

## **STRATEGI KAMPANYE GANJAR RAMADHAN MELALUI PEMANFAATAN MODAL SOSIAL PADA PEMILU LEGISLATIF KABUPATEN CIANJUR TAHUN 2019**

**Erni Siti Rohayani Ssuntama<sup>1</sup>, Yusa Djuyandi<sup>2</sup>, Ratnia Solihah<sup>2</sup>**

<sup>1,2,3</sup>Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Padjadjaran,

Koresponden Email: [erni18001@mail.unpad.ac.id](mailto:erni18001@mail.unpad.ac.id)

Doi: [10.23969/paradigmapolistaat.v5i2.6239](https://doi.org/10.23969/paradigmapolistaat.v5i2.6239)

### **Abstract**

*This paper analyzes the Ganjar Ramadhan campaign strategy through the use of social capital. Ganjar's social capital ownership was assessed using a qualitative descriptive study method. Data collection was carried out by literature study and field study through purposive interviews and examination of documents. The results of the study show that Ganjar's social capital includes Ganjar's figure; relationships and social networks owned by Ganjar and Ganjar's supporters. Its social capital can be utilized optimally through direct campaigns to the public in the form of door to door campaigns and direct mass campaigns. Utilization of social capital and proper communication played a role in his victory.*

**Keywords:** Campaign strategy, social capital, legislative elections

### **Abstrak**

Tulisan ini menganalisa strategi kampanye Ganjar Ramadhan melalui pemanfaatan modal sosial. Kepemilikan modal sosial Ganjar dikaji dengan metode kualitatif studi deskriptif. Pengumpulan data dilakukan dengan studi kepustakaan dan studi lapangan melalui wawancara secara purposive dan pemeriksaan dokumen-dokumen. Hasil kajian menunjukkan bahwa modal sosial Ganjar meliputi figure/sosok Ganjar; hubungan dan jaringan-jaringan sosial yang dimiliki Ganjar dan pendukung Ganjar. Modal sosial yang dimilikinya dapat dimanfaatkan dengan optimal melalui kampanye secara langsung kepada masyarakat berupa kampanye *door to door* dan kampanye massa langsung. Pemanfaatan modal sosial dan komunikasi yang tepat berperan dalam kemenangannya.

**Kata kunci:** Strategi kampanye, modal sosial, pemilu legislatif

### **PENDAHULUAN**

Pemilu tahun 2019 diselenggarakan dengan menggunakan sistem proporsional terbuka. Hal ini menyebabkan persaingan yang ketat di antara para caleg dalam satu daerah pemilihan. Tidak hanya persaingan antar caleg dari berbeda partai, persaingan bahkan terjadi di antara caleg dalam satu

partai. Para kandidat harus pintar dalam menentukan strategi kampanye politik agar dapat memenangkan simpati masyarakat.

Pada Pemilu Legislatif Tahun 2019 di Kabupaten Cianjur terdapat partai pemenang yang baru yaitu Partai Gerindra. Berdasarkan olah data penulis yang bersumber dari KPU Kabupaten

Cianjur Partai Gerakan Indonesia Raya (GERINDRA) berhasil menjadi pemenang pemilu legislatif di Kabupaten Cianjur dengan perolehan suara sebanyak 184.646 (seratus delapan puluh empat ribu enam ratus empat puluh enam). Kemenangan Gerindra tentunya hasil kerja sama partai dengan para calon legislatif (caleg) yang bekerja keras turun ke masyarakat dan berkampanye agar masyarakat percaya untuk memilih Partai Gerindra beserta para calon legislatifnya. Satu hal yang menarik dari kemenangan Gerindra ini adalah keberhasilan Ganjar Ramadhan, seorang calon anggota legislatif dari Daerah Pemilihan (Dapil) Cianjur 1.

Kesuksesan Ganjar terpilih menjadi anggota DPRD Kabupaten Cianjur tersebut diperoleh dengan penuh kerja keras untuk mendapatkan kepercayaan dari masyarakat pemilih. Hal ini juga tidak terlepas dari kematangan strategi yang diterapkan kandidat beserta tim suksesnya. Strategi kampanye yang digunakan Ganjar yaitu dengan pemanfaatan modal sosial, di mana modal sosial merupakan pondasi kuat untuk menimbulkan kepercayaan dan hubungan dari calon pemilih. Dengan modal sosial yang dimiliki kandidat, kandidat akan lebih mudah dikenal oleh masyarakat pemilih hal ini membuat kandidat memiliki peluang besar untuk mendapatkan kepercayaan. (Plaituka et al., 2018)

## **METODE**

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif di mana pengumpulan data dilakukan melalui studi lapangan dan studi kepustakaan. Studi lapangan dilakukan melalui wawancara mendalam dengan informan yang dipilih secara purposif sebagai sumber data primer serta melalui dokumen yang terkait dengan masalah

yang diteliti sebagai sumber data sekunder. Sedangkan studi kepustakaan dilakukan dengan mereview literature yang terkait dengan kajian ini.

Informan dalam penelitian ini meliputi: Tim sukses Ganjar Ramadhan, Relawan Ganjar Ramadhan, perwakilan masyarakat pemilih, dan pengamat politik di Kabupaten Cianjur. Pada proses analisis data, langkah yang akan dilakukan peneliti dimulai dengan menganalisa data dari hasil wawancara ataupun berbagai sumber informasi yang diperoleh peneliti. Ada tiga alur dalam analisa data, yaitu Reduksi data, Penyajian data Penarikan kesimpulan atau verifikasi (Miles dan Huberman dalam Sugiyono, 2016).

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Kepemilikan Modal Sosial Ganjar Ramadhan**

Bertarung pada Pemilihan Umum Anggota DPRD Kabupaten Cianjur Tahun 2019 untuk pertama kalinya, Ganjar Ramadhan menerapkan strategi kampanye dengan pemanfaatan modal sosial untuk memperoleh kemenangan dalam kontestasi tersebut.

Kepemilikan modal dan pemanfaatan modal sangat umum digunakan dalam suatu pemilihan, karena modal memberikan suatu kekuatan serta energi besar untuk seseorang memenangkan suatu pertarungan politik. Hal penting lainnya untuk memenangkan suatu ajang pemilihan dibutuhkan cara bagaimana modal tersebut dimanfaatkan (Pontoh, 2015).

Modal sosial yang dimiliki Ganjar berupa sosok/figur, hubungan dan jaringan sosial yang dimilikinya. Modal sosial yang dimilikinya berhasil dimanfaatkan dengan menggunakan strategi kampanye yang tepat. Ganjar sangat intensif melakukan kampanye

dari pintu ke pintu, baik itu dilakukannya sendiri maupun oleh para relawannya.

### **1. Sosok/Figur Ganjar Ramadhan**

Kontestasi pemilihan anggota legislatif merupakan kompetisi yang dipengaruhi oleh kapasitas masing-masing kandidat calon anggota legislatif. Kompetisi yang terjadi bukan saja persaingan antar partai politik melainkan figur kandidat tersebut seperti ketokohan, kapasitas kredibilitas, popularitas, pengalaman politik, latar belakang pendidikan dan pekerjaan yang menjadi faktor adanya modal sosial dalam kontestasi politik.

Modal sosial merupakan sumber daya sosial yang bisa digunakan sebagai investasi untuk bekerja bersama-sama demi mencapai tujuan bersama di dalam kelompok. Sumber daya sosial tersebut dapat dikategorikan seperti tingkat pendidikan, pekerjaan awal, ketokohnya di lingkungan masyarakat (tokoh agama, tokoh adat, organisasi pemuda, profesi dan sebagainya). Pengaruh ketokohan dan popularitas, latar belakang pendidikan dan pekerjaan kandidat menentukan kemenangan kontestasi pemilihan maupun pemilu legislatif, karena untuk membangun relasi dan kepercayaan dari masyarakat kandidat harus memiliki pengaruh tersebut (Putri & Qodir, 2017).

Hal senada juga diungkapkan Widagdo bahwa peran seorang tokoh dalam proses pemilu selalu dibutuhkan, bahkan memiliki peran yang sangat signifikan terutama untuk mempengaruhi pemilih. Pada pemilu legislatif, ketokohan pemimpin partai dan calon anggota legislatif memiliki potensi dalam memutuskan apakah memilih partai atau calon dari partai tokoh yang bersangkutan (Widagdo, 2016).

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti menemukan bahwa Ganjar dikenal sebagai sosok yang jujur, sopan,

ramah dan dekat dengan masyarakat. Ia dikenal sebagai pemuda yang aktif dalam kegiatan kepemudaan dan kemasyarakatan di daerahnya. Hal ini sesuai dengan pernyataan masyarakat yang tinggal di dekat kediaman Ganjar. Masyarakat sekitar yang mengenal Ganjar secara pribadi menilai Ganjar sebagai pemuda yang jujur, sopan, dan ramah.

Ganjar yang belum memiliki pengalaman dalam pemerintahan baik itu legislatif dan eksekutif dinilai belum mempunyai catatan buruk di mata masyarakat, hal ini dimanfaatkan untuk memunculkan citra Ganjar sebagai sosok yang jujur dan bersih serta bebas korupsi.

Ganjar yang merupakan putra asli Cianjur yang lahir di Kecamatan Cilaku dinilai lebih memahami kebutuhan masyarakat terutama yang berada di Dapil 1. Sehingga mendapat kepercayaan dari masyarakat untuk mewakili mereka di lembaga legislatif.

Namun tidak semua masyarakat mengenal sosok Ganjar secara pribadi, beberapa informan yang berhasil diwawancarai bahkan tidak mengenalnya secara pribadi, yang mereka tahu hanya Ganjar sebagai kader Partai Gerindra yang mencalonkan diri sebagai calon anggota legislatif di Dapil 1 Cianjur.

Selain itu pengalamannya sebagai Korprov pada Pemilihan Gubernur Jawa Barat Tahun 2018 yang turut terjun langsung mengkampanyekan pasangan calon Gubernur dan Wakil Gubernur Jawa Barat yang diusung oleh Partai Gerindra, membuat Ganjar dikenal masyarakat dan dengan sendirinya membuat Ganjar juga dekat dengan masyarakat Cianjur. Jadi kedekatan Ganjar dengan masyarakat pemilih sudah dibangun jauh sebelum dimulainya masa kampanye.

## **2. Hubungan dan Jaringan Sosial yang dimiliki Ganjar Ramadhan**

Modal sosial berikutnya yang dimiliki Ganjar yaitu hubungan dan jaringan. Modal sosial bukan milik individu seorang saja, namun juga lahir dari hasil hubungan seorang individu yang tercipta dari kerangka kelompok sosial yang sangat dekat seperti keluarga.

Bourdieu dalam bukunya *An Invitation to Reflexive Sociology (1992)* mendefinisikan modal sosial sebagai kumpulan sejumlah sumber daya, baik aktual maupun potensial yang terhubung dengan kepemilikan jaringan atau relasi, yang sedikit banyak telah terlembaga dalam pemahaman dan pengakuan bersama. Modal sosial merujuk kepada jaringan sosial yang dimiliki pelaku (individu atau kelompok) dalam hubungannya dengan pihak lain yang memiliki kuasa.

Modal sosial menitikberatkan pada kemampuan personal atau kelompok orang dengan tujuan mendapatkan kepercayaan, jaringan dan manfaat didapat dari kelompok tersebut. Pemanfaatan modal sosial juga berhubungan dengan bagaimana cara dan upaya yang dilakukan pemilik modal untuk memelihara, merawat, serta memperkuat, bahkan memperbaharuinya dan komitmen dalam penggunaan modal sosial itu (Hussain, 2013).

Modal sosial merupakan hubungan sosial atau interaksi sosial di antara anggotanya dalam lingkungan sosialnya, dapat berupa hubungan sosial antar kelas/kelompok dan organisasi sosial yang ada dalam lingkungan masyarakat maupun antara personal dengan kelompok dan organisasi sosial tersebut, baik dalam proses negosiasi maupun proses adaptasi (Solihah, 2018).

Hubungan dan jaringan kerap digunakan untuk mendukung modal sosial yang dimiliki pelaku politik.

Ganjar memiliki jaringan keluarga yang dimanfaatkan sebagai dukungan untuk mencalonkan diri menjadi Caleg. Hasil temuan peneliti, Ganjar yang merupakan putra daerah memanfaatkan jaringan keluarganya yang berdomisili di Kabupaten Cianjur.

Ganjar kerap menggunakan jaringan yang dimilikinya untuk memperkenalkan diri dan memberitahu masyarakat bahwa dirinya maju sebagai calon anggota DPRD Kabupaten Cianjur Dapil 1. Jaringan yang dimanfaatkan salah satunya berasal dari keluarga. Ibu Ganjar yang merupakan seorang guru SD turut mengkampanyekan putranya ke rekan-rekan seprofesinya terutama yang berdomisili di Dapil Cianjur 1. Kedekatan ibunya dengan rekan seprofesi dimanfaatkan untuk mengkampanyekan Ganjar dengan membagikan kalender dan *flyer* bergambar Ganjar. Ibunya juga aktif mengkampanyekan Ganjar melalui pengajian-pengajian rutin yang diikutinya.

Kemudian Ganjar juga memanfaatkan hubungan atau kedekatannya dengan tokoh agama di Cianjur. Ganjar sangat menjaga hubungan dan silaturahmi yang baik dengan Ketua DPW Front Pembela Islam (FPI) Kabupaten Cianjur, Al Habib Hud bin Idrus Al Idrus. Al Habib Hud istiqomah mendukung untuk memenangkan Capres dan Cawapres Hasil Ijtima Ulama, yaitu Prabowo dan Sandi. Di mana pasangan capres tersebut diusung oleh Partai Gerindra, partai yang sama di mana Ganjar bernaung dan dicalonkan menjadi calon anggota DPRD Kabupaten Cianjur. Sehingga Ganjar mendapat bantuan dan dukungan dari Habib Hud dengan mengerahkan jaringan yang dimilikinya dalam berkampanye untuk mendapat dukungan

dari masyarakat pemilih di Dapil 1. Habib Hud kerap mengarahkan santrinya untuk mendukung Ganjar.

Selain itu Ganjar juga memanfaatkan hubungan dekatnya dengan Ketua Umum Partai Gerindra yaitu Prabowo. Kedekatannya mulai terjalin sejak Ganjar mengikuti program Gerindra Masa Depan (GMD). GMD merupakan program rekrutmen kader-kader muda dari seluruh Indonesia yang diprakarsai oleh Ketua Umum Partai Gerindra Bapak Prabowo Subianto. Selesai mengikuti pelatihan Ganjar direkrut menjadi staf di DPP Gerindra. Di tahun 2018 Ganjar diperintahkan untuk kembali ke daerah untuk mengelola Pilgub (Pemilihan Gubernur). Pada saat itu ia dipercaya menjadi Korprov (Koordinator Provinsi) pada Pilgub Jabar 2018.

Atas dorongan dari Prabowo, Ganjar maju menjadi calon anggota DPRD Kabupaten Cianjur di Dapil 1. Oleh karena itu di setiap kampanye Ganjar selalu menyatakan diri sebagai “Pemuda Pilihan Prabowo”. Bahkan dalam bahan kampanye Ganjar mencantumkan *tagline* tersebut. Menelisik ke belakang berdasarkan wawancara dengan tim suksesnya, Ganjar menyatakan diri sebagai “Pemuda Pilihan Prabowo”. Selain itu Ganjar kerap mengkampanyekan juga pasangan Prabowo-Sandiaga sebagai calon Presiden dan wakil Presiden 2019-2024.

Selain itu Ganjar juga memanfaatkan jaringan sosial lain yang dimilikinya yaitu status keanggotaannya dalam suatu komunitas kendaraan roda empat di Cianjur. Ganjar merupakan anggota dari Tauco Tjiandzoer. Komunitas ini memiliki jumlah anggota yang cukup banyak yang tersebar di beberapa kecamatan termasuk kecamatan-kecamatan yang ada di Dapil

1. Ganjar berhasil menghimpun dukungan dari pengurus dan anggota komunitas ini. Bantuan yang didapat Ganjar tersebut berupa moril maupun materil. Anggota komunitas ini terdiri dari pemuda pecinta kendaraan roda empat dan beberapa pengusaha di Cianjur. Pengusaha-pengusaha tersebut memberi dukungan terhadap Ganjar yaitu melalui jaringan yang mereka punya. Para pengusaha ini menggerakkan karyawannya bahkan keluarganya untuk memberikan dukungan dan memilih Ganjar.

### **Strategi Kampanye**

Kampanye secara konseptual menjadi bagian dalam proses politik, terutama dalam penyelenggaraan pemilihan umum. Menurut Pawito, kampanye merupakan upaya sistematis untuk mempengaruhi khlayak, terutama calon pemilih guna memberikan dukungan atau suaranya kepada partai politik atau kandidat yang sedang berkompetisi dalam suatu pemilihan (Pawito, 2009).

Strategi kampanye yang dilakukan Ganjar Ramadhan pada dasarnya menekankan pada strategi pemanfaatan modal sosial yang dimilikinya. Strategi yang dilakukan Ganjar adalah menjaga dan memelihara komunikasi melalui kedekatan Ganjar dengan masyarakat atau pemilih pada saat kampanye. Komunikasi yang baik dengan masyarakat merupakan cara untuk membangun citra yang baik.

Dalam kontestasi pemilihan anggota legislatif, modal sosial kandidat (calon anggota legislatif) akan terbangun apabila ada interaksi sosial antara kandidat dengan pihak lainnya dalam hal ini masyarakat. Interaksi sosial yang dilakukan oleh kandidat akan mempengaruhi proses dukungan masyarakat terhadap kandidat. \

Menurut Riswandha Imawan, terdapat empat teknik kampanye yaitu: *Door to door campaign* (Kampanye dari pintu ke pintu), *group discussion* (diskusi kelompok), *indirect mass campaign* (kampanye massa tidak langsung) dan *direct mass campaign* (kampanye massa langsung) (Fionna & Hutchinson, 2019).

### **1. Kampanye dari pintu ke pintu**

Proses kampanye dari pintu ke pintu memiliki dua manfaat utama untuk proses kampanye. Pertama, untuk dapat menyosialisasikan program-program yang akan dilaksanakan secara langsung kepada masyarakat, dan yang kedua adalah untuk dapat memperkenalkan kepada masyarakat secara langsung mengenai program tersebut. Dengan demikian proses kampanye dapat berjalan secara langsung dan baik (Syafrudin & Casmana, 2022).

Hal itu pula lah yang dilakukan Ganjar. dalam upaya mendapatkan dukungan dan kepercayaan dari masyarakat atau pemilih Ganjar mendatangi langsung masyarakat atau pemilih. Kampanye dari pintu ke pintu dilakukan baik itu oleh Ganjar sendiri maupun dilakukan oleh tim sukses dan relawan Ganjar.

Kunjungan dari pintu ke pintu dilakukan Ganjar dengan berkunjung ke rumah-rumah warga untuk berdialog mendengarkan aspirasi warga. Selain itu pada kesempatan yang sama ia menyampaikan program kerja apabila dirinya terpilih menjadi wakil rakyat Kunjungan ini hanya dilakukan di beberapa tempat saja. Ganjar lebih fokus untuk mengunjungi tokoh masyarakat atau tokoh yang dituakan dan juga tokoh agama. Salah satu tokoh agama yang cukup berpengaruh yaitu dari Front Pembela Islam (FPI) Kabupaten Cianjur, yaitu Al Habib Hud bin Idrus Al Idrus.

Kunjungan dari pintu ke pintu juga dilakukan oleh tim sukses maupun relawan Ganjar. Mereka sangat intens mendatangi warga dari rumah ke rumah pada saat kampanye sambil membagikan kalender dan *flyer* bergambar Ganjar. Selain itu Ganjar dan para relawannya membawa spanduk berisi foto Ganjar dan logo Partai Gerindra dilengkapi dengan tulisan “Mohon doa dan Dukungan”. Spanduk tersebut digunakan untuk foto bersama warga masyarakat yang dijunjunginya.

Pada H-1 masa tenang para relawan masih melakukan kampanye dari pintu ke pintu dengan mendatangi rumah warga untuk mengingatkan agar memilih Ganjar pada hari H pemungutan suara. Para relawan menyampaikan pesan dalam bahasa Sunda “*kade enjing tong hilap pilih kang Ganjar*”.

Kampanye dari pintu ke pintu yang dilakukan Ganjar kepada masyarakat telah menarik minat dari masyarakat selain karena mendapatkan respon langsung, masyarakat juga bisa menyampaikan pesan kepada calon anggota DPRD. Sehingga terjadinya interaksi dengan masyarakat. Interaksi yang dilakukan secara intens dengan masyarakat berhasil membangun kepercayaan dari masyarakat.

Menurut tim sukses pemilihan kampanye dari pintu ke pintu dan kampanye massa langsung merupakan cara yang efektif untuk mengenalkan Ganjar Ramadhan kepada masyarakat pemilih dan juga mendekati Ganjar dengan masyarakat sehingga mendapat kepercayaan dari masyarakat untuk akhirnya memilih Ganjar dan memberikan suaranya untuk Ganjar.

### **2. Kampanye Massa Langsung**

Dengan adanya proses kampanye massa secara langsung, maka dapat menjadikan calon anggota DPRD menjadi lebih

maksimal dan mengenal masyarakat secara langsung. Sehingga cara seperti ini dapat dikatakan lebih baik untuk dapat dikenal masyarakat (Syafudin & Casmana, 2022).

Kampanye massa tidak langsung yang dilakukan Ganjar yaitu dengan mengikuti pengajian-pengajian yang diselenggarakan oleh masyarakat, pengajian yang diselenggarakan oleh pesantren, serta kegiatan lainnya yang diselenggarakan oleh masyarakat di Dapil 1.

Di dalam acara pengajian tersebut dimanfaatkan Ganjar untuk memperkenalkan diri bahwa ia maju sebagai calon legislatif DPRD Kabupaten Cianjur Dapil 1. Kemudian ia memberi contoh kepada peserta pengajian tentang tata cara pemberian suara atau pencoblosan dengan menggunakan alat peraga berupa contoh surat suara yang sudah tertera namanya.

Pemilihan kampanye massa langsung dengan tidak berkerumun atau berbentuk keramaian seperti konser musik dinilai Ganjar dan tim suksesnya sebagai cara yang tepat mengingat keterbatasan dana kampanye. Oleh karena itu pada kegiatan kampanye ini Ganjar dan para relawan membagikan kalender dan *flyer* yang berisi gambar Ganjar Ramadhan dan tulisan berisi ajakan untuk memilih Ganjar.

## **SIMPULAN**

Berdasarkan pembahasan di atas dapat disimpulkan bahwa Ganjar Ramadhan memiliki sosok/figur sebagai pemuda yang sopan dan ramah sehingga mudah dekat dengan masyarakat. Ganjar yang belum memiliki pengalaman dalam pemerintahan baik itu legislatif dan eksekutif dinilai belum mempunyai catatan buruk di mata masyarakat, hal ini dimanfaatkan untuk memunculkan citra

Ganjar sebagai sosok yang jujur dan bersih.

Sifatnya yang ramah memudahkan Ganjar untuk dekat dengan orang lain. Ditambah dengan pengalamannya di DPP Partai Gerindra yang mengantarkan Ganjar menjadi Korprov (Koordinator Provinsi) pada Pilgub Jabar 2018 membuat Ganjar lebih dikenal masyarakat Cianjur sebagai kader Partai Gerindra.

Adanya hubungan dan jaringan-jaringan sosial yang dimiliki Ganjar ditambah adanya para relawan memudahkan Ganjar dan tim suksesnya dalam memperkenalkan dan mensosialisasikan program kerjanya kepada masyarakat.

Temuan yang cukup signifikan adalah pemilihan strategi kampanye yang tepat dalam mengoptimalkan modal sosial yang dimiliki Ganjar. Ganjar dan tim suksesnya berhasil mengoptimalkan modal sosial yang dimiliki Ganjar dengan menggunakan kampanye dari pintu ke pintu dan kampanye massa langsung. Pemilihan kampanye dari pintu ke pintu dan kampanye massa langsung merupakan cara yang efektif untuk mengenalkan Ganjar Ramadhan kepada masyarakat pemilih dan juga mendekatkan Ganjar dengan masyarakat sehingga mendapat kepercayaan dari masyarakat yang pada akhirnya masyarakat menjatuhkan pilihan kepada Ganjar.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Fionna, U., & Hutchinson, F. E. (2019). Indonesia's 2019 Elections: A Fractured Democracy? *Asians Affairs, Volume 50(4)*, 502–519. <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/03068374.2019.1672400>
- Hussain, R. B. M. (2013). *Habitus Menilai Transformasi Diri Dari*

- Perspektif Sosiologi. In *Fakultas Satra Sains Sosial Universitas Malaya*.  
<https://jurnal.unigal.ac.id/index.php/moderat>
- Pawito. (2009). *Komunikasi Politik: Media Massa dan Kampanye Pemilihan*. Jalasutra.
- Plaituka, I. R. R., Azhar, M. A., & Noak, P. A. (2018). Pemanfaatan Modal Sosial dalam Pemenangan Calon Anggota Legislatif Pasca Pindah Dapil Pada Pemilu Legislatif Kota Surabaya Tahun 2014. *E-Jurnal Politika, 1 (1), 1–1*.
- Pontoh, C. (2015). Strategi Kampanye Pemenangan Bupati dan Wakil Bupati Terpilih pada Pemilihan Kepala Daerah Kabupaten Minahasa. *Acta Diurna, IV*.  
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/actadiurnakomunikasi/article/view/6711>
- Putri, M., & Qodir, Z. (2017). Faktor Kemenangan Koalisi Suharsono-Halim dalam Pemenangan Pemilu Kepala Daerah Kabupaten Bantul Tahun 2015. *Journal of Governance and Public Policy, 4 (1)*, 142–173.
- Solihah, R. (2018). Peluang dan Tantangan Pemilu Serentak 2019 Dalam Perspektif Politik. *Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan, Vol.3 No.1*.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Alfabeta.
- Syafrudin, I., & Casmana, A. R. (2022). Keterpilihan Justian Andrian dalam Pemilu Legislatif DPRD DKI Jakarta 2019 (Studi Strategi Kampanye dan Modal Sosial). *Jurnal Ilmiah Mimbar Demokrasi, Vol.21 No.*, Hal. 100-1008.
- Widagdo, S. (2016). Peran Ketokohan, Ikatan Emosional dan Program Kerja dalam Memengaruhi Perilaku memilih (Pendekatan Pemasaran politik Dalam Pemilihan Caln Kepala Desa. *Jurnal Unej*.