dalam menjangkau pemilih terutama di pedesaan untuk membangun kedekatan emosional dan kepercayaan public terutama di pedesaan. Pendekatan ini tidak hanya meningkatkan kedekatan emosional antara kader partai dan masyarakat, tetapi juga membangun kepercayaan jangka Panjang.

Dalam strategi sosialisasi politik PDIP di Kalimantan Tengah Menjadikan pendekatan Pull political adalah strategi kampanye politik partai politik dengan menggunakan media massa. Strategi kampanye ini secara target mendapat jumlah pemilih sangat tepat karena Sebagian besar pemilih menggunakan Instagram, Facebook, dan WhatsApp. Baliho, iklan digital, dan video. Maknanya kandidat atau partai dapat menggunakan strategi ini dalam menyampaikan pesan politik maupun pencitraan politik kandidat bisa efektif. Strategi ini menyampaikan pesan melalui media massa baik elektronik, cetak, mobile, maupun internet. Strategi ini membutuhkan banyak biaya sehingga hanya memungkinkan dilakukan oleh partai maupun kandidat yang punya banyak dana. Kandidat mesti memiliki sumber pendanaan yang besar untuk merealisasikan tujuan pemasaran politik. Pendekatan Pull Political Pull Strategy, yaitu menggunakan media baik media massa ataupun media online, dimana pemilihan media dalam kampanye politik partai membutuhkan usaha-usaha atas media sebagaimana sistem komunikasi politik yang menjadi andalan suatu negara (Ady Muzwardi, Nugraha Kamarullah, Bunga Crysanda Putri, 2024). Media massa dijadikan para politisi partai untuk mendapatkan pengaruh sebagai alat politik untuk mencapai kekuasaan. Kegiatan yang dilakukan adalah dengan dengan mengkampanyekan paslon pilpres di media massa (Rahman Tahir, Heri Kusmanto, Muryanto Amin, 2020).

Upaya menjaga konsistensi pesan politik di berbagai media selama proses sosialisasi

Setiap platform media sosial memiliki peran dan fungsi yang berbeda, yang memungkinkan humas untuk menyampaikan informasi dengan lebih efektif, menarik, dan sesuai dengan kebutuhan audiens. Penggunaan media sosial yang tepat dapat membantu humas menyediakan informasi secara lebih efektif,

menjangkau audiens yang lebih luas, dan meminimalkan biaya (Dwi Sukma Donoriyanto, Rus Indiyanto, Naniek Ratni Juliardi AR, Yuliatin Ali Syamsiah, 2023). Konten, yang dapat berupa teks, gambar, audio, atau video, memainkan peran penting dalam menyampaikan informasi. Konten merupakan inti dari informasi digital dan mencakup berbagai format seperti teks, gambar, grafis, video, suara, dokumen, laporan, dan sebagainya. Dengan kata lain, konten mencakup semua hal yang dapat dikelola dalam format elektronik dengan menggunakan media publikasi (Ulfah Siti Khoeroni, Zikri Fachrul Nurhadi, 2024).

Media publikasi, khususnya di era digital sangat beragam dan mencakup berbagai platform seperti website, media sosial, dan lain sebagainya. Media sosial menjadi alat yang sangat efektif untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan meningkatkan interaksi. Platform seperti Facebook, Instagram, TikTok, dan lain sebagainya memungkinkan lembaga pendidikan untuk berkomunikasi langsung dengan siswa, orang tua, dan khalayak yang dapat memperkuat citra melalui konten yang relevan dan menarik (Yanezra Lieyani, Liza Natalia, Bradley Setiyadi, 2025). Selain itu, penggunaan video di platform seperti Instagram, Facebook dan TikTok telah menunjukkan peningkatan signifikan dalam keterlibatan audiens. Video tidak hanya menarik secara visual tetapi juga dapat menyampaikan informasi yang kompleks dengan cara yang lebih mudah dipahami. Video memiliki tingkat retensi informasi yang lebih tinggi dibandingkan teks atau gambar saja, menjadikannya alat penting dalam strategi publikasi digital (Monalisa, 2024)

Salah satu cara menjaga konsistensi pesan politik adalah dengan merancang strategi komunikasi yang terencana sejak awal. Strategi ini mencakup penetapan tema utama kampanye, narasi inti, dan elemen visual yang akan digunakan. Dengan adanya strategi yang jelas, setiap media yang digunakan dalam sosialisasi politik akan memiliki acuan yang sama sehingga pesan yang disampaikan tetap konsisten dan tidak menimbulkan kebingungan di kalangan masyarakat.

Pelatihan dan koordinasi tim komunikasi juga menjadi langkah penting dalam menjaga konsistensi pesan politik. Setiap anggota tim harus memahami

visi, misi, dan nilai-nilai yang ingin disampaikan dalam kampanye politik. Ini termasuk memahami bagaimana menyesuaikan pesan untuk berbagai jenis platform tanpa mengubah inti pesan. Dengan demikian, meskipun ada penyesuaian dalam penyampaian, pesan utamanya tetap utuh. Sebagai respons terhadap kondisi tersebut, DPD PDIP di Kalimantan tengah mengupayakan konsistensi dijaga melalui struktur partai, ada konsolidasi dari pusat hingga daerah, pelaporan kegiatan anggota dewan, serta instruksi langsung dari pimpinan partai. Hal ini digunakan agar dapat memastikan pesan partai tidak berubah atau simpang siur.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa strategi sosialisasi politik yang diterapkan oleh DPD PDIP Kalimantan Tengah merupakan bentuk adaptasi terhadap dinamika sosial, kultur, dan teknologi informasi yang berkembang di masyarakat. Strategi ini tidak bersifat generic, melainkan dirancang secara kontekstual melalui kombinasi pemanfaatan media sosial dan teknologi, komunikasi tatap muka berbasis komunitas, pendekatan push political dan pull political, Upaya menjaga konsistensi pesan politik di berbagai media selama proses sosialisasi, Pesan PDIP untuk generasi muda & mahasiswa terkait peran politik. Keberhasilan sosialisasi politik partai ini terletak pada kemampuan membangun kedekatan emosional dan representasi yang autentik dengan konstistensi, khususnya generasi muda dan kalangan masyarakat.

DAFTAR REFERENSI

- Amelia, S. S. (2024). Strategi Komunikasi Pemasaran Sebagai Media Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan Pada PT Tunas Jaya. *Technomedia Journal*, 8, 1-13.
- Andriani, A. D., Mulyana, A., Widarnandana, I. G. D., Armunanto, A., Sumiati, I., Susanti, L., ... & Dewi, I. C. (2022). Manajemen sumber daya manusia (Vol. 1). Tohar Media.
- Arasid, M. I., Djuyandi, Y., & Sumadinata, R. W. (2022). Strategi Komunikasi Politik Untuk Memperoleh Dukungan Pemuda Dalam Pilkada Kota Serang: Studi Pada Pasangan Calon Syafrudin-Subadri. *Sospol*, 8(1), 62-77.
- Arief, I. F., & Rosana, A. (2024). Strategi komunikasi humas DKPP melalui media sosial Instagram. *KALBISOCIO Jurnal Bisnis dan Komunikasi*, 11(1), 124-137.
- Djalil, N. A. (2025). Strategi Komunikasi Politik Partai Solidaritas Indonesia Pada Pemilu 2024 di Daerah Pemilihan Sulawesi Selatan 1. *Journal Scientific of Mandalika (JSM) e-ISSN 2745-5955| p-ISSN 2809-0543*, 6(2), 350-370.
- Donoriyanto, D. S., Indiyanto, R., AR, N. R. J., & Syamsiah, Y. A. (2023). Optimalisasi Penggunaan Media Sosial sebagai Sarana Promosi Online Store pada Pelaku UMKM di Kota X. *Jurnal Abdimas Peradaban*, 4(1), 42-50.
- Fachrudin, A. (2019). Paradoks Pemilu Serentak 2019 Catatan dari Luar Bilik Suara.
- Kamuli, S., Latore, S., & Sahi, Y. (2023). Implikasi Konflik Partai Politik Terhadap Paradigma Pemilih Pemula Menjelang Pemilu 2024: Studi Pada Mahasiswa Universitas Negeri Gorontalo. *JIM: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Sejarah*, 8(3), 3158-3170.
- Khoeroni, U. S., & Nurhadi, Z. F. (2024). Pendampingan Pembuatan Konten dan Publikasi Gerakan Sosial bagi Anggota Remaja Masjid. *Prima Abdika: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 301-313.
- Lieyani, Y., Natalia, L., & Setiyadi, B. (2025). Pemanfaatan Media Sosial Humas pada Lembaga Pendidikan serta Peningkatan Citra Lembaga. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 25(1), 695-700.
- Masyuri, R. A., & Febriyanti, D. (2025). Strategi Kemenangan Partai Golkar dalam Meningkatkan Representasi Perempuan pada Pemilihan DPRD Tingkat 1 Kota Palembang. *TheJournalish: Social and Government*, 6(1), 99-110.
- Meifilina, A. (2021). Media sosial sebagai strategi komunikasi politik Partai Golkar dalam melakukan pendidikan politik. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 3(2), 101-110.
- Monalisa, M. (2024). Efektivitas Penggunaan Dokumenter Netflix â€œ The Social Dilemmaâ€™ dalam Pembelajaran Dampak Sosial Informatika Kelas 9 pada

Sekolah Penggerak Angkatan 1. INFOTIKA: Jurnal Pendidikan Informatika, 3(2), 7-18.

- Muzwardi, A., Kamarullah, N., & Putri, B. C. (2024). Strategi Kampanye Politik Partai Nasdem, Partai Golkar, dan PDIP dalam Pemilihan Presiden 2024 di Kota Tanjung Pinang. *Sospol*, 10(2), 215-233.
- Perdana, N. A. KOMUNIKASI POLITIK EMPATI DAN HOMOFILI: STUDI ATAS AIRIN RACHMI DIANY DALAM MENJARING SUARA PADA PEMILU LEGISLATIF (DPR-RI) TAHUN 2024 (Master's thesis, Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi).
- Ramadhani, R. W. (2020). Strategi komunikasi pembangunan pemerintah Kabupaten Bojonegoro dalam menerapkan nawacita dan tujuan pembangunan berkelanjutan. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 18(02), 117-129.
- Rudini, R. (2025). Strategi Komunikasi Politik Partai Solidaritas Indonesia pada Pemilihan Umum 2024 di Daerah Pemilihan Sulawesi Selatan I (Doctoral dissertation, Universitas Fajar).
- Tahir, R., Kusmanto, H., & Amin, M. (2020). Propaganda Politik Hoaks dalam Pemilihan Presiden Tahun 2019. *Perspektif*, 9(2), 236-251.
- Tazkiya, A., Aldiansyah, M., Sonia, G., & Saparingga, H. S. (2021). Meraih keberhasilan negosiasi bisnis melalui keterampilan berkomunikasi. *Jurnal sosial dan sains*, 1(5), 345-358.
- Yasin, A., & Rochmansjah, H. (2025). MARKETING POLITIK PARTAI NASDEM DALAM MENINGKATKAN KETERLIBATAN ANAK MUDA UNTUK MENJADI ANGGOTA PARTAI POLITIK DI PROVINSI GORONTALO (Doctoral dissertation, Institut Pemerintahan Dalam Negeri).