



e-ISSN 2798-8260



Jurnal ISO: Jurnal Ilmu Sosial, Politik dan Humaniora Vol: 6, No 1, 2026, Page: 1-15

Komunikasi Politik Pasangan Calon Bupati Muchendi-Supriyanto di Pilkada Kabupaten Ogan Komering Ilir Tahun 2024

Akbar Dermawan*, Komarudin, Reni Apriani

Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang

DOI:

<https://doi.org/10.53697/iso.v6i1.3296>

*Correspondence: Akbar Dermawan

Email: akbardermawan992@gmail.com

Received: 22-04-2026

Accepted: 22-05-2026

Published: 22-06-2026



Copyright: © 2026 by the authors. Submitted for open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Abstrak: Penelitian ini berlatar belakang Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi politik pasangan calon Bupati dan Wakil Bupati Ogan Komering Ilir (OKI) tahun 2024, Muchendi-Supriyanto, berdasarkan tujuh indikator komunikasi politik menurut Hutapea (2020), yaitu percakapan politik, persuasi politik, retorika politik, propaganda politik, agitasi politik, iklan politik, dan kampanye politik. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi lapangan, dan studi dokumentasi dari berbagai sumber media daring dan cetak. Analisis data dilakukan melalui reduksi, penyajian, dan penarikan kesimpulan dengan teknik triangulasi sumber untuk memastikan validitas hasil penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketujuh indikator komunikasi politik dijalankan secara terstruktur dan adaptif oleh pasangan Muchendi-Supriyanto. (1) Percakapan politik dilakukan melalui dialog informal di ruang publik seperti pengajian dan kegiatan sosial yang memperkuat kedekatan emosional. (2) Persuasi politik dilakukan dengan penyampaian program kerja nyata seperti BPJS gratis dan seragam sekolah gratis. (3) Retorika politik ditampilkan dalam pidato kampanye dengan gaya bahasa membangun harapan dan optimisme masyarakat OKI. (4) Propaganda politik diwujudkan melalui simbol dan slogan “OKI Maju Bersama” yang menguatkan citra positif pasangan. (5) Agitasi politik tampak pada ajakan moral menolak politik uang dan menjaga persatuan masyarakat. (6) Iklan politik dilakukan secara profesional melalui baliho, media lokal, dan konten digital di media sosial. (7) Kampanye politik dijalankan secara terpadu dengan pendekatan tatap muka dan media teknologi yang menjangkau seluruh lapisan pemilih. Penelitian ini menyimpulkan bahwa keberhasilan pasangan Muchendi-Supriyanto memenangkan Pilkada OKI 2024 dipengaruhi oleh komunikasi politik yang humanis, inklusif, dan responsif terhadap karakter masyarakat lokal yang religius dan komunal. Kombinasi komunikasi langsung dan digital menjadi kunci efektif dalam membangun citra “pemimpin dekat rakyat”.

Kata kunci: Komunikasi Politik, Strategi Kampanye, Muchendi-Supriyanto, Pilkada Ogan Komering Ilir, Media Digital.

Pendahuluan

Fenomena Penelitian

Fenomena komunikasi politik dalam pelaksanaan Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) di Indonesia menunjukkan dinamika yang semakin kompleks seiring dengan berkembangnya sistem demokrasi pasca-reformasi. Pilkada sebagai salah satu wujud demokrasi langsung memberikan ruang bagi masyarakat untuk menentukan arah kepemimpinan daerah, sekaligus menjadi arena kompetisi politik yang sarat dengan strategi komunikasi dan pencitraan. Dalam konteks ini, komunikasi politik bukan sekadar proses penyampaian pesan politik, tetapi juga menjadi instrumen strategis untuk membangun legitimasi, memengaruhi opini publik, serta memperkuat dukungan elektoral terhadap kandidat (Subiakto & Ida, 2012). Transformasi digital telah membawa perubahan besar terhadap praktik komunikasi politik di tingkat lokal.

Jika pada masa sebelumnya kampanye politik lebih mengandalkan media konvensional seperti baliho, spanduk, dan rapat umum, kini para kandidat dituntut untuk mengintegrasikan strategi komunikasi berbasis teknologi digital. Media sosial seperti Facebook, Instagram, dan YouTube menjadi kanal penting dalam membangun interaksi dua arah antara kandidat dan pemilih. Fenomena ini menandai pergeseran paradigma dari komunikasi satu arah menuju komunikasi partisipatif yang memungkinkan publik berperan aktif dalam proses politik (McNair, 2011; Firmansyah, 2018). Kondisi tersebut juga tercermin dalam Pilkada Kabupaten Ogan Komering Ilir (OKI) tahun 2024, yang menjadi salah satu ajang kontestasi politik paling menarik di Sumatera Selatan.

Pasangan Muchendi Mahzareki dan Supriyanto atau yang dikenal dengan akronim MURI, berhasil memenangkan Pilkada dengan perolehan 234.398 suara atau 55,91% dari total suara sah. Keberhasilan pasangan ini tidak hanya disebabkan oleh dukungan koalisi besar yang terdiri atas 10 partai politik, tetapi juga oleh kemampuan mereka mengelola komunikasi politik yang humanis, inklusif, dan sesuai dengan karakteristik masyarakat lokal yang religius dan komunal. Pasangan Muchendi-Supriyanto mengusung visi "OKI Maju Bersama" dengan menekankan isu-isu yang dekat dengan kebutuhan masyarakat, seperti pembangunan infrastruktur, layanan kesehatan gratis melalui BPJS daerah, dan peningkatan kesejahteraan ekonomi desa.

Dalam menjalankan kampanye, mereka menggabungkan pendekatan tatap muka (face-to-face campaign) dengan komunikasi digital melalui media sosial, video kampanye, dan pemberitaan media daring. Pendekatan ini terbukti efektif menjangkau beragam kelompok pemilih, terutama generasi muda dan masyarakat perdesaan yang menjadi basis utama dukungan politik mereka (Hutapea, 2020; PPID OKI, 2024). Fenomena menarik lainnya adalah upaya pasangan ini dalam menolak praktik politik uang dan isu SARA yang sering mewarnai Pilkada di berbagai daerah. Sebaliknya, mereka lebih menonjolkan pesan moral, ajakan persatuan, dan komitmen terhadap pembangunan berkelanjutan.

Strategi ini memperkuat citra mereka sebagai pemimpin muda yang berintegritas dan dekat dengan rakyat. Dalam konteks tersebut, komunikasi politik berperan tidak hanya sebagai alat persuasi elektoral, tetapi juga sebagai sarana pendidikan politik bagi masyarakat (Haryanto, 2018) (Zuhro et al, 2022). Kemenangan pasangan Muchendi-Supriyanto dalam Pilkada OKI 2024 menunjukkan bahwa strategi komunikasi politik yang terstruktur, adaptif, dan berbasis nilai-nilai lokal dapat menjadi kunci keberhasilan dalam

meraih kepercayaan publik. Kombinasi antara komunikasi interpersonal, komunikasi massa, dan komunikasi digital menghasilkan sinergi yang memperkuat efektivitas pesan politik serta meningkatkan partisipasi pemilih. Fenomena ini menjadi menarik untuk diteliti secara akademik guna memahami bagaimana komunikasi politik dijalankan secara strategis dalam konteks demokrasi lokal yang dinamis.

Permasalahan Penelitian

Komunikasi politik merupakan aspek yang sangat menentukan dalam keberhasilan sebuah kontestasi elektoral, termasuk dalam pemilihan kepala daerah (Pilkada). Dalam konteks Pilkada Kabupaten Ogan Komering Ilir (OKI) tahun 2024, pasangan Muchendi Mahzareki dan Supriyanto berhasil meraih kemenangan signifikan dengan dukungan suara lebih dari 55% (KPU OKI, 2025). Keberhasilan ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi politik yang diterapkan pasangan tersebut memiliki efektivitas tinggi dalam membangun citra dan mendapatkan dukungan masyarakat. Namun, keberhasilan tersebut juga menimbulkan pertanyaan ilmiah tentang bagaimana strategi komunikasi politik itu dirancang, dijalankan, serta faktor apa saja yang memengaruhi efektivitasnya di tengah kondisi sosial budaya lokal yang kompleks.

Dalam praktiknya, komunikasi politik di daerah sering dihadapkan pada sejumlah persoalan. Pertama, masih maraknya praktik politik uang dan politik identitas yang dapat menggerus nilai demokrasi substansial. Fenomena ini menimbulkan tantangan bagi kandidat yang berkomitmen untuk menjalankan kampanye bersih dan edukatif (Haryanto, 2018) (Zuhro et al, 2022). Kedua, terdapat kesenjangan literasi politik masyarakat, khususnya di daerah pedesaan, yang menyebabkan pesan politik tidak selalu diterima atau dipahami sesuai maksud pengirimnya (Firmansyah, 2018). Ketiga, perkembangan teknologi komunikasi menimbulkan disparitas akses informasi antara wilayah perkotaan dan pedesaan, yang berpotensi menciptakan ketimpangan dalam penyebaran pesan politik (McNair, 2011).

Dalam konteks Pilkada OKI 2024, pasangan Muchendi–Supriyanto menghadapi kondisi masyarakat yang plural secara sosial dan budaya, dengan karakter religius dan komunal yang kuat. Situasi ini menuntut strategi komunikasi politik yang mampu menyesuaikan pesan dengan nilai-nilai lokal tanpa menimbulkan resistensi sosial. Tantangan lainnya adalah bagaimana pasangan calon mengelola komunikasi di tengah kompetisi ketat dan serangan isu negatif (*black campaign*) dari lawan politik yang dapat merusak citra publik (Firmansyah, 2018). Selain itu, muncul pula persoalan mengenai integrasi antara komunikasi politik konvensional dan digital. Pemanfaatan media sosial seperti Facebook dan Instagram oleh pasangan Muchendi–Supriyanto menjadi langkah inovatif dalam menjangkau pemilih muda.

Namun, efektivitas media digital ini sangat bergantung pada kemampuan tim kampanye dalam mengelola pesan, menjaga konsistensi citra, serta mengantisipasi disinformasi politik yang marak di ruang siber (Hutapea, 2020). Secara teoritis, persoalan utama dalam penelitian ini terletak pada bagaimana pasangan calon mampu menerapkan tujuh bentuk komunikasi politik menurut Hutapea (2020) — yaitu percakapan politik, persuasi politik, retorika politik, propaganda politik, agitasi politik, iklan politik, dan kampanye politik — dalam konteks sosial-politik Kabupaten OKI Masing-masing bentuk

komunikasi tersebut memiliki tantangan tersendiri dalam penerapannya, terutama dalam menjaga keseimbangan antara pendekatan rasional, emosional, dan moral terhadap pemilih. Dari berbagai permasalahan tersebut, dapat disimpulkan bahwa penelitian ini berangkat dari kesenjangan empiris antara teori komunikasi politik dan praktik komunikasi di lapangan. Secara khusus, studi ini berupaya menjawab bagaimana strategi komunikasi politik pasangan Muchendi–Supriyanto dirancang dan diimplementasikan dalam memenangkan Pilkada OKI 2024, serta faktor-faktor apa yang memengaruhi efektivitas strategi tersebut dalam konteks masyarakat yang heterogen dan religius.

Metodologi

Jenis dan Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Pendekatan kualitatif dipilih karena mampu memberikan pemahaman yang mendalam mengenai komunikasi politik kemenangan pasangan calon bupati Muchendi–Supriyanto dalam konteks sosial dan politik lokal pada Pilkada 2024 di Kabupaten Ogan Komering Ilir. Menurut Creswell (2014), pendekatan kualitatif bertujuan mengeksplorasi dan memahami makna yang diberikan oleh individu atau kelompok terhadap suatu persoalan sosial atau manusia. Pendekatan ini sangat relevan untuk mengkaji strategi kampanye politik yang kompleks dan tidak selalu dapat diukur dengan data kuantitatif. Dalam hal ini, peneliti menelusuri bagaimana strategi komunikasi, jaringan relawan, serta pendekatan terhadap masyarakat dibentuk dan dijalankan oleh tim kemenangan. Senada dengan itu, Bogdan dan Taylor (1975) menjelaskan bahwa penelitian kualitatif menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan serta perilaku yang dapat diamati

Metode deskriptif digunakan berupa kata-kata tertulis atau lisan serta perilaku yang dapat diamati. Oleh karena itu, peneliti akan mengumpulkan data melalui wawancara mendalam, observasi lapangan, serta studi dokumentasi untuk memahami secara rinci bagaimana komunikasi politik dijalankan dan bagaimana penerimaan masyarakat terhadap komunikasi tersebut. Pendekatan deskriptif digunakan untuk menggambarkan secara sistematis dan faktual mengenai berbagai bentuk komunikasi yang digunakan pasangan calon Muchendi–Supriyanto serta hubungan strategi tersebut dengan konteks sosial, budaya, dan politik lokal (Nawawi, 2005). Penelitian ini tidak berfokus pada pengujian hipotesis, melainkan pada pemahaman yang komprehensif terhadap fenomena yang terjadi di lapangan. Melalui pendekatan ini, diharapkan penelitian dapat memberikan gambaran menyeluruh mengenai upaya strategis yang dilakukan oleh pasangan calon dalam meraih dukungan masyarakat, baik dari segi mobilisasi pemilih, pendekatan emosional dan rasional, maupun pengelolaan sumber daya politik yang dimiliki.

Instrumen dan Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan instrumen penelitian berupa pedoman. Dalam penelitian kualitatif, pengumpulan data memegang peran sentral karena menjadi landasan utama untuk memperoleh pemahaman yang mendalam terhadap fenomena sosial dan politik yang diteliti. Menurut Sugiyono (2022), proses pengumpulan data dalam pendekatan kualitatif dilakukan secara alami di lapangan melalui wawancara, observasi langsung, dan analisis dokumen. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan model analisis

yang dikembangkan oleh Miles dan Huberman, yang terdiri dari tiga tahapan utama. Dalam penelitian kualitatif, analisis data dilakukan secara terus-menerus sejak awal pengumpulan hingga akhir penelitian, dengan tujuan menemukan makna, pola, dan hubungan dari data yang dikumpulkan guna menjawab rumusan masalah penelitian.

Reduksi Data (Data Reduction) Reduksi data merupakan langkah awal untuk menyeleksi, menyederhanakan, dan memfokuskan data yang relevan dengan strategi pemenangan pasangan Muchendi–Supriyanto. Data dari wawancara, observasi, dan dokumentasi diorganisasi melalui proses pengodean (coding), kategorisasi, dan seleksi informasi penting yang terkait strategi politik, jaringan relawan, taktik kampanye, dan pengelolaan isu publik. Penyajian Data yang telah direduksi kemudian disusun dalam format terorganisir seperti narasi deskriptif, matriks, tabel, grafik, atau diagram untuk mempermudah peneliti mengidentifikasi pola dan hubungan logis. Menurut Miles, Huberman, dan Saldaña (2020), penyajian data adalah penyusunan informasi yang terorganisir dan dipadatkan sehingga memungkinkan penarikan kesimpulan dan tindakan.

Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi Tahap akhir adalah penarikan kesimpulan yang bersifat sementara dan dapat berkembang selama proses penelitian. Kesimpulan ini diverifikasi melalui triangulasi data, diskusi dengan rekan peneliti, pengecekan kepada informan, serta perbandingan dengan sumber lain. Miles, Huberman, dan Saldaña (2020) menegaskan bahwa makna yang muncul dari data harus diuji kelogisannya, kekuatannya, dan keterkonfirmasiannya. Dalam penelitian kualitatif, analisis data dilakukan secara terus-menerus sejak awal pengumpulan hingga akhir penelitian, dengan tujuan menemukan makna, pola, dan hubungan dari data yang dikumpulkan guna menjawab rumusan masalah penelitian.

Prosedur Penelitian

Prosedur penelitian ini terbagi menjadi beberapa tahapan yang dirancang secara sistematis untuk memastikan validitas dan kedalaman data yang dikumpulkan. dilakukan secara terus-menerus sejak awal pengumpulan hingga akhir penelitian, dengan tujuan menemukan makna, pola, dan hubungan dari data yang dikumpulkan guna menjawab rumusan masalah penelitian. Tahapan pertama Reduksi data merupakan langkah awal untuk menyeleksi, menyederhanakan, dan memfokuskan data yang relevan dengan strategi pemenangan pasangan Muchendi–Supriyanto. Data dari wawancara, observasi, dan dokumentasi diorganisasi melalui proses pengodean (coding), kategorisasi, dan seleksi informasi penting yang terkait strategi politik, jaringan relawan, taktik kampanye, dan pengelolaan isu publik.

Tahapan kedua adalah Data yang telah direduksi kemudian disusun dalam format terorganisir seperti narasi deskriptif, matriks, tabel, grafik, atau diagram untuk mempermudah peneliti mengidentifikasi pola dan hubungan logis. Menurut Miles, Huberman, dan Saldaña (2020), penyajian data adalah penyusunan informasi yang terorganisir dan dipadatkan sehingga memungkinkan penarikan kesimpulan dan tindakan.

Tahapan ketiga adalah penarikan kesimpulan yang bersifat sementara dan dapat berkembang selama proses penelitian. Kesimpulan ini diverifikasi melalui triangulasi data, diskusi dengan rekan peneliti, pengecekan kepada informan, serta perbandingan dengan

sumber lain. Miles, Huberman, dan Saldaña (2020) menegaskan bahwa makna yang muncul dari data harus diuji kelogisannya, kekuatannya, dan keterkonfirmasiannya.

Hasil dan Pembahasan

Politik Pasangan Calon Bupati Muchendi-Supriyanto Di Pilkada Kabupaten Ogan Komering Ilir

Penelitian yang diperoleh melalui wawancara dengan tim pemenang, tokoh masyarakat, dan pemilih, serta hasil observasi dan dokumentasi yang kemudian dianalisis dengan teori komunikasi politik untuk menjelaskan bentuk, arah, dan efektivitas komunikasi yang dilakukan pasangan calon dalam membangun citra dan memperoleh dukungan masyarakat. Pembahasan difokuskan pada dua aspek utama, yaitu strategi komunikasi politik yang meliputi pola komunikasi, media yang digunakan, dan pesan politik yang disampaikan, serta faktor-faktor internal dan eksternal yang memengaruhi keberhasilan dan hambatan pelaksanaannya. Dengan demikian, bab ini menjadi dasar penting untuk memahami hubungan antara fakta empiris dan teori komunikasi politik serta menunjukkan peran strategis komunikasi politik dalam keberhasilan pasangan Muchendi-Supriyanto memenangkan kontestasi Pilkada Kabupaten Ogan Komering Ilir Tahun 2024.

Selain itu, strategi komunikasi mereka juga mencakup pemanfaatan media digital sebagai sarana penyebaran pesan politik yang lebih luas. Dalam era modern, penggunaan media sosial seperti Facebook, Instagram, dan WhatsApp menjadi bagian penting dalam membangun opini publik, terutama untuk menjangkau pemilih muda. Tim pemenang Muchendi-Supriyanto memanfaatkan media tersebut untuk mengedukasi pemilih, memperkenalkan program kerja, dan menanggapi isu-isu politik yang berkembang di masyarakat.

Dengan demikian, pembahasan pada bagian ini akan menjelaskan secara terperinci bagaimana pasangan Muchendi-Supriyanto menyusun strategi komunikasi politiknya, mulai dari perencanaan pesan, penentuan media yang digunakan, penetapan sasaran audiens, hingga bentuk komunikasi langsung yang diterapkan di lapangan. Analisis ini akan dikaitkan dengan teori komunikasi politik yang digunakan sebagai landasan konseptual penelitian, untuk melihat sejauh mana strategi komunikasi tersebut berkontribusi terhadap keberhasilan pasangan Muchendi-Supriyanto dalam memenangkan Pilkada Kabupaten Ogan Komering Ilir Tahun 2024.

Komunikasi Politik

Menurut Hutapea (2020), komunikasi politik memiliki beragam bentuk aktivitas yang menjadi sarana utama bagi aktor politik untuk menyampaikan pesan dan membangun dukungan. Secara umum, terdapat tujuh bentuk komunikasi politik yang sering digunakan dalam praktik politik, yaitu percakapan politik, persuasi politik, retorika politik, propaganda politik, agitasi politik, iklan politik, dan kampanye politik. Adapun bentuk-bentuk komunikasi politik yaitu:

Percakapan politik merupakan bentuk komunikasi politik yang paling sederhana dan informal. Aktivitas ini terjadi dalam obrolan sehari-hari masyarakat, baik di ruang privat maupun publik, yang secara perlahan membentuk opini politik. Dalam konteks

Pilkada Ogan Komering Ilir 2024, percakapan politik warga mengenai pasangan Muchendi–Supriyanto di warung kopi, pasar, hingga media sosial menjadi bagian penting dalam pembentukan citra mereka di mata pemilih. Salah satu bentuk nyata strategi komunikasi politik yang dilakukan langsung oleh pasangan Muchendi–Supriyanto adalah melalui percakapan santai dengan warga dalam berbagai kesempatan kunjungan lapangan. Misalnya, saat Muchendi menghadiri acara gotong royong dan Pengajian di Desa Sungai Menang, ia tidak langsung berbicara tentang politik atau visi-misi, tetapi terlebih dahulu menanyakan kabar warga, membahas kondisi jalan desa, serta mendengarkan keluhan petani tentang harga pupuk. Dalam suasana informal tersebut, Muchendi kemudian menyampaikan secara halus rencana program perbaikan infrastruktur dan dukungan untuk sektor pertanian jika terpilih menjadi bupati.

Persuasi politik adalah upaya meyakinkan orang lain dengan argumen rasional maupun emosional. Hutapea (2020) menegaskan bahwa persuasi menjadi inti komunikasi politik karena bertujuan mengubah sikap dan perilaku politik masyarakat. Pasangan Muchendi–Supriyanto melakukan persuasi dengan menyampaikan program kerja serta menonjolkan keberhasilan yang pernah dicapai, sehingga masyarakat memperoleh alasan logis untuk memberikan dukungan. Dalam konteks penelitian ini, pasangan Muchendi–Supriyanto menerapkan strategi persuasi politik secara sistematis dengan memadukan aspek rasional dan emosional dalam setiap aktivitas kampanye. Secara rasional, mereka menekankan pada penyampaian program-program konkret seperti peningkatan kualitas layanan kesehatan gratis melalui BPJS, pembangunan infrastruktur jalan desa, serta pemberdayaan ekonomi lokal berbasis UMKM.

Retorika politik merupakan seni berbicara secara efektif untuk memengaruhi publik. Retorika mencakup gaya bahasa, intonasi, serta simbol-simbol yang menyentuh emosi audiens (Hutapea, 2020). Dalam kampanye akbar, pasangan Muchendi–Supriyanto menggunakan retorika dengan menekankan isu pembangunan daerah, kebersamaan, serta perubahan, yang diharapkan mampu menggugah simpati pemilih. Retorika politik yang diterapkan oleh Muchendi dalam pelaksanaan kampanye Pilkada Kabupaten Ogan Komering Ilir (OKI) tahun 2024 merupakan salah satu strategi komunikasi yang menonjol dalam membangun citra politik dan membentuk kedekatan emosional dengan masyarakat. Berdasarkan hasil pengamatan lapangan, Muchendi menggunakan kemampuan berbicara yang terstruktur, persuasif, serta disesuaikan dengan konteks sosial dan budaya lokal. Retorika yang digunakan tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian visi, misi, dan program kerja, tetapi juga sebagai instrumen untuk menumbuhkan rasa percaya dan keterlibatan masyarakat dalam proses politik.

Propaganda politik dipahami sebagai penyebaran pesan politik secara sistematis untuk membentuk opini publik. Propaganda sering diwujudkan dalam bentuk slogan, simbol, maupun tagar di media massa (Hutapea, 2020). Misalnya, spanduk dan baliho Muchendi–Supriyanto yang memuat slogan politik mereka merupakan bentuk propaganda untuk memperkuat identitas pasangan tersebut di mata masyarakat. Dalam konteks kampanye pasangan Muchendi–Supriyanto pada Pilkada Kabupaten Ogan Komering Ilir tahun 2024, propaganda tidak dimaknai sebagai penyebaran informasi manipulatif,

melainkan sebagai sarana komunikasi politik yang positif dan terencana. Pasangan ini menggunakan propaganda untuk memperkenalkan nilai-nilai yang mereka usung, seperti kebersamaan, kejujuran, dan semangat pembangunan.

Agitasi politik adalah bentuk komunikasi politik yang bertujuan membangkitkan emosi massa agar melakukan tindakan tertentu. Hutapea (2020) menekankan bahwa agitasi berbeda dengan persuasi karena lebih menekankan aspek emosional. Dalam konteks Pilkada, agitasi muncul dalam orasi kampanye yang mengajak masyarakat untuk merasa tidak puas terhadap kondisi sebelumnya dan mendorong mereka mendukung pasangan baru. Dalam konteks kampanye pasangan Muchendi–Supriyanto pada Pilkada Kabupaten Ogan Komering Ilir tahun 2024, propaganda tidak dimaknai sebagai penyebaran informasi manipulatif, melainkan sebagai sarana komunikasi politik yang positif dan terencana. Pasangan ini menggunakan propaganda untuk memperkenalkan nilai-nilai yang mereka usung, seperti kebersamaan, kejujuran, dan semangat pembangunan.

Iklan politik merupakan bentuk komunikasi politik berbayar yang dirancang secara profesional melalui media cetak, elektronik, maupun digital. Iklan politik berfungsi memperkenalkan kandidat, partai, atau kebijakan kepada publik (Hutapea, 2020). Pasangan Muchendi–Supriyanto memanfaatkan baliho, televisi lokal, serta promosi di media sosial seperti Facebook dan Instagram untuk menarik perhatian pemilih, terutama generasi muda. Iklan politik menjadi salah satu instrumen utama dalam strategi komunikasi pasangan Muchendi–Supriyanto, digunakan untuk memperkenalkan program, membangun citra positif, dan menjangkau berbagai segmen pemilih. Pasangan ini memanfaatkan kombinasi media konvensional, seperti televisi lokal, radio, dan baliho, serta media digital melalui platform Instagram, Facebook, YouTube, dan TikTok. Dalam praktiknya, iklan mereka menonjolkan sosok calon yang sederhana, religius, dan dekat dengan masyarakat. Misalnya, Muchendi sering ditampilkan dalam video kegiatan di pasar, sawah, dan acara komunitas, menunjukkan keterlibatan langsungnya dengan rakyat.

Kampanye politik adalah rangkaian kegiatan komunikasi politik yang terorganisir dan terencana untuk memperoleh dukungan masyarakat. Menurut Hutapea (2020), kampanye politik mencakup berbagai bentuk komunikasi, seperti tatap muka, iklan, media sosial, hingga debat publik. Seluruh aktivitas komunikasi pasangan Muchendi–Supriyanto menjelang Pilkada 2024 dapat dipahami sebagai bagian dari strategi kampanye politik untuk memenangkan suara rakyat. Dengan demikian, ketujuh bentuk komunikasi politik tersebut menunjukkan bahwa komunikasi politik tidak hanya terbatas pada pidato atau iklan, tetapi mencakup interaksi sehari-hari, persuasi, propaganda, hingga kampanye terstruktur. Iklan yang berada di wilayah pedesaan maupun perkotaan.

Secara konkret, Muchendi–Supriyanto aktif melakukan kunjungan langsung ke desa-desa, berdialog dengan warga, serta melibatkan tokoh masyarakat dan organisasi lokal dalam kegiatan sosial seperti gotong royong dan bantuan bagi masyarakat terdampak bencana. Di sisi lain, kampanye digital dijalankan melalui media sosial dan website resmi tim pemenangan, dengan konten berupa video singkat, infografis program kerja, serta testimoni masyarakat, sehingga pesan politik mereka dapat diterima secara luas, terutama oleh generasi muda yang lebih aktif di dunia digital.

Dalam konteks Pilkada Ogan Komering Ilir 2024, pasangan Muchendi–Supriyanto memanfaatkan seluruh bentuk komunikasi politik ini sebagai strategi untuk membangun citra, memengaruhi opini publik, dan memperoleh dukungan elektoral. Hal ini relevan dengan penelitian mengenai strategi pemenangan pasangan Muchendi–Supriyanto, karena komunikasi politik menjadi instrumen utama dalam membangun hubungan dengan masyarakat.

Percakapan politik warga di warung kopi atau media sosial, persuasi melalui penyampaian program kerja, hingga retorika dalam kampanye akbar merupakan contoh konkret bagaimana strategi komunikasi digunakan untuk membentuk persepsi publik. Sementara propaganda melalui baliho, iklan di media lokal, dan kampanye digital menjadi sarana untuk memperluas jangkauan pesan politik mereka. Dengan demikian, teori komunikasi politik tidak hanya memberikan landasan konseptual, tetapi juga membantu menjelaskan dinamika strategi yang dijalankan pasangan Muchendi–Supriyanto dalam upaya memenangkan Pilkada Ogan Komering Ilir 2024

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan Politik

Strategi komunikasi politik pasangan Muchendi–Supriyanto dipengaruhi oleh berbagai faktor kontekstual yang saling terkait. Faktor-faktor ini tidak hanya menentukan sejauh mana pesan politik diterima oleh masyarakat, tetapi juga membentuk efektivitas seluruh rangkaian kegiatan kampanye. Berdasarkan temuan penelitian, terdapat lima faktor utama yang memengaruhi keberhasilan dan hambatan strategi komunikasi pasangan calon, yaitu faktor sosial dan budaya masyarakat, faktor media dan teknologi digital, faktor komunikator politik (kredibilitas kandidat), faktor dukungan partai dan struktur organisasi kampanye, serta faktor etika dan integritas politik. Setiap faktor ini akan dibahas secara rinci dengan narasi temuan lapangan, analisis deskriptif, wawancara, serta analisis peneliti.

Faktor Sosial Budaya Masyarakat

Pasangan Muchendi–Supriyanto menerapkan strategi yang sesuai dengan konteks sosial dan budaya masyarakat. Mereka menggunakan bahasa daerah Komering saat membuka pertemuan warga di berbagai kecamatan, sehingga masyarakat merasa dihargai dan lebih dekat secara emosional. Selain itu, pasangan calon rutin mengundang tokoh adat dan tokoh agama untuk memberikan sambutan dalam pengajian, pertemuan kampanye, dan kegiatan sosial. Partisipasi mereka dalam kegiatan sehari-hari, seperti gotong royong membersihkan lingkungan, menyalurkan bantuan untuk perbaikan masjid dan sekolah, hingga bersosialisasi di pasar tradisional, menunjukkan keterlibatan nyata dan kepedulian terhadap kehidupan warga.

Pendekatan komunikasi berbasis budaya lokal dan interaksi personal terbukti meningkatkan penerimaan pesan politik di kalangan masyarakat. Dengan menyesuaikan bahasa, simbol, dan kegiatan sosial, pasangan calon mampu menciptakan kedekatan emosional yang mempermudah masyarakat memahami program kerja dan visi mereka. Hambatan utama terletak pada wilayah terpencil yang memiliki akses komunikasi terbatas. Dalam kondisi ini, metode tatap muka tetap menjadi strategi utama agar informasi politik dapat menjangkau seluruh lapisan masyarakat secara merata.

Faktor Media dan Teknologi

Media dan teknologi digital menjadi salah satu instrumen utama dalam strategi komunikasi politik modern. Platform digital memungkinkan penyebaran informasi yang cepat, jangkauan luas, dan interaksi dua arah antara kandidat dan pemilih. Efektivitas media digital sangat bergantung pada kualitas konten, konsistensi narasi, kemampuan tim untuk menanggapi hoaks, serta kreativitas dalam menyampaikan pesan politik secara menarik dan mudah dipahami oleh berbagai segmen masyarakat.

Selain itu, media digital juga berfungsi sebagai alat membentuk citra kandidat, karena interaksi yang terjadi secara daring dapat memengaruhi persepsi publik terhadap kepribadian dan integritas calon. Dalam praktiknya, pasangan Muchendi–Supriyanto memanfaatkan media digital secara maksimal. Mereka membuat video kampanye dan program kerja yang dikemas dalam format ringan dan menarik di Instagram dan TikTok.

Infografis pembangunan desa dan program sosial dibagikan melalui WhatsApp dan grup Facebook komunitas lokal untuk menjangkau masyarakat yang tidak hadir langsung dalam kampanye. Selain itu, pasangan calon mengadakan live streaming saat berdiskusi dengan warga, sehingga masyarakat tetap dapat mengikuti kegiatan secara real-time. Strategi ini membangun kedekatan psikologis, terutama bagi pemilih muda yang lebih sering mengakses informasi melalui ponsel daripada media televisi atau cetak.

Faktor Dukungan Partai

Tokoh Dukungan partai politik dan struktur organisasi kampanye menjadi salah satu faktor penting dalam efektivitas strategi komunikasi politik. Partai politik menyediakan sumber daya, jaringan, dan legitimasi politik yang dapat memperkuat posisi kandidat di mata masyarakat. Struktur organisasi kampanye yang rapi, koordinasi tim yang baik, dan pembagian tugas yang jelas memungkinkan pelaksanaan kegiatan komunikasi berjalan lancar, sehingga pesan politik dapat diterima secara merata oleh masyarakat. Dalam konteks Pilkada, sinergi antara kandidat dan partai menjadi modal strategis untuk memaksimalkan jangkauan kampanye.

Pasangan Muchendi–Supriyanto mendapatkan dukungan penuh dari partai pengusung, yang terstruktur hingga tingkat kecamatan dan desa. Tim pemenangan terbagi menjadi beberapa divisi, seperti tim digital, tim lapangan, tim logistik, dan tim relawan. Tim lapangan secara rutin mengadakan pertemuan warga, menyebarkan informasi terkait program kerja calon, dan melakukan kunjungan langsung ke masyarakat yang berada di lokasi terpencil. Tim digital bertugas membuat konten kreatif, mengelola media sosial, serta memantau dan merespons informasi yang beredar di masyarakat.

Keterpaduan struktur organisasi kampanye ini memudahkan koordinasi antaranggota dan memastikan pesan politik disampaikan secara konsisten dan tepat sasaran. Dalam konteks Pilkada Kabupaten Ogan Komering Ilir tahun 2024, dukungan partai politik menjadi salah satu faktor yang sangat berpengaruh terhadap kekuatan dan legitimasi calon kepala daerah. Dukungan partai tidak hanya berfungsi sebagai bentuk pengusungan formal, tetapi juga mencerminkan sejauh mana calon mampu membangun jaringan komunikasi dan kepercayaan politik lintas partai

Analisis Teori Strategi Politik

Selama masa kampanye Muchendi Supriyanto sering kali hadir dalam berbagai kondangan warga sebagai bentuk strategi politik yang menekankan pendekatan sosial budaya. Kehadiran tersebut bukan semata-mata untuk memenuhi undangan, melainkan juga sebagai sarana untuk mempererat hubungan dengan masyarakat serta menumbuhkan rasa kebersamaan antara calon pemimpin dan rakyat. Strategi ini menunjukkan bahwa Muchendi memahami karakter masyarakat yang menjunjung tinggi nilai gotong royong, kekeluargaan, dan kedekatan sosial. Dengan demikian, kegiatan menghadiri kondangan menjadi bagian dari upaya memperkuat hubungan emosional sekaligus membangun citra politik yang melekat dengan nilai-nilai budaya lokal masyarakat Ogan Komering Ilir.

Pendekatan komunikasi berbasis budaya lokal dan interaksi personal terbukti meningkatkan penerimaan pesan politik di kalangan masyarakat. Dengan menyesuaikan bahasa, simbol, dan kegiatan sosial, pasangan calon mampu menciptakan kedekatan emosional yang mempermudah masyarakat memahami program kerja dan visi mereka. bahwa faktor dukungan partai politik memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keberhasilan politik Muchendi Supriyanto dalam Pilkada Kabupaten Ogan Komering Ilir 2024. Besarnya jumlah partai pengusung, kekuatan basis suara, serta kemampuan membangun koalisi menunjukkan bahwa Muchendi memiliki modal politik yang kuat dan dukungan struktural yang luas.

Hal ini memperkuat citra dan posisi elektoralnya di tengah persaingan politik lokal. Dukungan partai politik dan struktur organisasi kampanye yang baik meningkatkan efektivitas komunikasi dengan menyediakan sumber daya manusia, logistik, dan jaringan sosial yang luas. Pemilihan lokasi pertemuan strategis, penggunaan media digital, dan keterlibatan relawan menunjukkan bahwa struktur organisasi yang rapi memungkinkan pesan politik tersebar dengan baik. Hambatan yang muncul biasanya terkait koordinasi antarwilayah yang luas, namun mitigasi dilakukan melalui rapat rutin dan sistem pelaporan yang terstruktur.

Simpulan

Penelitian ini mengungkapkan bahwa strategi komunikasi politik pasangan calon Bupati dan Wakil Bupati Muchendi-Supriyanto pada Pilkada Kabupaten Ogan Komering Ilir tahun 2024 dijalankan secara sistematis dan komprehensif dengan mengintegrasikan seluruh bentuk komunikasi politik sebagaimana dijelaskan oleh Hutapea, yaitu percakapan politik, persuasi, retorika, propaganda, agitasi, iklan, dan kampanye politik. Melalui percakapan politik, pasangan ini membangun interaksi langsung dengan masyarakat dalam kegiatan sosial seperti pengajian, kondangan, dan kunjungan ke desa, sehingga menciptakan kedekatan emosional dengan pemilih. Persuasi politik digunakan untuk meyakinkan masyarakat melalui penyampaian program kerja yang konkret seperti BPJS gratis, bantuan pendidikan, dan pembangunan infrastruktur, disertai dengan retorika yang sederhana namun menyentuh aspek moral dan kesejahteraan.

Propaganda politik ditunjukkan melalui penyebaran pesan visual seperti baliho dan slogan "OKI Maju Bersama" yang menegaskan identitas politik inklusif dan pro-rakyat.

Sementara itu, agitasi politik dimanfaatkan secara positif dalam kampanye akbar untuk membangkitkan semangat perubahan dan optimisme masyarakat terhadap kepemimpinan baru. Selain itu, iklan politik digital di media sosial digunakan untuk memperluas jangkauan pesan, terutama bagi pemilih muda, sedangkan kampanye politik tatap muka memperkuat aspek interpersonal dan membangun kepercayaan publik. Sinergi dari ketujuh indikator ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi pasangan Muchendi–Supriyanto bersifat adaptif, berorientasi pada kebutuhan masyarakat, serta berhasil menggabungkan pendekatan tradisional dan modern dalam satu kerangka komunikasi politik yang efektif.

Adapun faktor-faktor yang memengaruhi keberhasilan strategi komunikasi politik pasangan Muchendi–Supriyanto terdiri atas faktor sosial budaya masyarakat, media dan teknologi, kekuatan struktur politik, serta kredibilitas komunikator politik. Faktor sosial budaya masyarakat OKI yang religius dan komunal menjadi landasan bagi pasangan ini untuk membangun pesan politik yang sesuai dengan nilai lokal melalui kegiatan sosial-keagamaan dan simbol kultural yang memperkuat citra kepemimpinan bermoral. Faktor media dan teknologi berperan penting dalam memperluas ruang komunikasi melalui pemanfaatan media sosial sebagai sarana publikasi, interaksi, dan klarifikasi isu negatif. Faktor politik dan kelembagaan juga signifikan, di mana dukungan sepuluh partai politik besar memberikan kekuatan struktural dan jaringan komunikasi hingga ke tingkat desa.

Sementara itu, faktor komunikator politik mencakup kredibilitas Muchendi dan Supriyanto sebagai figur yang dikenal memiliki rekam jejak baik, gaya komunikasi yang santun, serta kemampuan retorika yang membangun kepercayaan masyarakat. Hambatan seperti isu negatif dan keterbatasan infrastruktur komunikasi berhasil diatasi melalui pendekatan persuasif dan komunikasi dua arah yang transparan. Dengan demikian, keberhasilan pasangan Muchendi–Supriyanto tidak hanya disebabkan oleh kekuatan politik dan logistik, tetapi juga oleh keberhasilan mereka menerapkan seluruh indikator teori komunikasi politik secara konsisten dan kontekstual sesuai karakter masyarakat Ogan Komering Ilir.

Daftar Pustaka

- Afriansyah, M. (2020). Strategi komunikasi politik Partai Golkar dalam memenangkan Pilkada Kabupaten Banyuasin tahun 2018.
- Ainun, N. (2021). Strategi komunikasi politik calon kepala daerah di Pilkada Kota Palembang tahun 2020.
- Anggara, S. (2013). Ilmu politik: Sebuah pengantar. Bandung: Pustaka Setia.
- ANTARA News Sumsel. (2025, Januari 9). Muchendi–Supriyanto ditetapkan sebagai pemenang Pilkada OKI 2024. <https://sumsel.antarane.ws.com/berita/769762/muchendi-supriyanto-ditetapkan-sebagai-pemenang-pilkada-oki>
- Aprizal, M. (2017). Strategi Partai Amanat Nasional dalam memenangkan Pilkada di Kabupaten Ogan Komering Ilir tahun 2014. Jurnal Ilmu Politik dan Pemerintahan.

- Arumsari, L. P., Wibisono, A., & Riyadi, S. (2024). Strategi komunikasi politik di era digital dalam Pilkada. Atlantis Press.
- Badan Meteorologi, Klimatologi, dan Geofisika (BMKG) Sumatera Selatan. (2024). Laporan iklim tahunan Provinsi Sumatera Selatan tahun 2024. Palembang: BMKG Sumatera Selatan.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Ogan Komering Ilir. (2024). Kabupaten Ogan Komering Ilir dalam angka 2024. Kayuagung: BPS Kabupaten Ogan Komering Ilir.
- Bawaslu Republik Indonesia. (2022). Indeks kerawanan pemilu dan pilkada serentak. Jakarta: Bawaslu RI.
- BeritaSatu Network. (2024, September 26). Muchendi dan Supriyanto (Muri), pasangan ideal untuk memimpin OKI. <https://www.beritasatu.com/network/sergap/247765/muchendi-dan-supriyanto-muri-pasangan-ideal-untuk-memimpin-oki>
- Bisnis Sumatra. (2025). KPU tetapkan Muchendi–Supriyanto sebagai bupati dan wabup OKI terpilih 2025–2030.
- Bogdan, R. C., & Biklen, S. K. (2022). Qualitative research for education: An introduction to theories and methods (7th ed.). New York: Pearson.
- Budiardjo, M. (1982). Dasar-dasar ilmu politik. Jakarta: Gramedia.
- Creswell, J. W. (2009). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. SAGE Publications.
- Creswell, J. W., & Clark, V. L. P. (2015). *Designing and conducting mixed methods research*. SAGE Publications. <https://doi.org/10.1177/1558689815585364>
- Creswell, J. W., & Clark, V. L. P. (2016). Menggunakan penelitian campuran (mixed methods research) untuk menggabungkan kekuatan penelitian kuantitatif dan kualitatif. *Rajawali Press*.
- Dinas Kebudayaan Provinsi Sumatera Selatan. (2023). Sejarah dan perkembangan budaya Sumatera Selatan. Palembang: Dinas Kebudayaan Provinsi Sumatera Selatan.
- Emzir. (2012). *Metodologi penelitian kualitatif analisis data*. PT Raja Grafindo Persada.
- Firmansyah, J. (2025). Komunikasi politik melalui media sosial sebagai strategi politik: Studi pada pasangan Jarot-Ansori pada pemilu kepala daerah Sumbawa 2024. *Jurnal Pengembangan Masyarakat dan Pemberdayaan Berkelanjutan*, 2(1), 43-58. <https://doi.org/10.31000/kaganga.v2i1.5677>
- Fitriani, D. (2021). Komunikasi politik tim sukses pasangan petahana pada Pilkada OKU Timur tahun 2020.
- Fujilestari, N. A. (2025). Preferensi pemilih dalam pemilihan kepala daerah. *Jurnal Aliansi Universitas Padjadjaran*, 63372, 1-20. <https://doi.org/10.24198/aliansi.v0i0.63372>
- Geovani, L. (2021). *Strategi Partai NasDem dalam meningkatkan elektabilitas pada pemilu tahun 2019 studi DPW NasDem Provinsi Lampung* [Skripsi]. Universitas Lampung.
- Haris, S. (2014). Politik lokal dan dinamika kekuasaan. Jakarta: LP3ES.
- Haryanto, I. (2018). Politik identitas dalam pemilihan kepala daerah. Jakarta: LP3ES.
- Herlina, R. (2020). Peran media sosial dalam kemenangan pasangan calon di Pilkada Kabupaten Musi Banyuasin tahun 2020

- Hidayat, R. (2020). *Manajemen konflik politik di tingkat lokal*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Hurasan, R. (2022). Komunikasi pemasaran politik dalam pemilihan kepala daerah (Studi kasus pemilihan kepala daerah Kabupaten Buru Selatan Provinsi Maluku 2020). *Global Komunika*, 5(1), 1-15. <https://doi.org/10.37010/gk.v5i1.3026>
- Jamiluddin Ritonga. (2018). *Komunikasi politik jalur cepat memahami isu dan strategi kampanye*. Pustaka Indonesia Satu.
- Jendela Sumsel. (2025, Maret 3). Muchendi Mahzareki resmi jabat bupati OKI, fokus benahi asset daerah. <https://www.jendelasumsel.com/2025/03/muchendi-mahzareki-resmi-jabat-bupati.html>
- Jone, Y. M. R. (2022). Strategi komunikasi petahana dalam mempertahankan elektabilitas pada Pilkada Kabupaten Kutai Barat tahun 2020 di Kecamatan Muara Lawa. *Ejournal IP FISIP UNMUL*, 10(2), 1-28.
- Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan. (2023). *Laporan restorasi gambut dan pengendalian kebakaran hutan di Sumatera Selatan*. Jakarta: KLHK RI.
- Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Ogan Komering Ilir. (2025). Keputusan nomor 41 tahun 2025 tentang penetapan pasangan calon terpilih dalam pemilihan bupati dan wakil bupati Ogan Komering Ilir tahun 2024. Kayuagung: KPU Kabupaten Ogan Komering Ilir.
- Kompas Regional. (2024, Oktober 15). Profil Muchendi Mahzareki, calon bupati muda dari Sumatera Selatan. <https://regional.kompas.com>
- Kumparan. (2024, November 2). Muchendi–Supriyanto didukung 10 partai di Pilkada OKI. <https://kumparan.com>
- Miles, H. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook*. SAGE Publications.
- Nurhasanah, D., Rachman, A., & Sulastri, E. (2022). Strategi pemenangan pasangan calon bupati perempuan pada Pilkada Musi Rawas 2020. *Jurnal Komunikasi dan Politik Daerah*.
- Palembang iNews. (2024, Desember 10). Muchendi Mahzareki unggul di OKI, raih 55,9 persen suara. <https://sumsel.inews.id>
- Pemerintah Kabupaten Ogan Komering Ilir. (2024). *Profil daerah Kabupaten Ogan Komering Ilir tahun 2024*. Kayuagung: Pemerintah Kabupaten OKI.
- Pemerintah Kabupaten Ogan Komering Ilir. (2025). *Visi, misi, dan program prioritas bupati dan wakil bupati OKI 2025–2029*. Kayuagung: Pemerintah Kabupaten OKI.
- Prihatmoko, J. (2019). *Pilkada langsung: Filosofi, sistem, dan problematika*. Semarang: Pustaka Zaman.
- Radar Keadilan. (2024). Inilah 7 program prioritas Muchendi–Supriyanto menuju OKI maju bersama. <https://radarkeadilan.com>
- Aprilia, T., Kristiyani, R., & Faturochman, N. (2023). Purposive sampling dalam penelitian kualitatif: Teknik, kriteria, dan aplikasinya. *Jurnal Metodologi Penelitian Pendidikan*, 15(2), 45-62. <https://doi.org/10.37010/jppp.v15i2.2847>
- Rahman, A. (2015). *Pemilihan kepala daerah di era demokrasi langsung*. Bandung: Refika Aditama.

- Rosa, L. (2020). Metode pemenangan Iskandar S.E. dan komunikasi politik komunikator pada Pilkada Kabupaten Ogan Komering Ilir tahun 2018.
- Sander, A. (2019). Marketing politik PDIP dalam Pilkada Kabupaten Ogan Komering Ilir tahun 2018.
- Sari, D. P. (2022). Pengaruh komunikasi politik terhadap elektabilitas calon kepala daerah di Pilkada Sumatera Selatan 2020.
- Setiawan, T. (2022). Strategi pemenangan dalam pemilihan kepala daerah (Studi kasus pasangan Husein Budhi pada Pilkada Banyumas tahun 2013). *Jurnal Ilmu Komunikasi Politik*, 5(2), 45-62. <https://doi.org/10.32382/jikotp.v5i2.1234>
- Sidiq, U., & Choiri, M. (2019). *Metode penelitian kualitatif di bidang pendidikan*. NAUFAL PUSTAKA.
- Sihombing, E. M. F. (2025). *Analisis strategi Partai Golkar sebagai partai pemenang dalam pemilihan legislatif Kota Jambi 2024*. Repository UTS Jambi.
- Sudaryono. (2021). *Metodologi penelitian kuantitatif, kualitatif, dan mix method*. Rajawali Press.
- Sugiyono. (2021). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kualitatif, kuantitatif, dan R&D (Cet. ke-3)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2023). *Metode penelitian kualitatif dan R&D*. Alfabeta. <https://doi.org/10.31219/osf.io/2suw5>
- Suriani, N. (2023). Konsep populasi dan sampling serta pemilihan partisipan dalam penelitian ilmiah. *E-Journal IHSAN*, 11(1), 12-28. <https://doi.org/10.24952/ihsan.v11i1.5587>
- Syahroini, M., Rahman, A., & Fitriani, D. (2022). Strategi komunikasi politik tim pemenangan Panca-Ardani pada Pilkada serentak tahun 2020 di Kabupaten Ogan Ilir. *Jurnal Komunikasi dan Politik Lokal*.
- Syarif, I. (2019). *Politik uang dalam pilkada di Indonesia*. Yogyakarta: Deepublish.
- Syauket, A., Indriasari, R., Prayitno, R. B., Mendrofa, D. E. K., & Cabui, C. E. (2024). *Komunikasi politik pemerintahan*. Malang: Literasi Nusantara Abadi.
- Taufik, C. M., Aditya, K., & Suhaeri. (2024). Komunikasi dan nominasi bakal calon kepala daerah: Popularitas versus elektabilitas. *Jurnal Kebangsaan*, 2(1), 1-25. <https://doi.org/10.34153/kb.v2i1.3494>
- Zuhro, S., Murod, S., Mar'iyah, C., Setiawan, A., & Yunanto, S. (2022). *Dinamika demokrasi, pemilu, dan otonomi daerah di Indonesia*. Jakarta: Universitas Muhammadiyah Jakarta Press.