



MANAJEMEN KOMUNIKASI POLITIK JOKOWI DAN MA'RUF AMIN PADA PEMILIHAN PRESIDEN UNTUK MENINGKATKAN DUKUNGAN MASYARAKAT

Ummu Afifa Ulfah¹, Akmal Abdussalam Mahmud², Darra Ananda³

¹LSPR Institute of Communication & Business, Jakarta

²Trisakti University, Jakarta, ³Lampung University, Lampung

afifaulfahhh@gmail.com¹, akmalmahmud21@gmail.com², darrannda14@gmail.com³

Article Info

Article history:

Received 17 Juli 2023

Accepted 3 September 2023

Published 1 Oktober 2023

Keyword:

Manajemen Komunikasi,
Komunikasi Politik,
Kampanye Politik

Abstract

This aims of research to analyze the political communication management carried out by the Joko Widodo and Ma'ruf Amin campaign teams in the 2019 presidential election. This research method uses a descriptive qualitative type and approach.

The research results show that the Jokowi and Ma'ruf Amin campaign team used a communication strategy by utilizing conventional media and digital platforms to spread their message widely. This strategy includes careful media management, public relations focused on building a positive image, and the use of social media to interact with voters and mobilize support.

Communication management also plays an important role in optimizing the president's work program and equitable national development. Jokowi utilizes clear policy messages, direct engagement with the community, and collaborative partnerships to encourage equitable development and improve community welfare. Implementation of this strategy contributes to increasing public awareness, building trust and credibility, and mobilizing support from various levels of society.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis manajemen komunikasi politik yang dilakukan oleh tim kampanye Joko Widodo dan Ma'ruf Amin dalam pemilihan presiden 2019. Metode penelitian ini menggunakan jenis dan pendekatan kualitatif deskriptif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tim kampanye Jokowi dan Ma'ruf Amin menggunakan strategi komunikasi dengan memanfaatkan media konvensional dan platform digital untuk menyebarkan pesan mereka secara luas. Strategi ini mencakup manajemen media yang cermat, hubungan masyarakat yang terfokus pada membangun citra positif, serta penggunaan media sosial untuk berinteraksi dengan pemilih dan memobilisasi dukungan. Manajemen komunikasi juga berperan penting dalam optimalisasi program kerja presiden dan pemerataan pembangunan nasional. Jokowi memanfaatkan pesan kebijakan yang jelas, keterlibatan langsung dengan masyarakat, dan kemitraan kolaboratif untuk mendorong pemerataan pembangunan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Implementasi strategi ini berkontribusi pada peningkatan kesadaran publik, membangun kepercayaan dan kredibilitas, serta memobilisasi dukungan dari berbagai lapisan masyarakat.

Copyright © 2023 Jurnal Ilmu Komunikasi. All rights reserved.

Editorial Office:

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Ampel Surabaya.

Jl. Ahmad Yani 117 Surabaya, Jawa Timur, Indonesia.

Email: jurnalilkom@uinsby.ac.id

Pendahuluan

Manajemen komunikasi dalam komunikasi politik sangat penting bagi aktor, partai, dan kampanye politik untuk menyampaikan pesan mereka secara efektif dan terlibat dengan publik. Ini melibatkan koordinasi berbagai aspek komunikasi, termasuk pengembangan pesan, hubungan media, manajemen krisis, dan persepsi publik. Dengan menggunakan strategi manajemen komunikasi yang efektif, politisi dapat membangun kepercayaan, membangun kredibilitas, dan menavigasi lanskap wacana politik yang kompleks¹.

Dalam dunia politik yang semakin kompleks dan dinamis, manajemen komunikasi politik memegang peranan penting dalam membentuk persepsi dan opini masyarakat terhadap para pemimpin politik, partai politik, dan kebijakan publik yang mereka usung. Manajemen komunikasi politik mencakup berbagai strategi dan taktik yang bertujuan untuk mengelola, mempengaruhi, dan memanfaatkan komunikasi dalam konteks politik².

Selain itu, dalam manajemen komunikasi politik juga terdapat dinamika yang mana, dalam hal nya lanskap media yang berkembang³. Munculnya media digital dan proliferasi platform jejaring sosial telah merevolusi komunikasi politik. Kecepatan, jangkauan, dan aksesibilitas

informasi telah meningkat secara eksponensial, menghadirkan tantangan dan peluang baru bagi para praktisi politik. Mereka harus menavigasi melalui beragam saluran komunikasi sambil beradaptasi dengan perubahan perilaku dan preferensi audiens⁴.

Selain itu, mengembangkan pesan yang meyakinkan dan persuasif sangat penting dalam manajemen komunikasi politik. Pesan yang dibuat secara strategis dapat beresonansi dengan audiens target, membangkitkan emosi, dan mendorong perilaku yang diinginkan. Selain itu, pesan harus disesuaikan dengan kelompok demografis yang berbeda, dengan mempertimbangkan variasi budaya, regional, dan ideologis⁵. Krisis dan kontroversi politik dapat berdampak signifikan terhadap persepsi dan kepercayaan publik. Strategi komunikasi krisis yang efektif sangat penting untuk mengurangi kerusakan reputasi, mendapatkan kembali kepercayaan publik, dan mengatasi situasi yang menantang.

Pada penelitian ini, penulis mengambil studi kasus pada Manajemen komunikasi pemerintah dalam pemilihan calon presiden Joko Widodo dan Ma'ruf Amin. Dimana, Banyak fenomena menarik tentang penyelenggaraan pemerintahan Presiden Joko Widodo (Jokowi) adalah perihal model hubungan politik antar aktor. Interaksi berlangsung antara elite penguasa

¹ Goodin, R., and Klingemann, H.. *A new handbook of political science*. (New York: Oxford University Press, 1996), 480-481

² Noelle-Neumann, E.. "The spiral of silence: A theory of public opinion," *Journal of Communication* 24, no. 2 (1974): 45.

³ Sanders, K., & Kioussis, S., *Political Public Relations: Concepts, Principles, and Applications*. United Kingdom: Routledge, 2019), 39.

⁴ Strömbäck, J. *The Handbook of Political Communication Research*, (London: Lawrence Erlbaum Associates, 2017), 22.

⁵ Hallahan, K., *Political Public Relations: and Strategic Framing*, (United Kingdom: Routledge, 2017), 147.

dan masyarakat. Komunikasi dalam pemerintahan merupakan proses penyampaian ide, program, dan gagasan pemerintah kepada masyarakat dalam rangka mencapai tujuan negara, dalam menuju aktivitas pembangunan⁶. Pembangunan adalah sebuah konsep normatif karena di dalamnya terkandung berbagai isyarat mengenai apa yang baik dan selalu perhadapkan manusia pada pilihan alternatif.

Aktivitas pembangunan nasional diorientasikan terhadap pembangunan masyarakat yang maju pada tiap-tiap propinsi melalui implementasi manajemen komunikasi dari pemerintah yang terkait. Tujuan utama manajemen komunikasi adalah pemanfaatan optimal sumber daya manusia dan teknologi untuk meningkatkan dialog dengan orang lain. Pada intinya, hasil dari sebuah proses komunikasi adalah terciptanya dialog yang berjalan dua arah dan sekaligus melahirkan pertukaran informasi yang relatif seimbang baik menggunakan media maupun komunikasi secara langsung, untuk itu diperlukan fungsi manajemen dengan tahapan-tahapan mulai dari perencanaan (*planning*), organisasi, (*organizing*) penggiatan (*actuating*) sampai pada pengawasan atau evaluasi.

Dalam menghadapi era pemilihan presiden, setiap calon presiden beserta tim sukses akan menyusun program pembangunan selama 5 tahun ke depan

yang akan dikompetisikan dengan kandidat lainnya. Oleh karena itu, penelitian ini merujuk terhadap bagaimana manajemen komunikasi presiden dalam mewujudkan pemerataan pembangunan nasional untuk meningkatkan dukungan masyarakat menghadapi Pemilihan Presiden 2019..

Konsep Manajemen Komunikasi Politik

Manajemen komunikasi politik adalah proses yang melibatkan perencanaan, pengorganisasian, dan pelaksanaan strategi komunikasi dalam ranah politik. Tujuan utama manajemen komunikasi politik adalah untuk mempengaruhi pemikiran, sikap, dan perilaku masyarakat guna mencapai tujuan politik yang diinginkan. Proses ini melibatkan analisis situasi politik, identifikasi audiens, pengembangan pesan yang relevan, serta penggunaan saluran komunikasi yang efektif⁷.

Elemen Manajemen Komunikasi Politik:⁸

1. Analisis Situasi Politik: Merupakan langkah awal dalam manajemen komunikasi politik. Melalui analisis ini, para praktisi politik dapat memahami secara mendalam kondisi politik, tren, isu-isu penting, serta kepentingan dan aspirasi masyarakat yang menjadi sasaran komunikasi politik.
2. Identifikasi Audiens: Menganalisis audiens merupakan tahap penting dalam manajemen komunikasi politik. Praktisi

⁶ Bakri Yusuf dan Harnina Ridwan, "Manajemen Komunikasi dalam Pengelolaan Informasi Pembangunan Daerah." *Jurnal Komunikasi Universitas Garut* 4, no. 1 (2020): 51.

⁷ Rossini, P., Hemsley, J., Tanupabrungsun, S., Zhang, F., & Stromer-Galley, J., "Social Media, Opinion Polls, and the Use of Persuasive Messages

During the 2016 US Election Primaries. *Social Media Society*, *Sage Journal* 4 no. 3 (2018): 2-3. <https://doi.org/10.1177/2056305118784774>, p. 2-3

⁸ Siune, K., F. G. Kline, "Mass communication, mass political behavior and mass society," pp. 65-84 in S. H. Chaffee (ed.) *Political Communication: Issues and Strategies for Research*, (Beverly Hills, CA: Sage. 1975), 78.

politik perlu mengidentifikasi kelompok-kelompok target, memahami karakteristik, kebutuhan, dan preferensi mereka untuk dapat menyampaikan pesan yang relevan dan efektif.

3. Pengembangan Pesan: Pesan politik haruslah disusun dengan hati-hati agar dapat mencapai efektivitas komunikasi. Pesan haruslah jelas, persuasif, dan relevan dengan audiens yang dituju. Selain itu, penggunaan narasi yang kuat dan pendekatan emosional juga dapat meningkatkan daya tarik pesan politik.
4. Pemilihan Saluran Komunikasi: Memilih saluran komunikasi yang tepat merupakan kunci dalam manajemen komunikasi politik. Saluran komunikasi yang efektif dapat mencakup media massa, media sosial, kampanye tatap muka, dan debat publik. Pemilihan saluran haruslah didasarkan pada karakteristik audiens, aksesibilitas, dan pengaruh yang dapat dicapai

Selain itu, terdapat pula strategi manajemen komunikasi politik, seperti⁹;

1. Kampanye Pemilu: Strategi komunikasi politik yang paling umum terjadi dalam konteks pemilu. Kampanye pemilu melibatkan berbagai kegiatan seperti pidato politik, iklan kampanye, kampanye dari pintu ke pintu, dan debat politik. Kegiatan tersebut bertujuan untuk menggalang dukungan, membujuk pemilih, dan meraih kesuksesan elektoral.
2. Advokasi Isu: Strategi ini berfokus pada mengkomunikasikan isu-isu kebijakan tertentu dan

mempromosikan agenda politik. Praktisi politik terlibat dalam debat publik, wawancara media, dan pengiriman pesan yang ditargetkan untuk meningkatkan kesadaran, memengaruhi opini publik, dan mendapatkan dukungan untuk proposal kebijakan mereka.

3. Komunikasi Krisis: Selama masa krisis, komunikasi yang efektif sangat penting bagi para pemimpin dan partai politik. Strategi komunikasi krisis melibatkan komunikasi yang cepat, transparan, dan empati untuk mengelola persepsi publik, mengatasi masalah, dan memulihkan kepercayaan pada kepemimpinan politik.
4. Keterlibatan Online: Dengan munculnya media sosial dan platform digital, komunikasi politik telah meluas ke ranah online. Praktisi politik memanfaatkan platform media sosial, komunitas online, dan iklan digital untuk terlibat dengan publik, menyebarkan informasi, dan membentuk opini publik.

Menurut Cangara¹⁰ “komunikasi politik adalah proses komunikasi yang memiliki implikasi atau konsekuensi terhadap aktivitas politik”. Dalam pengertian lain, komunikasi politik adalah kegiatan komunikasi yang dianggap sebagai komunikasi politik berdasarkan konsekuensi (aktual dan potensial) yang mengatur tindakan manusia dalam kondisi

⁹ Chaffee, S. (2011). Studying the new communication of politics. *Political Communication* 18: 237–244., p.239

¹⁰ Cangara, Hafied. (2010). *Komunikasi Politik*. Jakarta: Rajawali Pers. hlm.28

konflik¹¹. Sedangkan komunikasi politik bukan hanya komunikasi dari aktor politik kepada pemilih dengan maksud untuk mencapai tujuan tertentu, tetapi juga komunikasi yang ditujukan kepada politisi oleh pemilih dan kolumnis surat kabar, serta komunikasi tentang aktor politik dan aktivitasnya. ditemukan dalam berita, editorial, dan bentuk lain dari diskusi politik media¹²

Konsep Kampanye

Dalam ranah komunikasi politik, pengembangan dan penerapan konsep kampanye yang terdefinisi dengan baik sangat penting untuk mencapai kesuksesan. Konsep kampanye berfungsi sebagai kerangka panduan yang membentuk pesan, strategi, dan taktik yang digunakan untuk berkomunikasi dengan pemilih dan mendapatkan dukungan. Konsep kampanye berfungsi sebagai fondasi di mana seluruh strategi komunikasi dibangun. Ini memberikan arah yang jelas, memastikan bahwa semua upaya komunikasi selaras dengan tujuan kampanye dan beresonansi dengan target audiens (Garrard, 2017).

Konsep kampanye yang dikembangkan dengan baik membantu kandidat politik dan tim mereka mengomunikasikan pesan utama mereka secara efektif, membedakan diri mereka dari lawan, dan membangun kehadiran yang berkesan dan persuasif di antara para

pemilih. Sedangkan Komponen Konsep Kampanye adalah:¹³

1. Pengembangan Pesan: Konsep kampanye dimulai dengan identifikasi dan penyempurnaan pesan kunci yang merangkum visi, nilai, dan posisi kebijakan kandidat. Pesan-pesan ini harus ringkas, mudah diingat, dan selaras dengan aspirasi audiens sasaran.
2. Identifikasi Audiens Sasaran: Memahami karakteristik demografis, geografis, dan psikografis audiens target sangat penting untuk menyesuaikan pesan dan strategi komunikasi. Konsep kampanye menentukan segmen tertentu dari pemilih yang ingin dilibatkan dan dibujuk oleh kampanye.
3. Positioning and Differentiation: Sebuah konsep kampanye menentukan bagaimana seorang kandidat akan memposisikan dirinya dalam kaitannya dengan lawannya. Ini menguraikan nilai jual unik, kekuatan, dan pembeda yang membedakan kandidat dan beresonansi dengan audiens target.
4. Saluran dan Taktik Komunikasi: Konsep kampanye mengidentifikasi saluran dan taktik komunikasi yang paling efektif untuk menjangkau khalayak sasaran. Ini termasuk media tradisional, platform digital, penampilan publik, aksi unjuk rasa, dan upaya mobilisasi akar rumput.
5. Tone and Imagery: Konsep kampanye menetapkan nada dan citra keseluruhan yang akan diwujudkan oleh komunikasi

¹¹ Nimmo, D. (2007). *Political Communication And Public Opinion In America, Terjemahan Tjun Surjaman*. Bandung: Remaja Rosda Karya . hlm.8

¹² McNair, Brian. *An Introduction to Political Communication*. (London: Routledge, 2013), xviii

¹³ Liu, Yung, "Online and Offline Communication and Political Knowledge and Participation in Presidential Campaigns: Effects of Geographical Context." *International Journal of Communication* 13 (2019): 1441.

kandidat. Ini mempertimbangkan faktor-faktor seperti keaslian, relatabilitas, dan daya tarik emosional, membantu membentuk persona publik kandidat.

Konsep kampanye menjadi tulang punggung manajemen komunikasi politik yang efektif. Ini memberikan peta jalan untuk menyusun pesan persuasif, mengidentifikasi audiens target, dan memilih saluran komunikasi yang tepat. Dengan konsep kampanye yang dikembangkan dengan baik, kampanye politik dapat meningkatkan kredibilitas, keterlibatan, dan pada akhirnya, peluang keberhasilan mereka. Dengan memahami pentingnya konsep kampanye dalam komunikasi politik, kandidat dan timnya dapat mengoptimalkan strategi mereka untuk terhubung secara efektif dengan pemilih, membangun dukungan, dan membentuk opini publik.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan dan jenis penelitian kualitatif deskriptif, yakni penelitian yang bermaksud menjelaskan gejala tentang apa yang dialami subjek penelitian misalnya perilaku atau tindakan secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan baha pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah. Kualitatif merupakan jenis metode penelitian yang mengandalkan data berupa teks dan gambar, memiliki langkah-langkah unik

dalam analisis data, dan menggunakan desain yang beragam. Penggunaan metode ini dalam pembuatan proposal penelitian bertujuan untuk memberi tahu pembaca mengenai desain yang digunakan dalam penelitian dan tujuan dari penggunaan metode ini¹⁴.

Penelitian ini berfokus pada manajemen komunikasi politik yang dilakukan oleh Timses Jokowi-Ma'ruf pada pilpres 2019, dengan upaya untuk meningkatkan dukungan masyarakat. Dimana, pada penelitian ini penulis juga memasukkan kosnep manajemen komunikasi yang ditinjau dari proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengontrolan unsur-unsur komunikasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Data merupakan kumpulan informasi, fakta, atau statistik yang diperoleh dari setiap variabel¹⁵. Penelitian ini diambil dari sumber-sumber data sekunder, seperti melalui buku, jurnal, artikel, berita, dan informasi-informasi lainnya yang kredibel melalui internet.

Hasil dan Pembahasan

1. Implementasi Strategi Manajemen Komunikasi Politik

Pada era demokrasi, kinerja komunikasi politik partai politik dapat dilihat dari implementasi strategi komunikasinya. Komunikasi politik yang menggunakan PR sebagai strategi komunikasinya dikenal dengan istilah

¹⁴ Creswell, J. W., *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches (Fifth Edition)*. (Thousand Oaks: SAGE Publications, Inc., 2018). 180-181.

¹⁵ OECD. *OECD Glossary of Statistical Terms: Data*. (OECD, 2008).

political public relations (PR Politics), yang didefinisikan oleh Stromback¹⁶

Penerapan manajemen komunikasi dalam pengelolaan informasi pembangunan berawal dari manajemen pembangunan yang secara umum merupakan suatu sistem pembangunan yang dimulai dari sistem pengelolaan data dan informasi pendukung kebijakan pembangunan, sistem perencanaan dan penganggaran, sistem pengorganisasian dan pelaksanaan pembangunan, sistem pengendalian pembangunan, sistem evaluasi dan pemantauan pembangunan, dan sistem pelaporan hasil pelaksanaan pembangunan¹⁷.

Manajemen komunikasi adalah proses penggunaan berbagai sumber daya komunikasi secara terpadu melalui proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengontrolan unsur-unsur komunikasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Manajemen komunikasi dalam pengelolaan informasi pembangunan berawal dari manajemen pembangunan yang secara umum merupakan suatu sistem pembangunan yang dimulai dari sistem pengelolaan data dan informasi pendukung kebijakan pembangunan, sistem perencanaan dan penganggaran, sistem pengorganisasian dan pelaksanaan pembangunan, sistem pengendalian pembangunan, sistem evaluasi dan pemantauan

pembangunan, dan sistem pelaporan hasil pelaksanaan pembangunan.

Keberhasilan implementasi strategi komunikasi politik sangat penting bagi aktor politik untuk mencapai tujuan mereka dan terlibat dengan publik secara efektif. Implementasi mengacu pada pelaksanaan praktis dari rencana komunikasi, yang meliputi pemanfaatan sumber daya, koordinasi kegiatan, dan adaptasi terhadap keadaan yang berubah. Pentingnya Implementasi dalam Manajemen Komunikasi Politik adalah:¹⁸

- a. Mengubah Strategi Menjadi Tindakan: Implementasi yang efektif menjembatani kesenjangan antara teori dan praktik dalam manajemen komunikasi politik. Ini menerjemahkan rencana strategis menjadi kegiatan yang nyata, memastikan bahwa upaya komunikasi dilaksanakan secara tepat waktu dan koheren.
- b. Memaksimalkan Pemanfaatan Sumber Daya: Implementasi melibatkan alokasi dan optimalisasi sumber daya, termasuk sumber daya keuangan, manusia, dan teknologi. Dengan memanfaatkan sumber daya yang tersedia secara efisien, aktor politik dapat meningkatkan dampak inisiatif komunikasi mereka dan menjangkau khalayak yang lebih luas.

¹⁶ Strömbäck, Jesper, & Kioussis, Spiro, *Political Public Relations*, (New York: Routledge, 2014), 251.

¹⁷ Adisasmita, Raharjo. *Manajemen Pemerintahan Daerah*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011).

¹⁸ Smith, R., *Strategic Political Communication: Rethinking Social Influence, Persuasion, and Propaganda*, (London: Routledge, 2020).

- c. Adaptasi terhadap Keadaan yang Berubah: Implementasi membutuhkan kemampuan untuk beradaptasi dengan lanskap politik yang berkembang, isu-isu yang muncul, dan kemajuan teknologi. Fleksibilitas dan daya tanggap dalam menyesuaikan strategi komunikasi sangat penting untuk menjaga relevansi dan efektivitas dalam lingkungan yang dinamis.
- d. Evaluasi dan Peningkatan Berkelanjutan: Implementasi memberikan kesempatan untuk umpan balik dan evaluasi, yang memungkinkan aktor politik untuk menilai efektivitas upaya komunikasi mereka. Melalui evaluasi berkelanjutan, penyesuaian dapat dilakukan untuk meningkatkan strategi dan mencapai hasil yang diinginkan.

Strategi kunci yang digunakan Jokowi-Ma'ruf Amin dalam mengelola komunikasi politik selama pemilihan presiden 2019, dengan fokus pada pendekatan media, hubungan masyarakat, dan platform digital adalah:

Manajemen Media. Salah satu strategi utama kampanye Jokowi-Ma'ruf Amin adalah manajemen media yang efektif. Mereka mengakui kekuatan media dalam menyebarkan pesan mereka kepada massa. Tim kampanye mengembangkan hubungan dekat dengan media utama dan jurnalis, memastikan liputan yang menguntungkan dan memaksimalkan

eksposur mereka¹⁹. Konferensi pers reguler, wawancara, dan acara media diselenggarakan untuk mempertahankan kehadiran yang konsisten di lanskap media. Selain itu, kampanye tersebut memanfaatkan popularitas platform media sosial untuk terlibat langsung dengan pemilih dan menangkal narasi negatif yang disebarkan oleh lawan mereka.

Hubungan Masyarakat, Tim kampanye Jokowi-Ma'ruf Amin sangat menekankan hubungan masyarakat untuk menciptakan citra yang baik di kalangan pemilih. Mereka menyusun narasi yang terdefinisi dengan baik yang berfokus pada pencapaian Jokowi selama masa jabatan pertamanya dan keahlian Ma'ruf Amin dalam urusan agama. Tim kampanye secara strategis memposisikan Jokowi sebagai pemimpin yang rendah hati dan mudah didekati, menekankan kedekatannya dengan rakyat jelata²⁰. Mereka mengorganisir berbagai aksi unjuk rasa dan pertemuan publik, memungkinkan Jokowi-Ma'ruf Amin untuk berinteraksi langsung dengan para pemilih dan membangun koneksi pribadi. Pendekatan ini bertujuan untuk memanusiakan para kandidat dan membangkitkan rasa percaya dan relatabilitas di antara para pemilih.

Platform Digital, Menyadari semakin besarnya pengaruh platform digital dalam kampanye politik modern, tim Jokowi-Ma'ruf Amin memanfaatkan media sosial dan saluran online lainnya secara efektif. Mereka membuat kampanye online yang dinamis di platform seperti Twitter,

¹⁹ Hapsari, R., "Political Communication on Twitter during the 2019 Indonesian Presidential Election," *Jurnal Komunikasi* 11, no. 1 (2019): 29 <https://doi.org/10.29244/jkom.v11i1.26234>

²⁰ Kartini, D., "Communication Strategies of Presidential Candidates in the 2019 Indonesian Presidential Election," *Humaniora*, 32, no. 1 (2020): 5, <https://doi.org/10.22146/jh.37233>

Facebook, dan Instagram untuk berinteraksi dengan demografis yang lebih muda. Pembaruan rutin tentang acara kampanye, pengumuman kebijakan, dan kisah pribadi dibagikan untuk terus memberi informasi kepada pendukung dan mempertahankan antusiasme mereka²¹. Selain itu, relawan online dimobilisasi untuk memperkuat pesan kampanye dan melawan narasi oposisi. Tim juga menggunakan analitik data untuk menargetkan demografi tertentu dan menyesuaikan pesan mereka, memaksimalkan dampak upaya digital mereka.

2. Manajemen Komunikasi dalam upaya Optimalisasi Program Kerja Presiden

Manajemen komunikasi Pemerintahan dalam menghadapi Pilpres 2019 pada Tahun 2019 mengalami tahapan transisi sejarah perkembangan, berupa perubahan formasi manajemen komunikasi presiden dan upaya optimalisasi program kerja presiden pada kepemimpinan saat ini dengan bergabungnya generasi muda dan generasi tua. Pimpinan dan seluruh komunikator pada Pemerintahan dalam menghadapi Pilpres 2019 bertekad untuk memelihara hasil capaian para pendahulu dan mengembangkannya kepada capaian yang lebih baik, serta berkomitmen; (1) memelihara kepercayaan masyarakat, (2) mencapai

keunggulan dalam kompetisi yang semakin ketat, dan (3) mewujudkan kemandirian dalam aturan dan pengembangan diri. Dari ketiga komitmen tersebut diharapkan dapat mengantar Manajemen komunikasi Pemerintahan dalam menghadapi Pilpres 2019 untuk menjadi pemerintahan suatu negara yang terkemuka. Adapun mekanisme penyusunan visi, misi, tujuan dan sasaran Manajemen komunikasi Pemerintahan dalam menghadapi Pilpres 2019, melalui tahapan-tahapan berikut²²:

Pertama, berawal dari rapat pimpinan Pemerintahan menghasilkan keputusan tentang pembentukan Tim Perumus Visi, Misi, Tujuan dan Sasaran Manajemen komunikasi Pemerintahan dalam menghadapi Pilpres 2019. **Kedua**, tim penyusun draft visi, misi, tujuan dan sasaran dalam manajemen komunikasi Pemerintahan dalam menghadapi Pilpres 2019 dibahas pada *Focus Group Discussion (FGD)* yang melibatkan para pimpinan partai, aktivis, pakar/ahli, juru kampanye, perwakilan mahasiswa, masyarakat, serta pengguna aparatur. **Ketiga**, tim merumuskan visi, misi, tujuan dan sasaran manajemen komunikasi Pemerintahan dalam menghadapi Pilpres 2019 untuk mengakomodir rekomendasi/saran dari hasil pertemuan dengan pejabat pemerintah, pakar, praktisi, perwakilan masyarakat,

²¹ Kartini, "Communication Strategies....," 5.

²² Wardana, E. K., "Manajemen Komunikasi Pemerintah dalam Menghadapi Pemilihan Presiden

2019," *PERSEPSI: Communication Journal* 3, no. 2 (2020): 160.

masyarakat, dan pengguna aparatur yang akan diajukan ke MPR/DPR.

Keempat, DPR rapat untuk membahas rancangan visi, misi, tujuan dan sasaran pemerintahan suatu negara secara komprehensif. **Kelima**, Pengesahan MPR RI pemerintahan suatu negara tentang manajemen komunikasi Pemerintahan dalam menghadapi Pilpres 2019 sebagai lembaga pekerjaan tinggi dalam mengembangkan pengalaman hidup, teknologi dan senantiasa berorientasi pada pengembangan nilai-nilai Pancasila, Bhineka Tunggal Ika dan NKRI berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945.

3. Strategi Komunikasi untuk Pemerataan Pembangunan Nasional sebagai Manajemen Komunikasi Politik Jokowi

Manajemen komunikasi yang efektif memainkan peran penting dalam kampanye politik, khususnya selama pemilihan presiden. Jokowi melakukan komunikasi strategis untuk menyampaikan visinya mewujudkan pemerataan pembangunan nasional di Indonesia pada Pemilihan Presiden 2019. Adapun Strategi Komunikasi untuk Pemerataan Pembangunan Nasional adalah:²³

a. Pesan Kebijakan yang Jelas: Jokowi berfokus pada penyampaian pesan yang jelas dan ringkas tentang komitmennya terhadap pemerataan pembangunan. Ia menekankan

perlunya menjembatani kesenjangan infrastruktur, meningkatkan pelayanan publik, dan mengutamakan kesejahteraan masyarakat marginal. Dengan mengartikulasikan agenda kebijakan yang koheren, dia bertujuan untuk beresonansi dengan keinginan publik untuk pertumbuhan yang inklusif.

- b. Keterlibatan Akar Rumput: Strategi manajemen komunikasi Jokowi melibatkan keterlibatan langsung dengan warga di tingkat akar rumput. Ia melakukan kunjungan rutin ke berbagai daerah, bertemu masyarakat setempat, dan mendengarkan keluhan mereka. Pendekatan ini memungkinkan dia untuk menjalin hubungan pribadi dengan orang-orang dan menunjukkan dedikasinya untuk memenuhi kebutuhan mereka.
- c. Memanfaatkan Platform Media Sosial: Tim Jokowi memanfaatkan platform media sosial untuk menyebarkan pesannya secara luas dan melibatkan demografis yang lebih muda. Melalui penggunaan platform yang strategis seperti Twitter, Facebook, dan Instagram, dia berinteraksi dengan warga, berbagi pembaruan tentang inisiatif pembangunannya, dan menanggapi pertanyaan mereka. Kehadiran digital ini membantunya terhubung dengan audiens yang lebih luas dan memupuk rasa inklusivitas dalam upaya komunikasinya.

²³ Nurfalah, D., "The Success of Communication Strategy of Joko Widodo and Its Influence on Voters in the 2019 Indonesian

Presidential Election," *Indonesian Journal of Political Science* 1, no. 1 (2020): 31.

Kemitraan Kolaboratif: Jokowi aktif berkolaborasi dengan berbagai pemangku kepentingan, termasuk pemerintah daerah, organisasi masyarakat sipil, dan entitas sektor swasta, untuk mendorong upaya pembangunan kolaboratif. Dengan menyoroti kemitraan tersebut, beliau menyampaikan komitmennya terhadap tata kelola yang inklusif dan tanggung jawab bersama, memposisikan dirinya sebagai sosok pemersatu yang mampu mendorong pertumbuhan yang merata.

Dilihat dari pemaparan strategi diatas, bahwasannya pada pemilihan calon presiden pasangan Jokowi-Ma'ruf menekankan pertumbuhan inklusif dan peningkatan kesejahteraan. Selain itu, pasangan ini juga memanfaatkan Kekuatan Media Sosial sebagai salah satu strateginya. Tim komunikasi Jokowi memanfaatkan platform media sosial untuk menyebarkan pesan-pesannya secara luas dan melibatkan khalayak yang lebih luas. Melalui platform seperti Twitter, Facebook, dan Instagram, dia berbagi pembaruan tentang inisiatif pembangunannya, berinteraksi dengan warga, dan menanggapi pertanyaan mereka. Kehadiran digital ini membantu Jokowi menjangkau demografi yang lebih muda dan memupuk rasa inklusivitas dalam upaya komunikasinya.

Jokowi memanfaatkan kekuatan penceritaan melalui media sosial untuk

menyoroti dampak positif dari kebijakannya terhadap individu dan komunitas. Dengan berbagi kisah sukses dan menampilkan hasil nyata dari program pembangunannya, dia secara efektif menyampaikan komitmennya untuk pemerataan distribusi, mendapatkan dukungan publik dan kepercayaan dalam prosesnya.

4. Dampak Manajemen Komunikasi Terhadap Dukungan Publik

Manajemen komunikasi politik memainkan peran penting dalam membentuk opini publik dan menggalang dukungan selama kampanye pemilu. Dalam manajemen komunikasi politik, terdapat strategi yang digunakan calon presiden untuk menarik perhatian publik. Dimana, dalam jurnal yang ditulis oleh²⁴, mengatakan bahwa terdapat dampak manajemen komunikasi terhadap dukungan publik, yaitu;

Pertama, Peningkatan Kesadaran dan Pemahaman: Strategi komunikasi Jokowi efektif meningkatkan kesadaran publik tentang agenda pembangunannya dan pentingnya pemerataan. Dengan mengartikulasikan kebijakan konkret dan menampilkan dampak positifnya, dia meningkatkan pemahaman publik tentang visinya, yang selaras dengan warga yang mencari distribusi sumber daya dan peluang yang lebih adil. **Kedua**, Kepercayaan dan Kredibilitas: Melalui

²⁴ Rachmawati, R., & Purnawarman, P., The "Role of Political Communication Strategies in

Indonesian Presidential Election 2019," *Journal of Asian Social Science* 16, no. 3 (2020): 249.

upaya komunikasi yang konsisten, Jokowi menumbuhkan kepercayaan dan kredibilitas di kalangan publik. Penekanannya pada transparansi, akuntabilitas, dan integritas dalam pemerintahan membantu membangun kepercayaan pada kemampuannya untuk memenuhi janjinya tentang pembangunan yang adil. Kepercayaan dan kredibilitas ini memainkan peran penting dalam mengumpulkan dukungan publik untuk pencalonannya.

Ketiga, Memobilisasi Dukungan Akar Rumput: Keterlibatan langsung Jokowi dengan warga di tingkat akar rumput membantu memobilisasi dukungan dari berbagai komunitas. Dengan secara aktif mendengarkan keprihatinan mereka dan menangani isu-isu lokal, dia menunjukkan komitmennya terhadap kesejahteraan mereka. Pendekatan yang dipersonalisasi ini beresonansi dengan para pemilih, yang melihatnya sebagai pemimpin yang berdedikasi pada kepentingan mereka, yang mengarah pada peningkatan dukungan publik.

Manajemen komunikasi politik Jokowi berfokus pada penyampaian pesan kebijakan yang jelas dan koheren kepada pemilih. Dia menekankan bidang-bidang utama seperti pembangunan ekonomi, peningkatan infrastruktur, dan kesejahteraan sosial. Dengan mengartikulasikan agenda kebijakan yang komprehensif dan mudah dipahami, Jokowi ingin selaras dengan aspirasi dan keprihatinan masyarakat Indonesia. Melalui strategi

komunikasinya, Jokowi menyoroti manfaat nyata dari kebijakannya, seperti penciptaan lapangan kerja dan pengentasan kemiskinan, menanamkan kepercayaan dan menggalang dukungan dari para pemilih.

Kampanye Jokowi menggunakan pendekatan keterlibatan akar rumput, memungkinkan interaksi langsung dengan warga di berbagai lapisan masyarakat. Melalui kunjungan rutin ke berbagai daerah, balai kota, dan pertemuan komunitas, dia terlibat dengan orang-orang, mendengarkan keprihatinan mereka, dan memenuhi kebutuhan mereka. Pendekatan personal ini membantu Jokowi membangun hubungan dengan para pemilih dan menunjukkan komitmennya untuk memahami dan mewakili kepentingan mereka. Dengan terlibat secara aktif dengan warga, Jokowi memupuk rasa inklusivitas dan partisipasi, yang berkontribusi pada peningkatan dukungan publik.

Bukti dukungan publik yang diperoleh melalui komunikasi Jokowi tentang pembangunan infrastruktur dapat dilihat melalui²⁵:

- a. Jajak Pendapat Publik: Survei dan jajak pendapat yang dilakukan selama periode pemilu menunjukkan dukungan publik terhadap inisiatif pembangunan infrastruktur Jokowi. Jajak pendapat ini menilai tingkat persetujuan dan kepuasan publik terhadap kemajuan yang dicapai dalam proyek infrastruktur.

²⁵ Haryanto, A., "Assessing the effectiveness of Jokowi's transportation infrastructure policies,"

Journal of Public Policy and Administration, 21, no. 3 (2019): 259-260.

- b. Penerimaan Publik yang Positif: Liputan media dan wacana publik seputar inisiatif ini seringkali mencerminkan persepsi positif terhadap upaya pembangunan infrastruktur Jokowi. Sentimen publik yang diungkapkan melalui saluran media sosial dan platform online juga menunjukkan dukungan untuk proyek-proyek ini.
- c. Peningkatan Kegiatan Ekonomi: Keberhasilan penyelesaian dan pelaksanaan beberapa proyek infrastruktur di bawah pemerintahan Jokowi berdampak pada peningkatan kegiatan ekonomi di daerah-daerah yang terkena dampak pembangunan. Pertumbuhan ekonomi dan penciptaan lapangan kerja ini menjadi bukti nyata dari dampak positif dari inisiatif ini.
- d. Secara keseluruhan, komunikasi efektif Jokowi tentang manfaat proyek pembangunan infrastruktur, ditambah dengan bukti dukungan publik, berkontribusi pada keberhasilannya dalam menggalang dukungan publik selama kampanye Pilpres 2019.

Kesimpulan

Komunikasi politik adalah aspek penting dari politik modern, yang memungkinkan politisi untuk menyampaikan pesan mereka secara efektif, membentuk opini publik, dan pada akhirnya mengamankan keberhasilan elektoral. Strategi utama yang digunakan, termasuk manajemen media, hubungan masyarakat, dan pemanfaatan platform digital yang efektif, berkontribusi pada

keberhasilan mereka dalam berhubungan dengan pemilih dan memobilisasi dukungan.

Manajemen komunikasi politik Jokowi berperan besar dalam membentuk dukungan publik selama Pilpres 2019 di Indonesia. Melalui pesan kebijakan yang jelas, keterlibatan akar rumput, pemanfaatan media sosial, dan membangun kepercayaan dan kredibilitas, Jokowi secara efektif mengomunikasikan visi dan pencapaiannya kepada para pemilih. Bergaung dengan aspirasi dan keprihatinan publik, Jokowi berhasil meraih dukungan luas hingga terpilih kembali. Artikel ini menyoroti pentingnya strategi komunikasi yang efektif dalam kampanye politik dan menekankan dampaknya terhadap pembentukan opini publik dan hasil pemilu.

Daftar Pustaka

- Adisasmita, Raharjo. *Manajemen Pemerintahan Daerah*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011.
- Agency, N. D. "National Medium-Term Development Plan 2020-2024." https://perpustakaan.bappenas.go.id/e-library/file_upload/koleksi/migrasi-data-publikasi/file/RP_RKP/Narasi-RPJM2020-2024-versi-Bahasa-Inggris.pdf
- Brinkerhoof, R. O. *Program Evaluation, A Practitioners Guide for Trainers and Educatoers*. Boston: Boston Kluwer-Nijhoff, 2020.
- Cahyadi, F. "Evaluating Jokowi's infrastructure development initiatives: A case study of the Trans Java Toll Road." *Journal of Infrastructure Development* 15 no. 2 (2020): 123-145.

- Cangara, Hafied. *Komunikasi Politik*. Jakarta: Rajawali Pers, 2010.
- Chadwick, A., & Howard, P. N. *Handbook of Internet Politics*. United Kingdom: Routledge, 2018.
- Chaffee, S. "Studying the new communication of politics." *Political Communication* 18 (2021): 237-244.
- Chaffee, S. Ed. *Political communication: Issues and strategies for research*. Beverly Hills: Sage Publications, 1975.
- Creswell, J. W. *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches (Fifth Edition)*. Thousand Oaks: SAGE Publications, 2018.
- Garrard, J. &. *Political Marketing and Political Communication: The Integrated Campaign*. London: Routledge, 2017.
- Goodin, R., and Klingemann, H. *A new handbook of political science*. New York: Oxford University Press, 1996.
- Hallahan, K. *Political Public Relations: Principles and Applications*. United Kingdom: Routledge, 2017.
- Hapsari, R. "Political Communication on Twitter during the 2019 Indonesian Presidential Election." *Jurnal Komunikasi* 11 no.1 (2019): 24-43. <https://doi.org/10.29244/jkom.v11i1.26234>.
- Haryanto, A. "Assessing the effectiveness of Jokowi's transportation infrastructure policies." *Journal of Public Policy and Administration* 21 no. 3 (2019): 256-278.
- Jamieson, K. H., & Waldman, P. *The Oxford Handbook of Political Communication*. New York: Oxford University Press, 2018.
- Kartini, D. "Communication Strategies of Presidential Candidates in the 2019 Indonesian Presidential Election." *Humaniora* 32 no. 1 (2020): 1-10. <https://doi.org/10.22146/jh.37233>, 1-10.
- Kiousis, S. "Political Campaigns, Online Communication, and Offline Participation: Direct and Moderated Effects." *Journal of Communication* 64 no. 5 (2014): 868-889. doi:10.1111/jcom.12118.
- Kusuma, D. "The role of communication in shaping public support for Jokowi's infrastructure development initiatives." *Indonesian Journal of Communication Studies* 14 no.
- McNair, Brian. *An Introduction to Political Communication*. London: Routledge, 2003.
- Nimmo, D. *Political Communication And Public Opinion In America, Terjemahan Tjun Surjaman*. Bandung: Remaja Rosda Karya, 2007.
- Noelle-Neumann, E. "The spiral of silence: A theory of public opinion." *Journal of Communication* 24 no. 2 (1974): 43-51.
- Nurfalah, D. "The Success of Communication Strategy of Joko Widodo and Its Influence on Voters in the 2019 Indonesian Presidential Election." *Indonesian Journal of Political Science* 1 no. 1 (2020): 26-37.
- OECD. *OECD Glossary of Statistical Terms*. OECD, 2008. www.oecd.org/publishing/corrigenda.
- Rachmawati, R., & Purnawarman, P. "The Role of Political Communication Strategies in Indonesian Presidential Election 2019." *Journal of Asian Social Science* 16 no. 3 (2020): 244-254.
- Sanders, K., & Kiousis, S. *Political Public Relations: Concepts, Principles, and*

- Applications*. United Kingdom: Routledge, 2019.
- Smith, R. *Strategic Political Communication: Rethinking Social Influence, Persuasion, and Propaganda*. London: Routledge, 2020.
- Strömbäck, J. *The Handbook of Political Communication Research*. London: Lawrence Erlbaum Associates, 2017.
- Strömbäck, Jesper, & Kiousis, Spiro. *Political Public Relations*. New York: Routledge, 2011.
- Sudaryono. *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Mix Method (Edisi Kedua)*. Depok: Raja Grafindo Persada, 2017.
- Wardana, E. K. "Manajemen Komunikasi Pemerintah dalam Menghadapi Pemilihan Presiden 2019." *PERSEPSI: Communication Journal* 3 no. 2 (2020): 149-177.