

Inovai Partai Golongan Karya (Golkar) DPC Sungai Penuh dalam Memenangkan Pemilihan Legislatif di Kota Sungai Penuh

Gilang Nugraha Pratama¹, Aldri Frinaldi²

^{1,2} Administrasi Negara, Universitas Negeri Padang
e-mail: pratamadakan@gmail.com¹, aldri@fis.unp.ac.id²

Abstrak

Penelitian ini menganalisis strategi inovatif Partai Golongan Karya (Golkar) DPC Sungai Penuh dalam memenangkan Pemilihan Legislatif di Kota Sungai Penuh. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi literatur dan analisis konten untuk mengevaluasi berbagai strategi yang diterapkan oleh Golkar dalam kampanye pemilu. Temuan utama menunjukkan bahwa Golkar DPC Sungai Penuh telah mengadopsi strategi kampanye digital yang efektif dengan memanfaatkan media sosial seperti Facebook, Instagram, dan WhatsApp untuk memperluas jangkauan pemilih dan membangun citra modern. Partai ini juga mengadakan webinar dan diskusi daring untuk meningkatkan interaksi langsung dengan konstituen. Selain itu, pemberdayaan relawan melalui pelatihan intensif dan kampanye door-to-door telah memperkuat dukungan masyarakat. Partai juga aktif dalam program sosial dan kegiatan kemasyarakatan, yang meningkatkan citra positif mereka di mata publik. Penggunaan data dan analisis pemilih memungkinkan Golkar untuk menyusun pesan kampanye yang lebih personal dan efektif, serta mengalokasikan sumber daya kampanye dengan lebih efisien. Kesimpulannya, strategi komprehensif dan berbasis data yang diterapkan oleh Golkar DPC Sungai Penuh menunjukkan adaptasi yang sukses terhadap perkembangan teknologi dan tren komunikasi modern, serta meningkatkan efektivitas kampanye dan relevansi partai dalam kontestasi politik yang kompetitif.

Kata Kunci : *Partai Golongan Karya (Golkar), Kampanye Digital, Media Sosial, Pemberdayaan Relawan, Program Sosial, Analisis Pemilih, Strategi Pemilu.*

Abstract

This research analyzes the innovative strategy of Golongan Karya Party (Golkar) DPC Sungai Penuh in winning the Legislative Election in Sungai Penuh City. This research uses a qualitative approach with literature study and content analysis methods to evaluate the various strategies implemented by Golkar in the election campaign. The main findings show that Golkar DPC Sungai Penuh has adopted an effective digital campaign strategy by utilizing social media such as Facebook, Instagram, and WhatsApp to expand voter outreach and build a modern image. The party also held webinars and online discussions to increase direct interaction with constituents. In addition, the empowerment of volunteers through intensive training and door-to-door campaigns has strengthened community support. The party is also active in social programs and community activities, which enhance their positive image in the eyes of the public. The use of voter data and analysis allowed Golkar to craft more personalized and effective campaign messages, and allocate campaign resources more efficiently. In conclusion, the comprehensive and data-driven strategy implemented by Golkar DPC Sungai Penuh shows a successful adaptation to technological developments and modern communication trends, and increases the effectiveness of the campaign and the party's relevance in competitive political contestation.

Keywords: *Golongan Karya Party (Golkar), Digital Campaign, Social Media, Volunteer Empowerment, Social Program, Voter Analysis, Election Strategy*

PENDAHULUAN

Bangsa Indonesia, sesungguhnya telah akrab dengan kehidupan partai-partai politik. Sebelum "Republik Indonesia" berdiri, partai politik telah berfungsi dan berperan tampil sebagai

wadah perjuangan yang menggelorakan semangat nasionalisme. Demikian juga, setelah “Proklamasi Kemerdekaan” keberadaan partai politik semakin marak dengan lahir dan hadirnya banyak partai politik sesuai maksud “Maklumat Pemerintah 3 November 1945” yang menyatakan bahwa pemerintah menginginkan lahirnya partai-partai politik agar segala aliran paham yang ada dalam masyarakat dapat dipimpin dan diarahkan ke jalan yang teratur. Untuk menjembatani antara pemerintah dan rakyat, sebagai wujud suatu demokrasi diperlukan adanya partai politik. Sistem demokrasi tidak mungkin berjalan tanpa adanya partai politik. Pembuatan keputusan secara teratur hanya mungkin dilakukan jika ada pengorganisasian berdasarkan tujuan kenegaraan. Tugas partai politik adalah untuk menata aspirasi rakyat untuk dijadikan public opinion yang lebih sistematis sehingga dapat menjadi dasar pembuatan keputusan yang teratur.

Dengan kedudukan tersebut maka rakyat memiliki hak untuk menentukan nasib dan arah mereka sendiri. Tetapi, dengan terbatasnya stabilitas dan sistem politik yang ada, maka dilaksanakanlah Pemilu (Pemilihan Umum) dalam bentuk Pileg (Pemilu Legislatif) guna memilih wakil-wakil rakyat untuk duduk di parlemen dalam rangka memperjuangkan segala kepentingan politik dan aspirasi masyarakat yang berbeda-beda, sehingga terintegrasi dalam satu kebijakan publik yang bersifat universal.

Dari kondisi tersebut, maka hadirilah partai politik dengan salah satu fungsinya sebagai sarana rekrutmen politik “berlomba-lomba” dalam menempatkan serta mendelegasikan kader-kadernya guna menduduki kursi pemerintahan dalam rangka memengaruhi kebijakan publik di setiap aspeknya berdasarkan visi, misi, arah gerak, hingga pada ideologi partai pemenang pemilu yang bersangkutan (El Barito & Rohman, 2023). Namun pada pelaksanaannya terdapat beberapa tantangan yang dihadapi oleh partai politik salah satunya, persaingan antar partai politik dalam perebutan kader yang potensial pada setiap dapil untuk di ikut sertakan dalam kontestasi Pileg (Pemilihan Legislatif). Hal demikian juga terjadi pada Partai Golongan Karya (GOLKAR) DPC Kota Sungai Penuh dari tahun 2019 sampai 2024 dimana, Partai Golongan Karya pada Pemilu Periode 2019-2024 memiliki 1 kursi, sedangkan 2024-2029 memiliki 5 Kursi sekaligus menempati kursi pimpinan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) Kota Sungai Penuh. Dengan demikian, keberhasilan pencapaian dari suatu partai Golongan Karya (GOLKAR) dalam memenangkan suatu kontestasi untuk menduduki kursi parlemen tidak luput dari yang namanya strategi dan inovasi (Piardi, 2024).

Sejauh ini studi tentang Partai Golongan Karya (Golkar) cenderung lebih menganalisis pada : pertama peran partai golgara dalam pendidikan politik (Daud, 2019; Kurniati, 2023; Saputro et al., 2024; Tangkere et al., 2022; Taufik et al., 2019). Kedua strategi komunikasi politik Partai Golongan Karya (GOLKAR) (Basri, 2021; Meifilina, 2021; Syofian & Nasution, 2020; Wibisono et al., 2023). Ketiga peran partai Golongan Karya (GOLKAR) dalam rekrutmen kader (Elsi & Hartati, 2019; Kurniati, 2023; Sari et al., 2021; Wibawa, 2022).

Tulisan ini bertujuan untuk menyempurnakan dari penelitian sebelumnya mengenai Strategi dari partai Golongan Karya (GOLKAR) dalam kontestasi pemilu. Secara khusus penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Inovai Partai Golongan Karya (Golkar) DPC Sungai Penuh Dalam Memenangkan Pemilihan Legislatif Di Kota Sungai Penuh.

METODE

Untuk menjawab berbagai pertanyaan dan lebih memperdalam wawasan peneliti memanfaatkan pendekatan penelitian kualitatif dengan menggunakan metode studi literatur, studi literatur pada penelitian ini adalah serangkaian kegiatan yang berkenaan dengan metode pengumpulan data pustaka, membaca, dan mencatat serta mengelola data penelitian secara objektif, sistematis, analitis dan kritis.

Sedangkan teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis data, analisis isi (konten analisis). Analisis data dimulai dengan menganalisis hasil penelitian dari yang paling relevan, relevan dan cukup relevan. Lalu dengan melihat tahun penelitian diawali dari yang paling mutakhir dan berangsur-angsur mundur ketahun yang lebih lama. Pengumpulan data Penelitian ini dimulai dari membaca abstrak dari setiap penelitian yang lebih dahulu untuk memberikan penilaian apakah permasalahan yang dibahas sesuai dengan yang hendak

dipecahkan dalam penelitian. Selanjutnya mencatat bagian-bagian penting penting dan relevan dengan permasalahan penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi Kampanye Digital

Dalam era digital yang semakin berkembang pesat, strategi kampanye politik telah mengalami transformasi signifikan. Partai Golkar DPC Sungai Penuh telah memanfaatkan potensi media sosial seperti Facebook, Instagram, dan WhatsApp untuk memperluas jangkauan kampanye mereka. Melalui platform-platform ini, mereka memproduksi konten yang menarik dan informatif, termasuk video, infografis, dan artikel. Konten ini tidak hanya menjelaskan visi dan misi partai, tetapi juga menampilkan profil calon legislatif mereka secara rinci. Penggunaan iklan berbayar di media sosial memungkinkan partai menjangkau pemilih yang lebih luas, khususnya generasi muda yang lebih sering mengakses informasi melalui internet (Faradis et al., 2023; Nugraheni, 2023; Rifandi & Irwansyah, 2021). Pendekatan ini sejalan dengan teori komunikasi politik yang menekankan pentingnya media baru dalam menghubungkan partai politik dengan konstituennya secara lebih efektif dan efisien (Putra, 2019; RENI WULANDARI, 2023).

Selain produksi konten yang menarik, Golkar DPC Sungai Penuh juga aktif mengadakan webinar dan diskusi daring sebagai bagian dari strategi kampanye digital mereka. Melalui acara-acara ini, partai tidak hanya meningkatkan keterlibatan pemilih, tetapi juga memberikan kesempatan bagi calon legislatif untuk berinteraksi langsung dengan konstituen. Langkah ini sangat penting karena memungkinkan calon untuk menjawab pertanyaan dan kekhawatiran publik secara real-time. Hal ini sesuai dengan teori interaksi simbolik yang menekankan pentingnya komunikasi langsung dan interaktif dalam membentuk persepsi publik. Dengan adanya webinar dan diskusi daring, Golkar DPC Sungai Penuh dapat membangun citra partai yang responsif dan terbuka terhadap aspirasi masyarakat (Kuswandoro, 2024; Sujoko & Widodo, 2024).

Penggunaan media sosial dan teknologi digital dalam kampanye politik juga berkaitan dengan teori agenda setting. Dengan mengendalikan narasi dan isu-isu yang dibahas di media sosial, Golkar DPC Sungai Penuh mampu mempengaruhi agenda publik dan menciptakan kesadaran mengenai isu-isu penting yang mereka angkat. Melalui konten yang disajikan secara konsisten dan strategis, partai dapat mengarahkan perhatian pemilih pada program-program unggulan dan visi misi partai. Dalam konteks ini, media sosial menjadi alat yang efektif untuk membangun opini publik dan memobilisasi dukungan (Arsyad et al., 2024; Hardiyanto et al., 2023; Kusumawardani & Cahyanto, 2023).

Secara keseluruhan, strategi kampanye digital Golkar DPC Sungai Penuh mencerminkan adaptasi partai terhadap perubahan zaman dan teknologi. Dengan memanfaatkan media sosial, mengadakan webinar, dan memproduksi konten yang menarik, partai berhasil menciptakan citra yang modern dan dinamis. Pendekatan ini tidak hanya relevan dengan teori-teori komunikasi politik, interaksi simbolik, dan agenda setting, tetapi juga membuktikan bahwa partai politik dapat tetap relevan dan efektif dalam menarik perhatian pemilih muda, terutama milenial dan Gen Z. Strategi ini menunjukkan bahwa partai yang mampu beradaptasi dengan teknologi digital memiliki peluang lebih besar untuk memenangkan hati dan suara pemilih dalam kontestasi politik yang semakin kompetitif (Ahmad Ziruddin et al., 2023; Miswar et al., 2023).

Pemberdayaan Relawan dan Tim Sukses

Relawan adalah kunci kemenangan pemilihan legislatif, seperti yang diakui oleh DPC Golkar Sungai Penuh. Untuk mencapai tujuan ini, Golkar DPC Sungai Penuh meluncurkan program pelatihan intensif yang bertujuan untuk meningkatkan keterampilan komunikasi, pemahaman politik, dan strategi lapangan bagi rekan dan tim yang berhasil. Program ini mencakup berbagai kegiatan seperti lokakarya, simulasi kampanye, dan sesi motivasi yang dipandu oleh pakar politik dan tokoh masyarakat. Dengan adanya relawan dan tim yang berhasil dalam hal pengetahuan dan kemampuan yang dibutuhkan, Golkar DPC Sungai Penuh berharap dapat mewujudkan tim kampanye yang solid dan efektif dalam menarik dukungan masyarakat (Suardhika, 2024).

Kursus yang diberikan kepada relawan dan tim yang berhasil tidak hanya membahas teknik kampanye; prosesnya juga mencakup penyediaan alat kampanye seperti poster, selebaran, dan barang dagangan partai. Untuk meningkatkan visibilitas partai di mata pemilih, alat kampanye ini disiarkan secara luas di seluruh Kota Sungai Penuh. Selain itu, tim yang berhasil melakukan kampanye door-to-door, yang dianggap sebagai metode yang efektif dalam teori komunikasi politik karena memungkinkan terjadinya interaksi langsung antara kandidat dan pemilih. Melalui pendekatan personal ini, tim yang berhasil dapat menyampaikan program partai secara langsung, mendengarkan aspirasi warga, dan mengajak mereka untuk berpartisipasi aktif dalam pemilihan. Hal ini sesuai dengan teori keterlibatan politik, yang menyatakan bahwa interaksi secara langsung dapat meningkatkan partisipasi dan loyalitas pemilih (Kango, 2014; Milana & Muksin, 2021; Moha et al., 2021).

Program Sosial Dan Kegiatan Kemasyarakatan

Sebagai bagian dari strategi untuk memenangkan hati masyarakat sebagai pemilih, Golkar DPC Sungai Penuh aktif dalam berbagai program sosial dan kegiatan kemasyarakatan. Partai Golkar DPC Sungai Penuh menyelenggarakan bakti sosial seperti pembagian sembako, pengobatan gratis, dan bantuan untuk korban bencana alam. Melalui kegiatan-kegiatan ini, Golkar tidak hanya menunjukkan kepedulian terhadap masalah-masalah sosial yang dihadapi masyarakat setempat, tetapi juga memperkuat ikatan dengan mereka. Pendekatan ini sejalan dengan teori "Social Exchange" yang menyatakan bahwa interaksi sosial didasarkan pada pertukaran manfaat, di mana partai menawarkan bantuan dan dukungan sebagai bentuk investasi sosial yang diharapkan menghasilkan loyalitas pemilih (Alfisahrin, 2021; Tjahjoko, 2015).

Dengan terlibat langsung dalam upaya peningkatan kesejahteraan masyarakat, DPC Golkar berhasil membangun citra positif sebagai partai yang proaktif dan peduli terhadap masyarakat. Strategi ini relevan dengan teori "Symbolic Interactionism" yang menjelaskan bagaimana simbol dan interaksi sosial membentuk makna dan persepsi publik. Dalam konteks ini, tindakan-tindakan Golkar menjadi simbol komitmen mereka terhadap kesejahteraan masyarakat, yang pada akhirnya memperkuat dukungan dan kepercayaan publik. Hal ini terbukti efektif dalam meningkatkan dukungan dalam pemilihan legislatif, menunjukkan bahwa pendekatan yang berbasis pada interaksi sosial dan pemberdayaan memiliki dampak signifikan dalam dunia politik (Ferdiansyah & Taufik, 2024; Susetyawidianta & Geraldly, 2024).

Penggunaan Data dan Analisis Pemilih

Penggunaan data dan analisis pemilih oleh DPC Golkar Sungai Penuh merupakan contoh konkret penerapan strategi berbasis data dalam kampanye politik. Di zaman yang serba digital seperti sekarang ini, data menjadi aset yang sangat berharga dalam merancang strategi kampanye yang efektif. Dengan mengumpulkan data demografis, preferensi politik, dan isu-isu penting melalui survei dan riset lapangan, Golkar dapat memahami karakteristik dan kebutuhan masyarakat secara mendalam. Informasi ini memungkinkan partai untuk mengidentifikasi basis pemilih potensial dan menyusun pesan kampanye yang lebih relevan dan personal, yang pada akhirnya dapat meningkatkan keterlibatan dan dukungan dari pemilih. Dalam konteks politik, pemilih adalah "konsumen" yang harus dipahami dengan baik agar kampanye dapat disesuaikan dengan preferensi dan kebutuhan mereka. Pemahaman ini memungkinkan Golkar untuk membangun kampanye yang lebih personal dan tepat sasaran, sesuai dengan teori segmentasi pasar yang menekankan diferensiasi berdasarkan kebutuhan dan keinginan segmen target yang dalam hal ini dimana pemilih merupakan target dan pasar (Pimay, 2023; Saifuddin et al., 2018).

Dengan menggunakan analisis data yang cermat, Golkar dapat memetakan wilayah-wilayah dengan tingkat dukungan yang tinggi dan rendah. Teori perilaku pemilih menunjukkan bahwa pemilih cenderung memberikan dukungan berdasarkan faktor-faktor seperti identitas kelompok, isu-isu yang relevan, dan performa partai atau kandidat di masa lalu. Dengan memahami faktor-faktor ini melalui data yang dikumpulkan, Golkar dapat merancang pesan kampanye yang lebih personal dan relevan. Sebagai contoh, jika data menunjukkan bahwa isu ekonomi sangat penting bagi pemilih di suatu daerah, maka kampanye di wilayah tersebut akan menekankan program ekonomi partai. Hal ini sesuai dengan teori perilaku pemilih yang

menekankan pentingnya resonansi isu kampanye dengan kekhawatiran dan harapan pemilih (Idrus, 2024; Kuswandoro, 2024; Putranto, 2024).

Selain itu, pendekatan berbasis data ini juga memungkinkan Golkar untuk mengalokasikan sumber daya kampanye secara lebih efisien. Teori alokasi sumber daya dalam kampanye politik menekankan pentingnya distribusi sumber daya seperti waktu, uang, dan tenaga kerja ke daerah-daerah yang memberikan peluang kemenangan tertinggi. Dengan fokus pada wilayah dengan dukungan kuat dan menyesuaikan strategi untuk mengatasi tantangan di daerah dengan potensi suara rendah, Golkar dapat meningkatkan efektivitas kampanye secara keseluruhan. Pendekatan ini tidak hanya meningkatkan peluang kemenangan dalam pemilihan legislatif, tetapi juga memperkuat hubungan dengan pemilih melalui kampanye yang lebih relevan dan berfokus pada kebutuhan mereka. Hal ini sejalan dengan teori manajemen strategis yang menekankan pentingnya alokasi sumber daya berdasarkan analisis lingkungan dan internal untuk mencapai tujuan organisasi secara optimal (Aspinall & Berenschot, 2019; Cibro, 2018).

SIMPULAN

Strategi kampanye DPC Golkar Sungai Penuh menunjukkan adaptasi yang inovatif terhadap perkembangan teknologi digital dan tren komunikasi modern dalam politik. Golkar DPC Sungai Penuh mampu memanfaatkan berbagai platform media sosial untuk memperluas jangkauan kampanye dan menghasilkan konten yang menarik serta informatif, yang sesuai dengan teori komunikasi politik. Dengan pendekatan ini, mereka dapat menjangkau pemilih yang lebih luas, terutama generasi muda, dan membangun citra partai yang dinamis dan modern.

Aktivitas webinar dan diskusi daring yang diadakan oleh Golkar DPC Sungai Penuh mencerminkan pentingnya interaksi langsung dan interaktif dalam membentuk persepsi publik, sesuai dengan teori interaksi simbolik. Ini memungkinkan partai untuk lebih responsif terhadap aspirasi masyarakat dan memperkuat hubungan dengan konstituen.

Penggunaan teori agenda setting dalam mengendalikan narasi dan isu di media sosial menunjukkan kemampuan Golkar untuk mempengaruhi agenda publik dan meningkatkan kesadaran tentang program-program partai. Ini menegaskan bahwa media sosial adalah alat yang efektif dalam membangun opini publik dan memobilisasi dukungan.

Selain strategi digital, pemberdayaan relawan dan tim sukses melalui program pelatihan intensif menunjukkan betapa pentingnya memiliki tim kampanye yang terlatih dan siap dalam menarik dukungan masyarakat. Kampanye door to door meningkatkan partisipasi pemilih dan memperkuat loyalitas mereka, sejalan dengan teori partisipasi politik DPC Sungai Banyak, juga menunjukkan komitmennya terhadap kesejahteraan masyarakat melalui berbagai program sosial dan kegiatan kemasyarakatan. Pendekatan ini konsisten dengan teori "pertukaran sosial" dan "interaksionisme simbolik", yang menunjukkan bagaimana partai dapat memproyeksikan citra positif dan membangun dukungan publik melalui tindakan spesifik yang bermanfaat bagi masyarakat.

Penggunaan data dan analisis pemilih akan memungkinkan Golkar, merancang strategi kampanye yang lebih personal dan tepat sasaran, konsisten dengan teori segmentasi pasar dan perilaku pemilih. Dengan memahami kebutuhan dan preferensi pemilih, Golkar dapat mengembangkan pesan kampanye yang lebih relevan dan efektif serta mengalokasikan sumber daya kampanye secara optimal.

Secara keseluruhan, strategi pemilu DPC Golkar Sungai Banyak menunjukkan bahwa partai politik mampu beradaptasi dengan perubahan zaman dan teknologi dengan sukses. Peluang yang lebih baik. Bagus untuk memenangkan hati dan suara pemilih. Pendekatan komprehensif dan berbasis data ini tidak hanya meningkatkan efektivitas kampanye tetapi juga memperkuat hubungan antara partai dan masyarakat, memastikan relevansi dan keberhasilan dalam persaingan politik yang semakin meningkat.

DAFTAR PUSTAKA

Ahmad Ziruddin, S. H., Kholilur Rahman, S. H., & Maulidi, M. A. (2023). *Merawat Negara Hukum*. Guepedia.

- Alfisahrin, A. (2021). *Budaya Politik Patronase Kiai Dalam Demokrasi Lokal Di Provinsi Nusa Tenggara Barat*. Universitas Hasanuddin.
- Arsyad, A., Dzaljad, R. G., Nurmiarani, M., & Rantona, S. (2024). Media Sosial sebagai Agen Transformasi Politik: Analisis Pengaruh terhadap Proses Komunikasi Politik. *Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Sosial (JUPENDIS)*, 2(2), 240–251.
- Aspinall, E., & Berenschot, W. (2019). *Democracy for sale: Pemilihan umum, klientelisme, dan negara di Indonesia*. Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Basri, H. (2021). Strategi Komunikasi Politik DPD Partai Golkar pada Pemilu Legislatif Aceh Tengah 2019. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(1), 22–32.
- Cibro, R. (2018). *Strategi Komunikasi Politik dalam Pemilihan Kepala Daerah di Aceh Singkil (Studi Kasus Tentang Strategi Komunikasi Politik Pasangan Dulmusrid-Sazali pada Pemilihan Bupati Aceh Singkil Tahun 2017)*. Tesis Ilmu Komunikasi: Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Daud, M. D. (2019). *Partai Politik Dan Pendidikan Politik Studi atas Program Pendidikan Politik Partai Golongan Karya Kota Tangerang Selatan*. FISIP UIN Jakarta.
- El Barito, D. K., & Rohman, A. Z. F. (2023). Tautan Politik Antara AAM Dengan Konstituen di Dapil Tulungagung II dalam Pemenangan Pileg Kabupaten Tulungagung Tahun 2019. *POLITICOS: Jurnal Politik Dan Pemerintahan*, 3(2), 106–127.
- Elsi, S. D., & Hartati, H. (2019). Pola Rekrutmen Dan Kaderisasi Partai Golongan Karya Terhadap Perempuan Di Kota Jambi. *JISIP-UNJA| Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Fisipol Universitas Jambi*, 2(2), 70–80.
- Faradis, N., Al Fauzah, N. A., & Al Anshori, M. I. (2023). Media Sosial dan Persepsi Publik: Analisis Strategi Kampanye Digital Calon Presiden Indonesia 2024. *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Ilmu Sosial (SNIIS)*, 2, 643–652.
- Ferdiansyah, R. A., & Taufik, R. R. (2024). Analisis Personal Branding Motivasi Islami Pada Akun Instagram@ ISTIQMHHHHHHH. *Professional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik*, 11(1), 311–320.
- Hardiyanto, S., Fahmi, K., Wahyuni, W., Adhani, A., & Hidayat, F. P. (2023). Kampanye Moderasi Beragama di Era Digital Sebagai Upaya Preventif Millenial Mereduksi Kasus Intoleransi di Indonesia: Bahasa Indonesia. *Jurnal Noken: Ilmu-Ilmu Sosial*, 8(2), 228–237.
- Idrus, A. (2024). DINAMIKA POLITIK DAN SOSIAL DI JAMBI: MENUJU PEMILIHAN PRESIDEN INDONESIA 2024. *BUNGA RAMPAL*, 25.
- Kango, A. (2014). Marketing Politik dalam Komunikasi Politik. *Farabi*, 11(1), 52–65.
- Kurniati, P. S. (2023). Peningkatan Pengetahuan Kader Muda Partai Golongan Karya (Golkar) Tentang Peran Dan Fungsi Partai Politik Dalam Kebijakan Publik Guna Mewujudkan Good Governace. *Resona: Jurnal Ilmiah Pengabdian Masyarakat*, 7(1), 62–70.
- Kusumawardani, V., & Cahyanto, B. (2023). Fenomena Buzzer dan Pilihan Politik Bagi Gen-Z pada Pilpres 2024 dalam Perspektif Agenda Setting. *PROMEDIA (PUBLIC RELATION DAN MEDIA KOMUNIKASI)*, 9(2).
- Kuswandro, W. E. (2024). *Kebijakan Publik Perspektif Politik: Advokasi Civil Society dan Kepartaian*. Universitas Brawijaya Press.
- Meifilina, A. (2021). Media sosial sebagai strategi komunikasi politik Partai Golkar dalam melakukan pendidikan politik. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 3(2), 101–110.
- Milana, R., & Muksin, N. N. (2021). Kampanye Politik Calon Legislatif Perempuan (Studi Fenomenologi pada Pemilihan Umum 2019). *KAIS Kajian Ilmu Sosial*, 2(1), 158–168.
- Miswar, M. D., Sofyan, E., Rifqi, A. I., Wibowo, Y. A., Asri, S., & Darwis, M. A. (2023). *Peta Jalan Kepemimpinan HMI*. Nas Media Pustaka.
- Moha, M. Z., Subhan, A., & Ratnasari, D. (2021). Strategi komunikasi politik tim pemenang Ridho dalam pemilihan Kepala Desa Tabilaa periode 2021-2027. *Journal of Communication Sciences (JCoS)*, 4(1).
- Nugraheni, C. (2023). Persepsi Publik Dalam Media Sosial: Analisis Strategi Kampanye Digital Calon Presiden Indonesia 2024. *Khatulistiwa: Jurnal Pendidikan Dan Sosial Humaniora*, 3(4), 329–341.

- Piardi, D. agus. (2024). *Unggul Perolehan Suara, Golkar Dipastikan Dapat Kursi Pimpinan DPRD Kota Sungai Penuh*. METROJAMBI.com. <https://www.metrojambi.com/politik/134370184/unggul-perolehan-suara-golkar-dipastikan-dapat-kursi-pimpinan-dprd-kota-sungai-penuh>
- Pimay, A. (2023). Strategi Komunikasi Politik Anggota Legislatif Terpilih Partai Kebangkitan Bangsa Pada Pemilu 2019 di Salatiga. *Jurnal Kopis: Kajian Penelitian Dan Pemikiran Komunikasi Penyiaran Islam*, 5(2), 96–106.
- Putra, D. K. S. (2019). *Komunikasi CSR politik: membangun reputasi, etika, dan estetika PR politik*. Prenada Media.
- Putranto, A. (2024). *Komunikasi Politik*. Cendikia Mulia Mandiri.
- Reni Wulandari, S. L. (2023). *Komunikasi Politik Anggota Legislatif Pada Pemilu Tahun 2019 Di Kabupaten Tanggamus (Studi Pada Daerah Pemilihan (Dapil) 1 Meliputi Kecamatan Bandar Negeri Semuong, Kecamatan Semaka, Dan Kecamatan Pematang Sawa)*. Universitas Lampung.
- Rifandi, D. A., & Irwansyah, I. (2021). Perkembangan media sosial pada humas digital dalam industri 4.0. *JURNAL SIMBOLIKA Research and Learning in Communication Study*, 7(2), 141–151.
- Saifuddin, A., Tastrawati, N. K. T., & Sari, K. (2018). Penerapan konsep teori permainan (game theory) dalam pemilihan strategi kampanye politik. *E-Jurnal Matematika [online Journal]*, 7(2), 173–179.
- Saputro, M. C. A., Halizah, S. N., Bahrian, B., Ladiawa, J. V., Subagio, S., Aleyda, S. N., Irmadani, C., & Paselle, E. (2024). Reformasi Birokrasi Melalui SOP Layanan Pengaduan Berdasarkan Prinsip-Prinsip Good Governance di Disdikbud Kota Samarinda. *Eksekusi: Jurnal Ilmu Hukum Dan Administrasi Negara*, 2(1), 101–111.
- Sari, D., Darmawan, W., & Manan, F. (2021). Rekrutmen Calon Legislatif Muda Partai Golongan Karya Untuk Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia Periode 2019-2024. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 3(3), 987–995.
- Suardhika, N. (2024). *Partai Golkar Kota Sungai Penuh Masih Dominasi Perolehan Suara di Pilleg 2024*. https://kabargolkar.com/read/kabar_daerah/37125/partai-Golkar-Kota-Sungai-Penuh-Masih-Dominasi-Perolehan-Suara-Di-Pileg-2024.
- Sujoko, A., & Widodo, S. (2024). *Komunikasi Politik: Ruang Lingkup, Teori, dan Metode Risetnya*. Universitas Brawijaya Press.
- Susetyawidianta, R. D., & Gerald, G. (2024). Political branding Prabowo-Gibran dalam pemilu presiden 2024: Analisa interaksionisme simbolik di media sosial Instagram dan Twitter. *Sintesa*, 3(01), 114–139.
- Syofian, R., & Nasution, B. (2020). Strategi Komunikasi Politik Partai Golongan Karya (GOLKAR) Dalam Pemilu Legislatif Tahun 2019 di Kabupaten Kuantan Singingi. *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 7(1), 1–13.
- Tangkere, G. M., Liando, D. M., & Lengkong, J. P. (2022). Efektifitas Penggunaan Bantuan Keuangan Partai Politik Dalam Pelaksanaan Program Pendidikan Politik (Studi Kasus Partai Golongan Karya Kabupaten Bolaang Mongondow Tahun 2018). *AGRI-SOSIOEKONOMI*, 17(3 MDK), 995–1006.
- Taufik, M. T., Jamaludin, U., & Juwandi, R. (2019). Peran Partai Golongan Karya Dalam Melaksanakan Pendidikan Politik. *Pro Patria: Jurnal Pendidikan, Kewarganegaraan, Hukum, Sosial, Dan Politik*, 2(2), 150–157.
- Tjahjoko, G. T. (2015). *Politik ambivalensi: nalar elite di balik kemenangan pilkada* (Issue 1). PolGov.
- Wibawa, I. (2022). *Pola Rekrutmen Kader Partai Politik (Studi Pada Partai Golongan Karya Kabupaten Bangli Provinsi Bali)*. Institut Pemerintahan Dalam Negeri.
- Wibisono, D. D., Puspa, R., & Widodo, S. (2023). Strategi Komunikasi Politik Partai Golkar dalam Mempertahankan Suara Partai Sebagai Partai Tengah. *Edu Society: Jurnal Pendidikan, Ilmu Sosial Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 832–842.