

Victory of Non-Elite Candidates in Electoral Contestations: An Analysis of Tibrani's Elections in The 2024 Legislative Election

Kemenangan Kandidat Non-Elite dalam Kontestasi Elektoral: Analisis Keterpilihan Tibrani dalam Pileg Tahun 2024

Ardiansah P^{1*}, Aidinil Zetra², Roni Ekha Putera³

^{1,2,3} Universitas Andalas, Padang, Indonesia

Corresponding Author: ardiansahp59@gmail.com

Abstract

This study analyzes the political strategy of Tibrani, a non-elite cadre of the National Awakening Party (PKB), in winning the 2024 Legislative Election in Tengah Ilir Subdistrict, Tebo Regency, Jambi Province. The case contests the notion that economic capital and elite status alone determine political victory. Using a qualitative approach with an intrinsic case study design and an explanatory method, data were collected through in-depth interviews, participatory observations, and documentation. Findings reveal that Tibrani succeeded by engineering social capital, orchestrating social networks, and building a participatory ecosystem. His political communication emphasized narrative, multichannel messaging, and collective identity. The study concludes that non-elite actors can succeed electorally through participatory strategies and community-based approaches. This research contributes to the discourse on alternative political strategies in local democracy.

Keywords: Non-elite Actors; Social Capital; Political Communication; Political Participation; Political Strategy

Abstrak

Penelitian ini menganalisis strategi politik Tibrani, seorang kader non-elite dari Partai Kebangkitan Bangsa (PKB), dalam memenangkan Pemilihan Legislatif 2024 di Kecamatan Tengah Ilir, Kabupaten Tebo, Provinsi Jambi. Fenomena ini menantang asumsi bahwa kemenangan politik hanya ditentukan oleh modal ekonomi dan status elite. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus intrinsik dan metode eksplanatif. Data diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan dokumentasi. Hasil menunjukkan bahwa Tibrani berhasil membangun kekuatan politik melalui rekayasa modal sosial, orkestrasi jejaring sosial, dan pembangunan ekosistem partisipatif. Komunikasi politik yang dilakukan berbasis naratif dan multisaluran serta menekankan pada identitas kolektif. Keberhasilan Tibrani sebagai aktor non-elite dalam kontestasi elektoral dapat dicapai melalui strategi partisipatif dan pendekatan berbasis komunitas. Penelitian ini membuka ruang bagi pengembangan strategi politik alternatif di ranah politik lokal.

Kata kunci: Aktor non-Elite; Komunikasi Politik; Modal Sosial; Partisipasi Politik; Strategi Politik

1. Pendahuluan

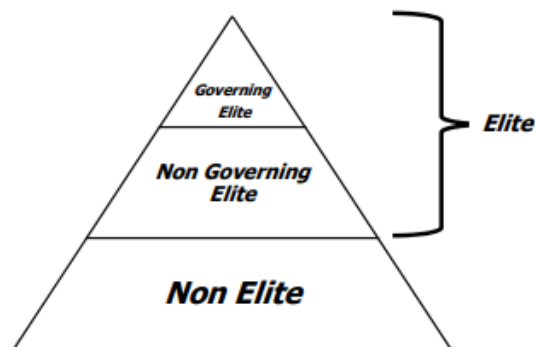
Topik menarik dalam diskursus kepemimpinan politik dan pemerintahan kontemporer, adalah fenomena terpilihnya aktor non-elite dalam kontestasi elektoral yang diselenggarakan. Sebagai contoh yakni terpilihnya Joko Widodo (Jokowi) yang hanya seorang ‘petugas partai’, hingga menjadi

orang nomor satu dalam kekuasaan politik dan pemerintahan (Tempo.co, 2018). Awalnya, Jokowi berhasil menjadi Walikota Solo (2005-2012), kemudian Gubernur DKI Jakarta (2012-2014), hingga terakhir menjadi Presiden Republik Indonesia (tahun 2014-2024) ke tujuh. Selain Jokowi juga terdapat figur lain yang berhasil menempati posisi

dalam ranah kepemimpinan politik dan pemerintahan, namun bukan seseorang yang memiliki status tinggi seperti halnya para elite. Misalnya, Anies R. Baswedan yang pernah menjadi Menteri Pendidikan dan Kebudayaan (Mendikbud) (2014-2016), dan menjadi Gubernur DKI Jakarta (2017-2022) adalah suatu anomali lainnya dalam kepemimpinan politik dan pemerintahan karena bukan kader partai politik (partai).

Teori elite hanya menjelaskan bahwa individu yang berhasil menduduki posisi puncak dalam suatu sistem baik politik, ekonomi, sosial, dan lain sebagainya dikarenakan dua hal (Schoorl, 1980). Pertama, individu tersebut merupakan bagian dari elite. Perspektif ini menekankan bahwa terjadi sirkulasi (perputaran) kedudukan antara elite

yang satu dengan elite yang lainnya. Kedua, para elite tadi dalam interaksinya juga rentan karena kerap menjalin kesepakatan (konsensus), ataupun pertentangan (konflik) di antara mereka. Sehingga, memungkinkan untuk terjadinya pergeseran kedudukan di dalam area yang mereka kuasai. Para teoritis elite seperti Gaetano Mosca; Vilfredo Pareto; Suzanne Keller; serta C. Wright Mills memandang elite sebagai puncak suatu strata sosial (Haryanto, 2017). Istilah elite sendiri berasal dari bahasa Latin *eligere* yang memiliki arti “yang terpilih”, sedangkan lawan dari elite adalah “massa” yaitu mereka “yang dikuasai” (Petrecka, 2021). Berikut grafik stratifikasi sosial masyarakat menurut Pareto dan Mosca dalam (Hagopian, 1978, p. 224):



Gambar 1. Stratifikasi Sosial Masyarakat Menurut Pareto dan Mosca

Penjabaran lebih lanjut mengenai teori elite salah satunya menyebutkan bahwa elite terbagi pula atas elite yang berkuasa (*governing elite*), dan elite yang tidak berkuasa (*non-governing elite*) (Edwards, 2008). Kekuasaan elite Pertanyaan kemudian muncul bagaimana caranya seseorang dapat ikut berkuasa (*governing*) namun tidak berada dalam kedudukan sebagai elite? Sederhananya, mereka adalah individu yang awalnya bukan siapa-siapa (*massa*), namun akhirnya dapat berada dalam satu lingkaran dengan para penguasa (*elite*). Fenomena yang dialami oleh Jokowi maupun Anies Baswedan dari seseorang yang *non-elite*, kemudian menjadi elite yang berkuasa (*governing elite*) juga dialami oleh Duterte di Filipina, Donald

Trump di Amerika Serikat, serta Jair Bolsonaro di Brasil yang dekat dengan rakyat serta bersifat populis. Hanya saja kesamaan dari Duterte, Trump, dan Bolsonaro mereka sering mengkritik rezim atau situasi sosial, sehingga mereka dipercayai memiliki alternatif pandangan dan tindakan apabila disertai tampuk kekuasaan. Situasi serupa namun cukup berbeda dalam konteks lokal Indonesia juga terjadi pada Tibrani, dalam momen kontestasi elektoral Pemilihan Umum Legislatif (Pileg) Tahun 2024 di Kecamatan Tengah Ilir, Kabupaten Tebo, Provinsi Jambi sesuai gambar perolehan suara hasil pileg di bawah:

NO URUT	PARTAI POLITIK/NAMA CALON	SUARA SAH	PERINGKAT SUARA SAH CALON
(1)	(2)	(3)	(4)
1	Partai Kebangkitan Bangsa	563	
1	TIBRANI	2328	1
2	AMER MUAMAR, S.E.Sy.	237	4
3	RICKA IRA SAFITRI	25	6
4	MUKHSIN	51	5
5	SONI HADI SUSANTO, S.I.P.	463	3
6	ASIH SUMIWI	8	8
7	LIDYA ELFAYUNI	11	7
8	ILHAMUDDIN	1726	2

Gambar 2. Perolehan Hasil Suara Partai Politik dan Calon PKB Pileg Tahun 2024
Sumber: KPU Kabupaten Tebo, 2024

Tibrani hanyalah seorang ‘kader biasa’ dari Partai Kebangkitan Bangsa (PKB), namun berhasil memperoleh 2.328 suara dan

Bupati

(Wabup) sekaligus Ketua DPD Partai Amanat Nasional (PAN) Kabupaten Tebo, dan Pardamean Ritonga, yang merupakan Ketua DPC Partai Gerindra Kabupaten Tebo. Kemenangan yang Tibrani capai mengandalkan kekuatan jaringan sosial, dan kedekatan emosional dengan masyarakat menjadi suatu kasus yang menarik. Sekaligus hal ini menantang narasi dominan mengenai pentingnya modal ekonomi, maupun status elite dalam politik lokal. Kasus ini menunjukkan bahwa keberhasilan dalam momentum kontestasi elektoral, tidak semata-mata ditentukan oleh besar-kecilnya modal ekonomi, struktur kekuasaan formal yang dimiliki, atau *personal branding* dari seorang kandidat (Rahayu, Astuti, & Fitriyah, 2025).

Banyak kasus dalam demokrasi kontemporer juga menunjukkan misalnya kandidat petahana, justru menemui kekalahan dan tumbang ketika maju kembali dalam kontestasi yang diselenggarakan (Rahayu, Astuti, & Fitriyah, 2025; Sami an & Harmonis, 2024). Kemenangan dapat ditentukan banyak faktor, seperti: kemampuan membangun strategi politik yang efektif (Situmorang, Silviani, & Ginting, 2023; Triaplany, Syawaludin, & Viana, 2020); berakar pada kekuatan modal sosial (Putri,

mengalahkan tokoh-tokoh politik yang sudah mapan di daerahnya. Rival politiknya antara lain Hamdi, mantan Wakil

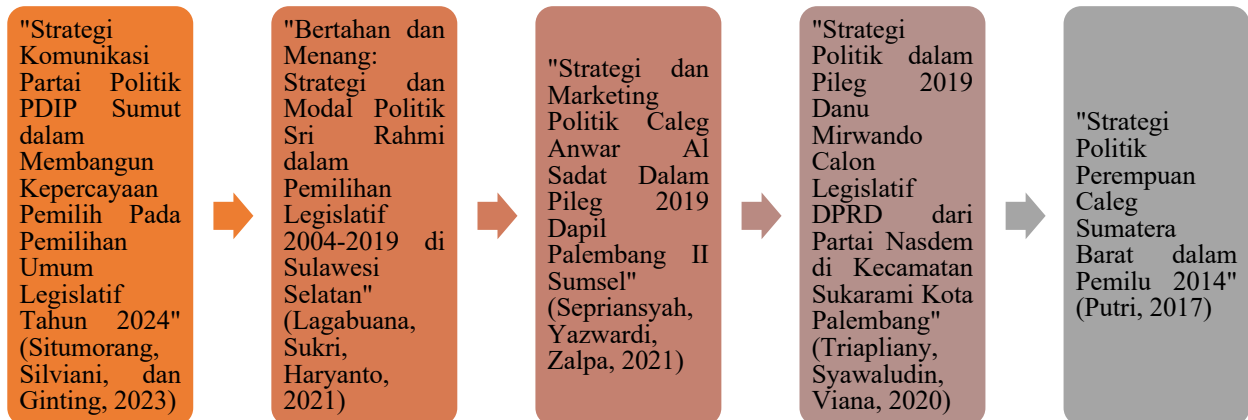
2017); serta komunikasi politik yang persuasif (Sepriansyah, Yazwardi, & Zalpa, 2021). Modal sosial berupa kepercayaan, jaringan kekerabatan, dan hubungan patron-klien (Lagabuana, Sukri, & Haryanto, 2021; Putri, 2017) yang dibangun secara informal menjadi kekuatan utama dalam menggerakkan dukungan masyarakat. Hal ini seperti yang diungkapkan Pierre Bourdieu (1986) mengenai empat jenis modal, yaitu: modal ekonomi; sosial; kultural; dan simbolik yang dapat mempengaruhi posisi dan keberhasilan individu dalam struktur sosial (Efendi, Amir, & Alika, 2023).

Dalam kasus Tibrani ini kekuatan utamanya terletak pada modal sosial, dan juga modal simbolik yang dibangun jauh sebelum masa kampanye atau hari pemilihan. Hal ini diperkuat oleh pendekatan komunikasi politik yang menekankan pentingnya narasi, citra, dan saluran komunikasi yang tepat untuk membentuk opini publik dan membangun kepercayaan pemilih (Muchtar, 2016). Kemenangan Tibrani juga menantang dominasi narasi politik transaksional, dan patronase yang kerap menjadi penjelasan utama dalam literatur politik lokal di Indonesia (Aspinall & Sukmajati, 2016). Berbeda dari kandidat lain yang

mengandalkan logika transaksional dan relasi patron-klien tradisional, Tibrani justru menggunakan pendekatan partisipatif dan keterlibatan aktif dalam kehidupan sosial-keagamaan masyarakat sebagai modal

politik. Hal ini mencerminkan pergeseran dalam preferensi pemilih, terutama di daerah rural yang semakin rasional dalam menentukan pilihan politiknya.

Bagan 1. Metadata Kajian Relevan



Sumber: Diolah dari (Situmorang, Silviani, & Ginting, 2023; Lagabuana, Sukri, & Haryanto, 2021; Sepriansyah, Yazwardi, & Zalpa, 2021; Triaplany, Syawaludin, & Viana, 2020; Putri, 2017)

Berbagai kajian terdahulu sebelumnya, dirangkum dalam bagan 1 di atas dengan keterbatasan pembahasan tentang tema strategi politik, komunikasi politik, dan modal sosial dalam pemilu. Kajian-kajian tersebut juga hanya mengambil fokus pada daerah perkotaan atau Pemilu Kepala Daerah (Pilkada). Dari sisi lokus juga masih sedikit tulisan yang membahas faktor yang mempengaruhi kemenangan seorang kandidat non-elite dalam kontestasi elektoral di tingkat daerah, khususnya daerah yang ada di wilayah pedesaan Sumatra. Artikel ini hadir untuk

mengisi kekosongan celah tersebut yang secara khusus, bertujuan untuk menganalisis strategi politik individu sebagai kader non-elite dalam memanfaatkan keterbatasan modal dan sumberdaya untuk memenangkan kontestasi politik elektoral. Tulisan ini dibagi kepada beberapa poin antara lain: bagaimana strategi politik Tibrani dalam Pileg Tahun 2024 di Kabupaten Tebo, apa saja faktor-faktor pendukung keberhasilan strategi politik Tibrani, dan seperti apa langkah-langkah yang diambil oleh Tibrani dalam menarik simpati serta kepercayaan dari para pemilih.

2. Perspektif Teori

Konseptualisasi Strategi Politik

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), strategi adalah rencana jangka panjang dengan diikuti oleh tindakan-tindakan yang ditujukan untuk mencapai tujuan tertentu, yang umumnya adalah kemenangan. Menurut Jack Plano sebagaimana dikutip (Putri, 2017, p. 78) strategi merupakan rencana-rencana yang menyeluruh atau berjangka panjang, yang mencakup serangkaian gerakan yang langsung

diarahkan untuk mencapai tujuan yang menyeluruh. Sementara Peter Schroder mendefinisikan strategi secara spesifik ke arah politik, yakni: strategi yang digunakan untuk mewujudkan cita-cita politik, dan cita-cita politik itu adalah memperoleh kekuasaan.

Tanpa keberadaan strategi politik yang matang maka perubahan jangka panjang sama sekali tidak dapat diwujudkan. Istilah ‘strategi’ sendiri berasal dari bahasa Yunani “*strategos*” merujuk pada seorang komandan, atau

panglima perang yang memimpin suatu pertempuran untuk mencapai kemenangan. Dengan demikian strategi politik merupakan rumusan terhadap rencana-rencana menyeluruh dan jangka panjang untuk mencapai tujuan atau cita-cita politik yang dilaksanakan baik secara individu, berpasangan, ataupun berkelompok (kelembagaan). Hal ini juga dilakukan Tibrani dalam gelaran pileg yang dihelat pada tahun 2024 di wilayah Tengah Ilir, Kabupaten Tebo.

Konseptualisasi Partisipasi Politik dan Modal Sosial

Partisipasi didefinisikan sebagai keikutsertaan secara sukarela atau proses ambil bagian dalam suatu kegiatan (Theresia, Andini, & Mardikanto, 2014, p. 196). Sementara partisipasi politik bermakna keikutsertaan atau keterlibatan dari warga negara dalam penentuan terhadap keputusan pemerintah (Miriam Budiardjo (Ed), 1982). Pelaksanaan demokrasi baik tingkat nasional maupun lokal dengan pemilu dan pemilu daerah, memberikan jaminan bagi setiap orang untuk dapat mengekspresikan hak politik yang mereka miliki. Sementara modal didefinisikan sebagai sumberdaya yang dimiliki baik perseorangan atau berkelompok guna mewujudkan tujuan bersama. Dalam konteks ini modal sosial merujuk kepada salah satu sumberdaya yang dimiliki calon, paslon, atau parpol yang dapat dialokasikan dalam suatu kontestasi yang dapat berbentuk jaringan, kepercayaan, serta norma-norma untuk mencapai tujuan bersama (Suryawan, 2017).

Pemilu Tahun 2024 merupakan Pemilu Serentak gelombang pertama dalam sejarah kepolitikan dan pemerintahan di Indonesia. Pemilu ini dirancang dalam rangka untuk memilih presiden-wakil presiden (pilpres-eksekutif), serta anggota dewan perwakilan rakyat (pileg-legislatif). Untuk pileg terbagi lagi menjadi pileg nasional dan daerah sehingga secara logistik kepemiluan, pelaksanaan pemungutan dan penghitungan

suara (tungsura) melibatkan penggunaan lima kotak dengan warna yang berbeda. Kendati memiliki desain yang kompleks dan terjadi polarisasi terhadap animo masyarakat dalam menyambut setiap tahapannya, penyelenggaraan pemilu ini berhasil meningkatkan partisipasi pemilih hingga ke angka 78%. Dalam konteks lokal penyelenggaraan pemilu ini sempat mengalihkan atensi publik ke arena pilpres, sehingga terkesan mengabaikan pileg yang juga sama pentingnya dalam melaksanakan seleksi terhadap perwakilan politik dan pemerintahan.

Konseptualisasi Komunikasi dan Marketing Politik

Komunikasi didefinisikan sebagai proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan (komunikee) melalui saluran (*channel*) atau media dengan efek tertentu. Apabila dikaitkan dengan istilah politik maka memiliki pengertian proses penyampaian pesan oleh dan dari aktor, melalui suatu saluran (*channel*) atau media dengan mengharapkan efek politik tertentu (Nimmo, 1999, p. 10). Istilah marketing berasal dari kata *market* – yakni pasar, yang merupakan tempat terjadinya proses jual-beli antara pedagang dengan pembeli. Sementara marketing politik adalah proses pemasaran calon, paslon, atau parpol dengan tujuan dapat diterima (dipilih) oleh pemilih atau konstituen dengan berdasarkan pertimbangan-pertimbangan (Ardika, 2025; Nurhidayat, 2023; Hakim, et al., 2022; Sepriansyah, Yazwardi, & Zalpa, 2021).

Kontestasi politik elektoral berupa pileg 2024 dianggap sebagai pasar tempat bertemunya antara penjual dengan pembeli. Penjual dalam konteks ini adalah calon, paslon, atau parpol sementara pembeli adalah para pemilih atau konstituen. Dari sisi penjual ataupun pembeli, transaksi atau pertukaran/*exchange* (disini dianalogikan sebagai pemilihan atau pemberian suara) dapat terjadi saat kedua belah pihak sama-sama

mempertimbangkan 4P yaitu: *product*, *price*, *positioning*, dan *promotion*. Tibrani selaku kontestan dalam pileg 2024 di Kecamatan Tengah Ilir, Kabupaten Tebo, jauh hari sebelum pemilihan telah berhasil mempromosikan dan memposisikan dirinya dihadapan khalayak meski belum membawa agenda politik tertentu. Ketika kontestasi terjadi dan dirinya ikut serta, maka otomatis para pemilih dengan sukarela memilihnya sehingga terpilih sebagai pemenang.

3. Metode

Menurut Yin (2011), desain eksplanatif sangat sesuai untuk penelitian studi kasus karena memungkinkan peneliti melacak hubungan operasional suatu fenomena dari waktu ke waktu, tidak hanya frekuensi atau kejadiannya saja. Dalam konteks penelitian ini, desain secara eksplanatif memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi factor-faktor yang berkontribusi pada keberhasilan strategi politik Tibrani, menjelaskan bagaimana strategi tersebut diimplementasikan, menganalisis mengapa strategi tersebut

efektif, serta menunjukkan hubungan kausal antara Tindakan-tindakan spesifik dan hasil yang dicapai sehubungan dengan kontestasi electoral 2024 di Kecamatan Tengah Ilir, Kabupaten Tebo, Provinsi Jambi.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif (Moleong, 2016). Pendekatan ini dipilih karena mampu menghasilkan data berupa kata-kata tertulis maupun lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Secara spesifik, penelitian ini menggunakan model studi kasus dengan jenis *intrinsic*. Studi kasus *intrinsic* merupakan penelitian yang dilakukan karena ketertarikan atau kepedulian pada suatu kasus khusus. Dalam konteks penelitian ini, kasus khusus yang dimaksud adalah keberhasilan strategi politik Tibrani pada pileg tahun 2024 yang mengantarkannya menjadi anggota legislative (*aleg*) di Kabupaten Tebo. Tulisan ini memiliki sejumlah informan yang terdiri atas informan pelaku dan informan pengamat yang terangkum dalam table 1 di bawah ini.

Tabel 1. Informan Penelitian

No	Nama/Jabatan/Posisi	Jumlah	Keterangan
1.	Tibrani/Caleg Terpilih	1 orang	Pengamat
2.	BPD Desa	2 orang	
3.	Tokoh Agama	1 orang	
4.	Tokoh Adat	1 orang	
5.	Tokoh Masyarakat	7 orang	
6.	Tim Sukses Tibrani	6 orang	
7.	Kepala Desa	2 orang	
	Jumlah	20 orang	

Sumber: Olahan Penulis, 2025

4. Hasil dan Pembahasan

A. Strategi Politik Tibrani dalam Pemilihan Legislatif 2024

1. **Rekayasa Modal Sosial:** Dari Hubungan Individual ke Jejaring Kolektif

Penelitian yang dilakukan mengungkapkan bahwa strategi paling *distingtif* Tibrani terletak pada kemampuannya melakukan “rekayasa modal sosial” yang sistematis. Berbeda dengan konsepsi modal sosial yang konvensional, Tibrani mengembangkan pendekatan yang

mentransformasi modal sosial dari sekadar aset individual menjadi kekuatan kolektif. Berikut tiga strategi rekayasa modal sosial yang dilaksanakan Tibrani menjelang kontestasi diselenggarakan **(Hasil Wawancara dengan Informan Pelaku/Tibrani, 2024):**

a. *Trust Cultivation*: Menanam dan Merawat Kepercayaan

Tibrani menerapkan pendekatan menanam dan merawat kepercayaan, melalui keterlibatan organik serta berkelanjutan dalam kehidupan masyarakat. Tibrani telah terlibat dalam kegiatan komunitas jauh sebelum konteks politik formal dimulai. Dokumentasi lapangan mengungkapkan pola keterlibatan yang menarik, bahwa Tibrani hadir dalam berbagai momen kritis komunitas. Hal ini terlihat mulai dari musyawarah komunitas pemuda pancasila tanah di Desa Lubuk Mandarsah; fasilitasi akses layanan kesehatan dengan penyediaan mobil *ambulance*; hingga pendampingan terhadap kelompok pengajian ibu-ibu. Kesemuanya ini tidak bersifat seremonial, melainkan substantif dan berkesinambungan.

b. *Network Orchestration*: Orkestrator Jejaring Sosial

Temuan signifikan dalam studi ini adalah, kemampuan Tibrani melakukan “*network orchestration*” atau orkestrasi jejaring sosial yang kompleks dan beragam. Analisis jaringan sosial yang penulis lakukan mengungkapkan bahwa Tibrani berhasil membangun keterkaitan antara berbagai *cluster* sosial yang sebelumnya tidak terkoneksi. Pemetaan jaringan menunjukkan bahwa Tibrani berperan sebagai “*network orchestrator*” yang menghubungkan setidaknya 14 kelompok sosial berbeda—mulai dari komunitas agama, kelompok tani, paguyuban profesi, komunitas pemuda, hingga forum-forum informal seperti kelompok arisan dan warung kopi. Keunikan pendekatan ini terletak pada kemampuan Tibrani menciptakan “*collaborative*

ecosystem” dimana berbagai kelompok sosial yang sebelumnya terpisah mulai berinteraksi dan berkolaborasi. Sebagai contoh, Tibrani memfasilitasi kerjasama antara kelompok tani Muara Kilis dengan komunitas pedagang di Penapalan untuk membangun rantai pasok langsung, mengeliminasi tengkulak, dan meningkatkan pendapatan para petani, bahkan memasukan masyarakat untuk mendapatkan pekerjaan di perusahaan-perusahaan yang ada di Tengah Ilir **(Hasil Wawancara dengan Informan Pengamat/Raden Fahmi, 2025).**

Analisis *network mapping* juga mengungkapkan fenomena “*structural bridges*” dimana Tibrani membangun jembatan struktural antara kelompok-kelompok yang sebelumnya terpisah secara sosio-kultural. Salah satu contoh paling menonjol adalah inisiatif “Kamisan Mengaji”, yang mempertemukan antara komunitas pesantren tradisional dengan kelompok pemuda urban dalam format diskusi tematik yang mengangkat isu-isu sosial-kemasyarakatan dari perspektif agama dan kekinian **(Hasil Wawancara dengan Informan Pengamat/Anwar Sadat, 2024).**

c. *Participatory Ecosystem Building*: Ekosistem Partisipatif

Dimensi ketiga dari strategi rekayasa modal sosial Tibrani adalah pembangunan “*participatory ecosystem*” ekosistem partisipasi yang memungkinkan warga aktif menyuarakan aspirasi dan terlibat dalam proses-proses politik. Tibrani mengembangkan beberapa platform partisipasi inovatif **(Hasil Wawancara dengan Informan Pengamat/Ketua BPD Desa Penapalan/Arpan, 2024):**

- Forum Rembug Desa:

Forum deliberatif di setiap desa yang mempertemukan berbagai elemen masyarakat untuk mendiskusikan permasalahan dan mengembangkan solusi berbasis komunitas. Dokumentasi menunjukkan bahwa forum ini berlangsung rutin setiap bulan dengan rata-rata partisipasi 30-70 warga per desa.

- Aplikasi “Suara Warga”:

Platform digital sederhana berbasis Whats App Group (WAG) yang terstruktur untuk menampung aspirasi, keluhan, dan usulan warga.

- Jaringan Relawan Desa:

Struktur relawan berbasis komunitas yang dibentuk bukan semata untuk kepentingan elektoral, melainkan sebagai “*community organizing*” yang berkelanjutan.

B. Politik Resonansi: Transformasi Modal Politik dalam Konteks Lokal

Penelitian ini mengungkapkan fenomena menarik yang disebut sebagai “politik resonansi” yaitu: kemampuan Tibrani menggemakan keterbatasan modal politik konvensional yang dimilikinya, untuk menjadi keunggulan strategis melalui resonansi dengan aspirasi masyarakat. Dua dimensi modal politik yang berhasil direayasa oleh Tibrani adalah modal finansial dan modal struktural-institusional.

1. Transformasi Modal Finansial: Dari Transaksi ke Investasi Sosial

Analisis dokumen Laporan Dana Kampanye menunjukkan bahwa total pengeluaran kampanye Tibrani (Rp 127,5 juta) secara signifikan lebih rendah dibandingkan pesaing utama yaitu Muhammad yamin, Parda Ritonga dan Hamndi. Namun, alih-alih menjadi keterbatasan, Tibrani mentransformasi pengelolaan finansial menjadi keunggulan strategis melalui tiga pendekatan inovatif (**Hasil Wawancara dengan Informan Pengamat/Wagirin, 2024**):

- *Community-Centered Budgeting*:

Dari total anggaran kampanye, 67% dialokasikan untuk kegiatan berbasis komunitas yang berdampak langsung pada kehidupan warga. Dokumentasi menunjukkan bahwa Tibrani mengalokasikan Rp 85,4 juta untuk inisiatif seperti pelatihan keterampilan petani, pengembangan usaha mikro

perempuan, dan program pembinaan olahraga untuk pemuda.

Strategi ini mencerminkan perubahan paradigma kampanye dari konsumsi simbolik (seperti spanduk, baliho, dan iklan) ke bentuk investasi sosial yang konkret. Fokus pada kegiatan yang berdampak langsung terhadap kehidupan masyarakat, seperti infrastruktur pertanian, menunjukkan bahwa Tibrani menempatkan kesejahteraan warga sebagai prioritas politik. Strategi ini juga membangun hubungan jangka panjang karena warga melihat hasil nyata, bukan janji kosong. Loyalitas pun terbentuk bukan karena hadiah sesaat, tetapi karena pengalaman bersama dalam pembangunan (**Hasil Wawancara dengan Informan Pengamat/Wagiran, 2024**).

- *Micro-targetted Resources Allocation*:

Alih-alih menggunakan pendekatan “*carpet bombing*” dalam alokasi sumber daya, Tibrani menerapkan strategi alokasi sumber daya yang sangat presisi dan terarah pada kebutuhan spesifik setiap segmen masyarakat. Analisis rinci terhadap pengeluaran kampanye menunjukkan bahwa Tibrani mengalokasikan sumber daya berdasarkan pemetaan kebutuhan masyarakat yang dilakukan tim riil lapangannya. Sebagai contoh, di Desa Penapalan yang sebagian besar warganya adalah petani karet, alokasi dana difokuskan pada program pemberdayaan petani karet dan diversifikasi usaha. Sementara di Desa Muara Kilis yang banyak dihuni pemuda, fokus alokasi pada program kewirausahaan digital (**Hasil Wawancara dengan Informan Pengamat/Koordinator Tim Relawan Tibrani/Darmawan, 2025**).

- *Collaborative Financing*:

Inovasi disruptif yang Tibrani dalam pengelolaan finansial adalah, mengembangkan model “*collaborative financing*” dimana sumber daya kampanye digabungkan dengan sumber daya komunitas dan institusi untuk menciptakan keuntungan

(*leverage*) yang lebih besar. Dokumentasi menunjukkan bahwa dari 14 program komunitas yang diinisiasi Tibrani selama kampanye, 9 di antaranya merupakan program kolaboratif yang melibatkan kontribusi dana dari masyarakat, akses ke program pemerintah, atau dukungan dari sektor swasta. Kolaborasi ini menghasilkan efek *leverage* dimana setiap rupiah yang dikeluarkan Tibrani berhasil menggerakkan 3-4 rupiah dari sumber lain (**Hasil Wawancara dengan Informan Pengamat/Pemilih Tibrani dalam Pileg/Radion, 2025**).

Transformasi modal finansial ini menciptakan narasi baru dalam kampanye: Tibrani berhasil memposisikan diri bukan sebagai ‘patron’ yang mendistribusikan sumber daya, melainkan sebagai katalis yang memobilisasi dan mengoptimalkan potensi sumber daya yang ada di masyarakat. Pendekatan ini menghasilkan efisiensi alokasi finansial dan sekaligus membangun legitimasi politik yang lebih kuat karena berbasis pemberdayaan, bukan ketergantungan (*dependensi*).

2. Rekonstruksi Modal Struktural-Institusional: Dari Hierarki ke Jejaring

Berhadapan dengan pesaing yang memiliki modal struktural-institusional yang kuat (jaringan birokrasi dan struktur partai), Tibrani melakukan rekonstruksi radikal terhadap konsep kekuatan struktural melalui tiga strategi:

a. *Hybrid organization structure*:

Tibrani mengembangkan struktur organisasi hibrid yang menggabungkan elemen formal dengan jaringan informal. Alih-alih mengandalkan struktur partai yang hierarkis, ia membangun tim pemenangan yang bersifat adaptif dan responsif. Pemetaan secara organisasi menunjukkan struktur yang menarik bahwa Tibrani membentuk: tim inti yang terdiri dari 15 orang dengan pembagian peran berbasis fungsi (bukan wilayah), sementara di tingkat desa dikembangkan model “kader penggerak” yang tidak kaku

secara struktural tapi solid secara fungsional (**Hasil Wawancara dengan Informan Pengamat/Tim Sukses Tibrani/Wanazir, 2025**).

b. *Network-Based Political Mobilization*:

Menghadapi keterbatasan jaringan partai, Tibrani mengembangkan model mobilisasi politik berbasis jejaring yang mengandalkan *influencer* lokal dan tokoh-tokoh informal. *Social Network Analysis* mengungkapkan bahwa Tibrani telah membangun jaringan mobilisasi yang terdiri dari 72 pemengaruh (*influencer*) lokal yang tersebar dan berada di enam desa. Para *influencer* ini bukan merupakan bagian dari struktur partai atau birokrasi, melainkan tokoh-tokoh yang memiliki pengaruh sosial, seperti: guru; pedagang populer; ketua kelompok tani; atau bahkan pemilik warung kopi yang ramai (**Hasil Wawancara dengan Informan Pengamat/Pemilih dan Loyalis Tibrani/Novi Firmansyah, 2025**).

c. *Institutional Bypassing*:

Strategi inovatif lainnya yang diterapkan Tibrani adalah “*institutional bypassing*” mengembangkan mekanisme alternatif untuk mengakses sumber daya dan legitimasi tanpa harus bergantung pada institusi politik formal. Dokumentasi menunjukkan bahwa Tibrani berhasil mengembangkan 5 forum *multi-stakeholder* yang mempertemukan masyarakat langsung dengan pengambil kebijakan di level kabupaten serta mengatasi hambatan birokrasi di tingkat kecamatan. Forum-forum ini memberi akses langsung bagi warga untuk menyuarakan aspirasi dan sekaligus memperkuat posisi Tibrani sebagai fasilitator kepentingan masyarakat (**Hasil Wawancara dengan Informan Pengamat/ Konstituen Tibrani/Firdaus, 2025**).

Melalui strategi *hybrid organizational structure*, *network-based mobilization*, dan *institutional bypassing* yang dijelaskan di atas, Tibrani berhasil mentransformasi keterbatasan modal struktural-institusional menjadi keunggulan adaptif. Ia membuktikan bahwa

dalam konteks politik lokal yang dinamis, struktur organisasi yang adaptif dan jejaring yang responsif dapat menjadi alternatif efektif terhadap modal politik konvensional yang berbasis institusi formal dan hierarki birokratis.

Fenomena ‘politik resonansi’ yang dipraktikkan Tibrani menunjukkan bahwa keberhasilan politik tidak selalu bergantung pada kuantitas modal yang dimiliki, tetapi lebih pada kemampuan menciptakan resonansi antara strategi politik dengan konteks sosio-kultural dan aspirasi masyarakat. Tibrani bukan sekadar memanfaatkan modal yang ada, tetapi mentransformasinya menjadi pola baru yang lebih selaras dengan dinamika demokrasi lokal kontemporer.

C. Komunikasi Naratif Strategis: Dari Persuasi ke Konstruksi Identitas Kolektif

Berdasarkan penelitian yang dilakukan mengungkapkan dimensi paling distingtif lainnya dari strategi komunikasi politik Tibrani: kemampuannya mengembangkan “komunikasi naratif strategis”. Maksudnya, Tibrani mentransformasi komunikasi politik dari sekadar persuasi elektoral menjadi konstruksi dengan melibatkan identitas kolektif. Tibrani mengembangkan arsitektur komunikasi yang kompleks dan berlapis, mencakup tiga strategi utama:

1. *Narrative Reframing*: Mengubah Kerangka Narasi Politik:

Tibrani melakukan “*narrative reframing*” yang mengubah kerangka narasi politik lokal dari kontestasi kekuasaan menjadi kolaborasi pembangunan. Analisis konten terhadap 47 pidato dan 176 pernyataan publik Tibrani mengungkapkan pola yang konsisten: penolakan terhadap dikotomi politik konvensional dan penekanan pada narasi kolaboratif. Beberapa karakteristik kunci dari *narrative reframing* yang dilakukan Tibrani:

- a. Penolakan Dikotomi Politik Konvensional:

Tibrani secara konsisten menghindari dikotomi yang umum dalam komunikasi politik lokal seperti ‘penguasa-rakyat’; ‘pemerintah-masyarakat’; atau ‘pemenang-pecundang’. Ia menawarkan kerangka narasi alternatif yang menempatkan semua pihak sebagai kolaborator dalam pembangunan. Tekstual analisis terhadap penggunaan diksi dan metafora dalam pidato-pidato Tibrani menunjukkan preferensi kuat pada kata-kata yang menekankan kebersamaan (frekuensi sebesar 78%), seperti ‘kita’; ‘bersama’; ‘gotong royong’; dan ‘kerjasama’ dibandingkan kata-kata yang menekankan pertentangan (frekuensi 7%) seperti ‘lawan’; ‘melawan’; atau ‘mengalahkan’.

- b. Narasi Pemberdayaan vs Politik Transaksional:

Tibrani menggeser narasi politik dari transaksional menjadi kolaborasi dan juga pemberdayaan. Materi kampanye yang kerap disampaikan Tibrani, menunjukkan sebesar 72% konten komunikasi berfokus pada pemberdayaan potensi lokal, sedangkan hanya 12% yang membahas tentang program atau bantuan yang akan diberikan jika terpilih. Bagi Tibrani politik bukan sekadar kontestasi kekuasaan atau transaksi pragmatis, melainkan ajang untuk membangun kolaborasi sosial dan meningkatkan kualitas hidup masyarakat. Strategi naratif ini efektif membangun kepercayaan jangka panjang karena selaras dengan nilai-nilai yang hidup dalam masyarakat rural, yakni: gotong royong dan kekeluargaan (**Hasil Wawancara dengan Informan Pelaku/Tibrani, 2024**).

- c. Lokalisasi Isu Nasional

Tibrani mengembangkan keahlian dalam ‘melokalisasi’ isu-isu politik nasional ke dalam konteks dan kepentingan spesifik masyarakat lokal. Alih-alih menggunakan narasi politik nasional secara langsung, ia mengontekstualisasikannya dalam kerangka pengalaman sehari-hari masyarakat. Sebagai contoh, saat isu ketahanan pangan menjadi

diskursus nasional pasca pandemi, Tibrani tidak menggunakan jargon-jargon teknokratis, melainkan mengangkat pengalaman petani lokal dalam menghadapi kekeringan dan fluktuasi harga hasil panen. Ia menggunakan cerita petani lokal sebagai pintu masuk untuk mendiskusikan kebijakan pertanian dan ketahanan pangan dalam skala yang lebih luas. Kemampuan komunikasi politik Tibrani terbukti adaptif. Ia mampu menyampaikan isu-isu teknis seperti anggaran, kebijakan, dan pembangunan dalam bahasa lokal yang mudah dipahami. Strategi ini menjangkau lapisan masyarakat yang tidak tersentuh oleh bahasa teknokratik, dan membangun kesan sebagai pemimpin yang dekat dan komunikatif (**Hasil Wawancara dengan Informan Pengamat/Ketua BPD Desa Penapalan/Arpan, 2025**).

2. *Strategic Multichannel Communication*: Komunikasi Multisaluran Strategis:

Tibrani mengembangkan pendekatan “*strategic multichannel communication*” yang mengintegrasikan berbagai saluran komunikasi tradisional, *digital*, dan juga interpersonal ke dalam arsitektur pesan yang koheren. Alih-alih menggunakan pendekatan “*one size fits all*”, ia mengembangkan strategi komunikasi yang sangat terkustomisasi untuk setiap saluran dan segmen audiensnya. Berikut ciri khas praktik komunikasi secara politik yang diterapkan Tibrani dalam menemui para masyarakat (**Hasil Wawancara dengan Informan Pengamat/Wanazir, 2025**):

a. Saluran komunikasi tradisional:

Untuk menjangkau segmen pemilih tradisional (usia 50+ tahun), Tibrani mengoptimalkan forum-forum komunikasi tradisional seperti pengajian, arisan RT, dan pertemuan adat. Analisis etnografis menunjukkan bahwa dalam forum-forum ini, Tibrani mengadopsi gaya komunikasi yang menghormati hierarki sosial dan nilai-nilai tradisional, dengan penekanan pada aspek religiusitas dan kearifan lokal. Dokumentasi

terhadap 27 pertemuan tradisional menunjukkan pola komunikasi yang konsisten: Tibrani selalu membuka dengan pernyataan penghormatan kepada tokoh-tokoh senior, mengutip ayat atau hadis yang relevan, dan menggunakan perumpamaan-perumpamaan lokal untuk menjelaskan gagasannya.

b. Platform *Digital*:

Untuk menjangkau pemilih muda (18-35 tahun), Tibrani mengembangkan komunikasi digital yang efektif melalui platform WhatsApp, dan Facebook. Analisis konten digital menunjukkan pendekatan yang sangat berbeda dengan komunikasi tradisionalnya: lebih informal, interaktif, dan berorientasi pada isu-isu keaderahan dan menunjukan sosok Tibrani adalah sosok yang memperhatikan pemuda (**Hasil Wawancara dengan Informan Pengamat/Novi Firmansyah, 2025**).

c. Komunikasi interpersonal

Yang paling membedakan Tibrani dari kandidat lainnya adalah penekanan kuat pada komunikasi interpersonal. Data lapangan menunjukkan bahwa selama periode kampanye, Tibrani melakukan pertemuan skala kecil dan besar (5-35 orang) yang memungkinkan interaksi personal yang mendalam. Analisis etnografis terhadap pertemuan-pertemuan ini mengungkapkan pola menarik: Tibrani menghabiskan 70% waktu untuk mendengarkan dan hanya 30% untuk berbicara. Pendekatan ini membuat pertemuan-pertemuan tersebut berfungsi sebagai forum deliberatif, bukan sekadar forum kampanye satu arah (**Hasil Wawancara dengan Informan Pengamat/Pemilih/Sapriadi, 2025**).

Integrasi terhadap ketiga model saluran komunikasi ini dalam arsitektur pesan yang koheren, memungkinkan Tibrani menjangkau berbagai segmen pemilih dengan pesan yang terkustomisasi namun konsisten. Pendekatan multisaluran ini juga menciptakan efek penguatan (*reinforcement effect*) dimana

pesan yang sama diterima melalui berbagai saluran yang berbeda, meningkatkan kemungkinan internalisasi pesan oleh pemilih.

3. *Identity-Based Messaging*: Pesan Berbasis Identitas

Dimensi inovatif lainnya dari strategi komunikasi politik Tibrani adalah pengembangan “*identity-based messaging*” yakni: konstruksi pesan yang tidak hanya membujuk pemilih untuk memberikan suara, tetapi juga membangun identitas kolektif yang mengikat kandidat dan konstituen dalam narasi bersama. Berikut beberapa karakteristik yang dapat ditampilkan:

a. Dari Komunikasi Transaksional ke Komunikasi Transformasional:

Alih-alih mengembangkan komunikasi transaksional yang berbasis pertukaran (suara ditukar dengan janji atau bantuan), Tibrani mengembangkan komunikasi transformasional yang membangkitkan kesadaran kolektif dan menggerakkan aksi bersama.

Analisis naratif terhadap pidato-pidato Tibrani menunjukkan struktur komunikasi transformasional yang konsisten: (1) identifikasi masalah bersama, (2) artikulasi visi kolektif, (3) pemberdayaan agen perubahan, dan (4) ajakan aksi konkret. Sebagai contoh, dalam forum petani di Desa Muara Kilis, alih-alih menjanjikan bantuan pertanian, Tibrani memfasilitasi diskusi tentang permasalahan irigasi yang dihadapi petani (identifikasi masalah), mendorong petani untuk membayangkan sistem pertanian yang lebih berkelanjutan (visi kolektif), menekankan peran penting petani dalam mendorong perubahan kebijakan (pemberdayaan), dan mengajak petani membentuk forum advokasi bersama (aksi konkret).

b. Konstruksi Identitas Kolektif:

Tibrani secara strategis mengembangkan narasi yang membangun identitas kolektif antara dirinya dan konstituen. Analisis linguistik terhadap retorika Tibrani menunjukkan penggunaan secara konsisten frasa-frasa yang menekankan kesamaan dan kebersamaan seperti ‘kita sebagai masyarakat Tengah Ilir’, ‘tradisi gotong royong kita’, atau ‘nilai-nilai yang kita junjung bersama’. Narasi identitas ini tidak hanya retorika kosong, tetapi didukung oleh aksi konkret yang mendemonstrasikan kesamaan nilai dan komitmen. Tibrani secara konsisten terlibat dalam kegiatan-kegiatan komunitas yang menegaskan identitasnya sebagai ‘bagian dari masyarakat’, bukan sebagai ‘politisi yang datang dari luar’.

Moh. Irtanto menggambarkan keberhasilan Tibrani dalam melakukan integrasi identitas sosial yang kompleks. Ia mampu menyesuaikan peran dirinya sesuai konteks komunitas, mulai dari petani, santri, hingga pemuda. Kemampuan ini menunjukkan pendekatan identitas cair (*fluid identity*) yang membuatnya mudah diterima oleh berbagai kalangan. Tibrani tidak dilihat sebagai outsider politik, melainkan sebagai bagian dari masyarakat sendiri. Ini merupakan bentuk dari strategi representasi simbolik dan empatik yang sangat efektif dalam kontestasi lokal (**Hasil Wawancara dengan Informan Pengamat/Pemilih/Moh. Irtanto, 2025**).

c. Narasi Pemberdayaan vs Narasi Ketergantungan:

Tibrani secara konsisten mengembangkan narasi yang memberdayakan (*empowering narrative*) yang menempatkan konstituen sebagai agen aktif perubahan, bukan penerima pasif bantuan. Analisis konten terhadap kampanye Tibrani dan pesaingnya menunjukkan kontras yang mencolok: 78% komunikasi politik pesaing utama berfokus pada ‘apa yang akan diberikan kepada masyarakat’, sementara 73% komunikasi Tibrani berfokus pada ‘apa yang bisa

dilakukan bersama masyarakat'. Diferensiasi narasi ini bukan hanya perbedaan retorika, tetapi mencerminkan perbedaan fundamental dalam cara memandang hubungan antara politisi dan konstituen. Narasi yang memberdayakan menciptakan relasi yang lebih egaliter dan berkelanjutan, sementara narasi ketergantungan menciptakan relasi hierarkis dan sementara (**Hasil Wawancara dengan Informan Pelaku/Tibrani, 2024**).

Melalui strategi *narrative reframing*, *strategic multichannel communication*, dan *identity-based messaging*, Tibrani berhasil mengembangkan model komunikasi politik yang transformatif yang melampaui tujuan-tujuan elektoral jangka pendek. Tetapi juga berkontribusi pada pengembangan kesadaran politik yang lebih deliberatif dan partisipatif di kalangan masyarakat Tengah Ilir. Berikut strategi komunikasi politik yang efektif dari Tibrani: konstruksi pesan (*message construction*); pemilihan saluran (*channel selection*); dan segmentasi khalayak sasaran (*target audience segmented*).

5. Kesimpulan

Keberhasilan Tibrani dalam memenangkan kontestasi politik elektoral, ditunjang faktor-faktor yang mengindikasikan penerapan strategi politiknya, serta langkah-langkah dalam memenangkan pileg 2024 di Kecamatan Tengah Ilir, Kabupaten Tebo, Provinsi Jambi. Tibrani menunjukkan bahwa aktor non-elite dapat bertransformasi menjadi elite politik lokal, melalui strategi yang efektif dan berakar pada modal sosial. Strategi politik itu mencakup rekayasa modal sosial, orkestrasi jejaring sosial, pembangunan ekosistem partisipatif, serta komunikasi politik naratif yang konstruktif dan multichannel. Tibrani menonjolkan pendekatan pemberdayaan masyarakat dan keterlibatan aktif dalam kehidupan sosial, bukan melalui janji politik transaksional, tetapi kerja nyata dan kolaboratif. Keberhasilan ini membuktikan bahwa

keberadaan modal ekonomi dan struktur institusi formal bukan satu-satunya penentu dalam kontestasi politik lokal; kepercayaan, relasi sosial, dan komunikasi berbasis identitas justru menjadi faktor utama.

5. Referensi

- Ardika, I. B. (2025). Strategi Marketing Politik Dewan Pimpinan Daerah Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan Jawa Timur Pada Kampanye Pilpres 2024. *The Commercio*, Vol. 9, No. 2, April, 155-167.
- Aspinall, E., & Sukmajati, M. (2016). *Electoral Dynamics in Indonesia: Money Politics, Patronage and Clientelism at the Grassroots*. Singapore: NUS Press.
- Edwards, J. (2008). Elite Theory. In S. N. Durlauf, L. E. Blume, & (Editors), *The New Palgrave Dictionary of Economics*, 2nd edition (pp. 1-5). London: Palgrave Macmillan London.
- Efendi, A., Amir, M., & Alika, L. H. (2023). Modal Sosial Kandidat Dalam Kontestasi Pemilihan Kepala Desa Lohia Kecamatan Lohia Kabupaten Muna. *JAPMAS: Jurnal Politik dan Demokrasi*, Vol. 1, No. 2, Oktober, 121-128.
- Firmansyah, N. (2025). Koordinator Tim Sukses Tibrani. (Ardiansah, Interviewer)
- Hagopian, M. N. (1978). *Regimes, Movements and Ideologies*. New York: Longman Inc.
- Hakim, A., Kabullah, M. I., Misra, F., Sudarmoko, Rahman, F., Apriwan, & Koeswara, H. (2022). Studi Dampak Branding Kandidat Terhadap Hasil Pilgubri 2018. *Journal of Election and Leadership (JOELS)* Vol. 3, No. 2, Juli, 75-83.
- Hardjanti, D. K. (2024). Efektivitas Dan Optimalisasi Dua Periode Pemerintahan Presiden Republik Indonesia Ke Tujuh:

- Joko Widodo. *Konferensi Nasional Asosiasi Pengajar Hukum Tata Negara dan Hukum Administrasi Negara (APHTN - HAN)*, Vol. 2, No. 1 (pp. 283-316). Yogyakarta: Asosiasi Pengajar Hukum Tata Negara dan Hukum Administrasi Negara (APHTN - HAN).
- Haryanto. (2017). *Elit, Massa, dan Kekuasaan: Suatu Bahasan Pengantar. Cetakan I*. Yogyakarta: PolGov.
- Indama, I. S., Mamentu, M., & Egeten, M. M. (2019). Efektivitas Kampanye Para Calon Legislatif Pada Pemilihan Umum Legislatif Di Kabupaten Banggai Tahun 2019. *Jurnal Administrasi Publik*, Vol. V, No. 086, Sept-Des, 82-93.
- Lagabuana, B. F., Sukri, & Haryanto. (2021). Bertahan dan Menang: Strategi dan Modal Politik Sri Rahmi dalam Pemilihan Legislatif 2004-2019 di Sulawesi Selatan. *Transformative*, Vol. 7, No. 2, Juli, 157-173.
- Miriam Budiardjo (Ed). (1982). *Partisipasi dan Partai Politik*. Jakarta: Gramedia Utama.
- Moleong, L. J. (2016). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Remaja Rosdakarya.
- Muchtar, K. (2016). Komunikasi Politik dan Pembentukan Citra Partai. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 14, No. 2, Mei-Agustus, 136-147.
- Muhtadi, B. (2018). Komoditas Demokrasi: Efek Sistem Pemilu terhadap Maraknya Jual Beli Suara. In M. Sukmajati, A. Perdana, & (Ed), *Pembiayaan Pemilu di Indonesia* (pp. 95-117). Jakarta Pusat: Badan Pengawas Pemihan Umum Republik Indonesia (BAWASLU RI).
- Nimmo, D. (1999). *Komunikasi Politik: Komunikator, Pesan, dan Media*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nurhidayat, I. (2023). Marketing Politik Dalam Pemilihan Umum Di Indonesia. *E-Govt Wiyata: Education and Government*, Vol. 1, No. 1, Februari, 53-63.
- Petrecka, B. (2021). Selected Theoretical Concepts of The Social Elite. *Humanities and Social Sciences*, Vol. 28, No. 3, July-September, 49-54.
- Putri, I. A. (2017). Strategi Politik Perempuan Caleg Sumatera Barat dalam Pemilu 2014. *Journal of Moral and Civic Education*, Vol. 1, No 2, Oktober, 74-85.
- Radion. (2025). Model Alokasi Sumberdaya Tibrani. (Ardiansah, Interviewer)
- Rahayu, A., Astuti, P., & Fitriyah. (2025). Strategi Pemanfaatan Jaringan dan Personal Branding Pemenangan Petahana Perempuan Pada Kontestasi Pilkadaes Kutaagung Dayeuhluhur Cilacap Tahun 2022. *Journal of Politic and Government Studies*, Vol. 14, No. 2, Maret, 280-298.
- Sami an, & Harmonis. (2024). Image Management Member of the House of Regional Representative of the Republic of Indonesia Riau Electoral District 2019: A Case Study of Intsiawati Ayus. *JOELS: Journal of Election and Leadership (JOELS)*, Vol. 5, No. 2, Juli, 148-160.
- Schoorl, J. W. (1980). *Modernisasi: Pengantar Sosiologi Pembangunan Negara-negara Sedang Berkembang*. Jakarta: Gramedia.
- Sepriansyah, M., Yazwardi, & Zalpa, Y. (2021). Strategi dan Marketing Politik CalegAnwarAl Sadat Dalam Pileg 2019 Dapil Palembang II Sumsel. *Ampera: A Research Journal on Politics and Islamic Civilization*, Vol.2, No.2, April, 157-167.
- Situmorang, M., Silviani, I., & Ginting, E. A. (2023). Strategi Komunikasi Partai Politik Pdp Sumut Dalam Membangun Kepercayaan Pemilih Pada Pemilihan

- Umum Legislatif Tahun 2024. *Social Opinion*, Vol. 7, No. 2, , 134-145.
- Suryawan, N. (2017). Kearifan Lokal Sebagai Modal Sosial dalam Integrasi Antar Etnik Bali dan Etnik Bugis di Desa Petang, Badung, Bali. *Kajian Bali*, Vol. 7, No. 1, April, 17-32.
- Tempo.co. (2018, Januari 7). *Seperti Jokowi, Megawati Pun Sebut Dirinya Juga Petugas Partai*. Retrieved from tempo.co:
<https://www.tempo.co/politik/seperti-jokowi-megawati-pun-sebut-dirinya-juga-petugas-partai-1001458>
- Theresia, A., Andini, K. S., & Mardikanto, T. (2014). *Pembangunan Berbasis Masyarakat: Acuan Bagi Praktisi, Akademisi, dan Pemerhati Pengembangan Masyarakat*. Bandung: Alfabeta.
- Triaplany, Y., Syawaludin, M., & Viana, R. C. (2020). Strategi Politik dalam Pileg 2019 Danu Mirwando Calon Legislatif DPRD dari Partai Nasdem di Kecamatan Sukarami Kota Palembang. *Ampera: A Research Journal on Politics and Islamic Civilization*, Vol. 1, No. 3, Agustus, 226-237