

**STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK PARTAI KEBANGKITAN BANGSA
(PKB) DALAM MEMBANGUN CITRA POLITIK DI KABUPATEN
TEGAL**

SKRIPSI

Diajukan Guna Melengkapi Salah Satu Persyaratan Penyelesaian

Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S. Sos)



Disusun oleh :

Ahmad Nailul Huda (3419050)

FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH

KOMUNIKASI PENYIARAN ISLAM

UIN KH. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN

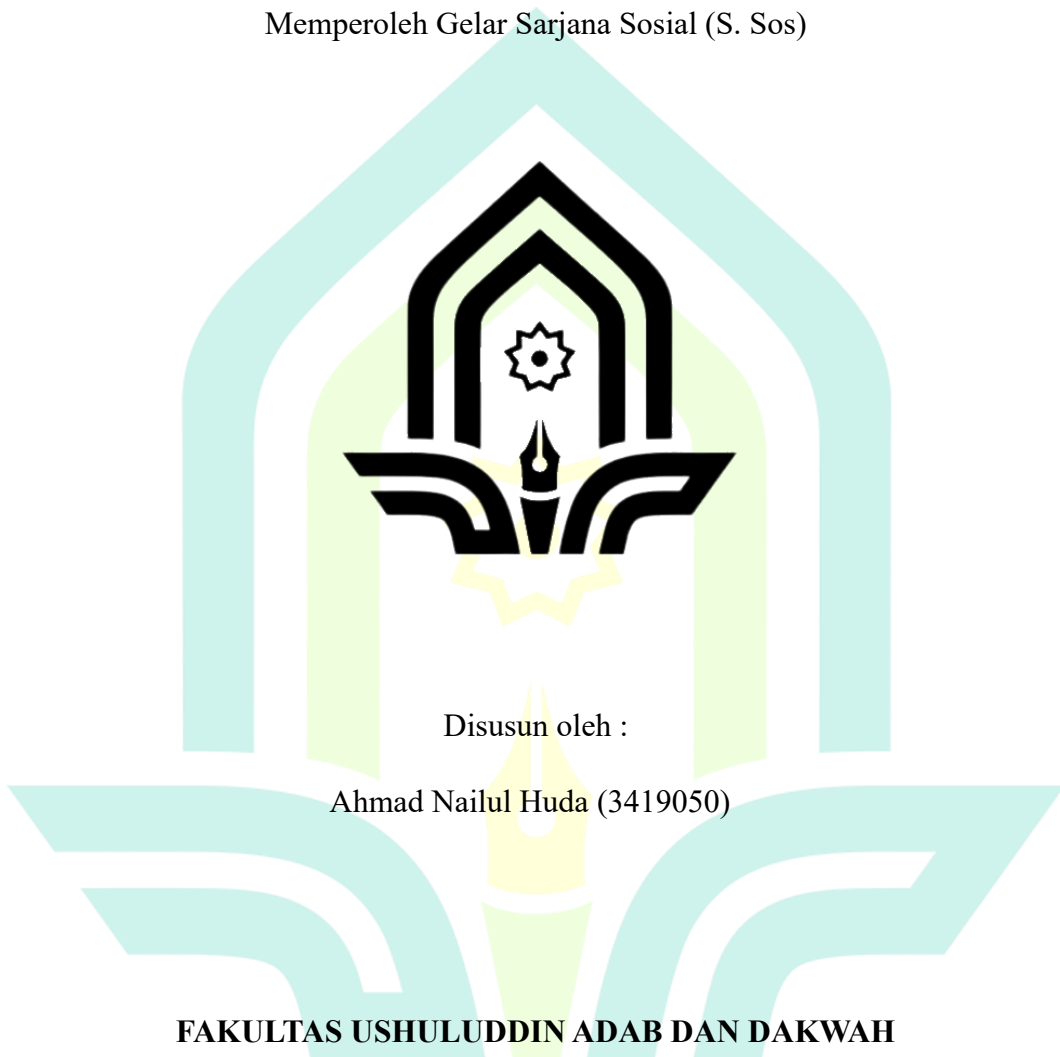
2026

**STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK PARTAI KEBANGKITAN BANGSA
(PKB) DALAM MEMBANGUN CITRA POLITIK DI KABUPATEN
TEGAL**

SKRIPSI

Diajukan Guna Melengkapi Salah Satu Persyaratan Penyelesaian

Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S. Sos)



Disusun oleh :

Ahmad Nailul Huda (3419050)

FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH

KOMUNIKASI PENYIARAN ISLAM

UIN KH. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN

2026

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Ahmad Nailul Huda

NIM : 3419050

Program Studi : Bimbingan Penyuluhan Islam

Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi dengan judul **“STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK PARTAI KEBANGKITAN BANGSA (PKB) DALAM MEMBANGUN CITRA POLITIK DI KABUPATEN TEGAL”** adalah benar hasil karya penulis berdasarkan hasil penelitian. Semua sumber yang digunakan dalam penelitian ini telah dicantumkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Apabila di kemudian hari pernyataan ini terbukti tidak benar, maka penulis bersedia menerima sanksi yang berlaku di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Pekalongan, 23 Juni 2026

Yang Menyatakan,



Ahmad Nailul Huda
NIM. 3419050

NOTA PEMBIMBING

Mukoyimah, M.Sos

Perum Graha Tirta Asri, Jl. Bougenville 1 RT 01/RW 04, Tanjung, Tirta, Pekalongan.

Lamp. : 4 (Empat) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdr. Ahmad Nailul Huda

Yth.

Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah

c.q Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam

di **PEKALONGAN**

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah skripsi Saudara:

Nama : Ahmad Nailul Huda

NIM : 3419050

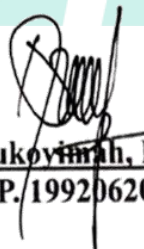
Judul : Startegi Komunikasi Politik Partai Kebangkitan Bangsa (PKB) dalam
Membangun Citra Politik di Kabupaten Tegal

Naskah tersebut sudah memenuhi persyaratan untuk dapat segera dimunaqosahkan. Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 23 Juni 2026

Pembimbing,


Mukoyimah, M.Sos

NIP.199206202019032016



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**

**K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH**

Jl. Pahlawan KM 5 Rowolaku Kajen Kab. Pekalongan Kode Pos 51161
Website: fuad.uingusdur.ac.id | Email : fuad@uingusdur.ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Universitas Islam Negeri

K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan skripsi saudara/i:

Nama : **AHMAD NAILUL HUDA**
NIM : **3419050**
Judul Skripsi : **STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK PARTAI
KEBANGKITAN BANGSA (PKB) DALAM
MEMBANGUN CITRA POLITIK DI KABUPATEN
TEGAL**

yang telah diujikan pada Hari Rabu, 8 juli 2026 dan dinyatakan **LULUS** serta
diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)
dalam Ilmu Bimbingan Penyuluhan Islam.

Dewan Penguji

Penguji I

Zulaikhah Fitri Nur Ngaisah, M. Ag
NIP. 199303292020122026

Penguji II

Lutfi Maulana, S.Ud., M.Ag
NIP. 199407252025211010

Pekalongan, 17 Juli 2026

Disahkan Oleh

Dekan



Dr. Tri Astutik Harvati, M.Ag.
NIP. 197411182000032001

PEDOMAN TRANSLITERASI

Sesuai dengan SKB Menteri Agama dan
Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI
No. 158/1997 dan No.0543 b/U/1987
Tertanggal 12 Januari 1988

A. Konsonan Tunggal

No	Huruf Arab	Nama Latin	Nama Latin	Keterangan
1	ا	alif	-	Tidak dilambangkan
2	ب	ba'	B	-
3	ت	ta'	T	-
4	ث	ša'	š	s dengan titik di atas
5	ج	jim	j	-
6	ح	ḥa'	ḥ	ha dengan titik dibawah
7	خ	kha'	kh	-
8	د	dal	d	-
9	ذ	žal	ž	zet dengan titik di atas
10	ر	ra'	r	-
11	ز	zai	z	-
12	س	sa'	s	-
13	ش	syin	sy	-
14	ص	šad	š	es dengan titik di bawah
15	ض	ḍad	ḍ	de dengan titik di bawah
16	ط	ṭa'	ṭ	te dengan titik di bawah
17	ظ	žā'	ž	zet dengan titik di bawah
18	ع	ain	‘	koma terbalik di atas
19	غ	gain	g	-
20	ف	fa'	f	-
21	ق	qaf	q	-
22	ك	kaf	k	-
23	ل	lam	l	-
24	م	mim	m	-
25	ن	nun	n	-
26	و	wawu	w	-
27	ه	ha'	h	-
28	ء	hamzah	'	Apostrop

29	ي	ya'	y	-
----	---	-----	---	---

B. Konsonan Rangkap, termasuk tanda Syaddah, ditulis lengkap

أحمدية : ditulis Ahmadiyyah

C. Ta' Marbutah

1. Transliterasi Ta' Marbutah hidup atau dengan harakat, fathah, kasrah, dan dhammah, maka ditulis dengan "t" atau "h".

Contoh: زكاة الفطر : *Zakāt al-Fiṭri* atau *Zakāh al-Fiṭri*

2. Transliterasi Ta' Marbutah mati dengan "h"

Contoh: طلحة *Ṭalhah*

Jika Ta' Marbutah diikuti kata sandang "al" dan bacaan kedua kata itu terpisah maka Ta' Marbutah itu ditransliterasikan dengan "h"

Contoh: روضة الجنة *Rauḍah al-Jannah*

3. Bila dimatikan ditulis h, kecuali untuk kata-kata Arab yang sudah terserap menjadi bahasa Indonesia

جماعة : ditulis *Jamā'ah*

4. Bila dihidupkan karena berangkai dengan kata lain, ditulis t

نعمة الله : ditulis *Ni'matullāh*

زكاة الفطر : ditulis *Zakāt al-Fiṭri*

D. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

1. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

No	Tanda Vokal	Nama	Huruf Latin	Nama
1	---	Fathah	a	a
2	---	Kasrah	i	i
3	---	Dammah	u	u

Contoh:

كتب – *Kataba* يذهب – *Yazhabu*

سنل – *Su'ila* ذكر – *Žukira*

2. Vokal Rangkap/Diftong

Vokal rangkap Bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya sebagai berikut:

No	Tanda Vokal	Nama	Huruf Latin	Nama
1	ئي	Fathah dan ya'	ai	a dan i
2	نو	Fathah dan waw	au	a dan u

Contoh:

كيف: *Kaifa*

حول: *Haula*

E. Vocal Panjang (Maddah)

Vocal panjang maddah yang lambangnya berupa harakat dan huruf transliterasinya sebagai berikut:

No	Tanda Vokal	Nama	Latin	Nama
1	اَ	Fathah dan alif	ā	a bergaris atas
2	اِيّ	Fathah dan alif layyinah	ā	a bergaris atas
3	يِ	Kasrah dan ya'	ī	I bergaris atas
4	وُ	Dammah dan waw	ū	u bergaris atas

Contoh:

تُحِبُّونَ : *Tuhibbūna*

الْإِنْسَانِ : *al-Insān*

F. Vokal-vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata dipisahkan dengan Apostrof

أَنْتُمْ : *a'antum*

مُؤَنَّث : *mu'annaṣ*

G. Kata Sandang Alif + Lam

Kata sandang berupa “al” (ال) ditulis dengan huruf kecil, kecuali terletak di awal kalimat, sedangkan “al” dalam lafaz jalalah yang berada di tengah-tengah kalimat yang disandarkan (*idhafah*) maka dihilangkan.

Perhatikan contoh-contoh berikut ini:

1. Al-Imām al-Bukhārīy mengatakan ...
2. Al-Bukhārīy dalam muqaddimah kitabnya menjelaskan ...
3. *Masyā' Allāh kāna wa mā lam yasya' lam yakun.*
4. *Billāh 'azza wa jalla*
5. Jika diikuti huruf Qomariyah ditulis al
القرآن : ditulis *al-Qur'ān*
6. Bila diikuti huruf Syamsiyah, huruf I diganti dengan huruf Syamsiyah yang mengikutinya
السَّيِّعَةُ : ditulis *as-Sayyi'ah*

H. Huruf Ganda (Syaddah atau Tasydid)

Transliterasi Syaddah atau Tasydid dilambangkan dengan huruf yang sama baik ketika berada di ditengah maupun di akhir.

Contoh:

مُحَمَّد : *Muhammad*
الْوَدَّ : *al-Wudd*

I. Kata Sandang “ال”

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyyah dan huruf syamsiyyah ditulis dengan menggunakan huruf “l”.

Contoh:

الْقُرْآن : *al-Qur’ān*
السُّنَّة : *al-Sunnah*

J. Huruf Besar/Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital, namun dalam transliterasi ini disamakan dengan penggunaan bahasa Indonesia yang berpedoman pada Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia (PUEBI) yakni penulisan huruf kapital pada awal kalimat, nama diri, setelah kata sandang “al”, dll.

Contoh:

الإمام الغزالي : *al-Imām al-Gazālī*
السبع المثاني : *al-Sab‘u al-Maṣānī*

Penggunaan huruf kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya lengkap dan kalau disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, maka huruf kapital tidak digunakan.

Contoh:

نصر من الله : *Naṣrun minallāhi*
لله الأمر جميعا : *Lillāhi al-Amr Jamī‘ā*

K. Huruf Hamzah

Huruf Hamzah ditransliterasikan dengan koma di atas (‘) atau apostrof jika berada di tengah atau di akhir kata. Tetapi jika hamzah terletak di depan kata, maka Hamzah hanya ditransliterasikan harakatnya saja.

Contoh:

إحياء علوم الدين : *Ihya’ ‘Ulūm al-Dīn*

L. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi’il (kata kerja), isim atau huruf, ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain, karena ada huruf Arab atau harakat yang dihilangkan, maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh :

وان لله لهو خير الرازقين : *wa innallāha lahuwa khair al-Rāziqīn*

M. Kata Dalam Rangkaian Frase dan Kalimat

1. Ditulis kata per kata, atau

2. Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya dalam rangkaian tersebut
شيخ الإسلام : ditulis *syaikh al-Islām* atau *syaikhul Islām*.

PERSEMBAHAN

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, hidayah, dan kekuatan-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan segala proses panjang yang menyertainya. Shalawat dan salam semoga tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga, sahabat, dan seluruh pengikutnya hingga akhir zaman.

Penyusunan skripsi ini merupakan hasil dari proses panjang yang dilalui dengan kerja keras, pembelajaran, dan semangat, serta didukung oleh berbagai pihak yang telah memberikan arahan, bantuan, dan dukungan yang sangat berarti. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih dan penghargaan yang setulus-tulusnya kepada:

1. Prof. Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag, selaku Rektor Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas untuk menempuh pendidikan di kampus ini.

2. Dr. Tri Astutik Haryati, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, yang telah memberikan dukungan dan kebijakan yang baik selama masa perkuliahan.
3. Ibu Mukoyimah, M.Sos, selaku Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Islam Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid
4. Bapak Dimas Prasetya, M.A, selaku Sekretaris Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan yang turut memberikan dukungan dalam proses akademik penulis.
5. Dr. Amat Zuhri, S.Ag., M.Ag, selaku dosen pembimbing akademik yang telah memberikan bimbingan dan nasihat selama masa studi penulis
6. Ibu Mukoyimah, M.Sos, selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang bukan hanya membimbing akademik, tetapi juga menjadi pengarah, penyemangat, dan motivator yang luar biasa. Terima kasih yang sebesar-besarnya atas kesediaan Ibu meluangkan waktu di tengah kesibukan, atas kesabaran, perhatian, arahan, serta nasihat yang disampaikan dengan tutur kata menenangkan dan tidak pernah menyakiti, sehingga seluruh proses bimbingan dapat dijalani dengan rasa aman dan nyaman. Tanpa bimbingan dan dukungan Ibu yang tulus, mungkin skripsi ini belum bisa selesai. Setiap nasihat dan motivasi dari Ibu selalu menjadi penyemangat saat penulis merasa lelah karena berbagai kendala. Terima kasih telah mempermudah setiap proses, selalu membuka pintu konsultasi dengan lapang, dan memahami setiap kesulitan yang penulis hadapi, baik yang berkaitan dengan penyusunan skripsi maupun permasalahan kehidupan. Kehadiran dan bimbingan Ibu menjadi lentera di tengah kebingungan dan berbagai tantangan

selama proses penyusunan skripsi ini. Ibu bukan hanya membimbing dengan ilmu, tetapi juga dengan ketulusan dan kepedulian. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan kesehatan, keberkahan, serta balasan terbaik untuk setiap kebaikan yang Ibu berikan.

7. Seluruh dosen Fakultas Ushuludin Adab dan Dakwah UIN K.H Abdurrahman Wahid khususnya program Studi Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam, yang telah memberikan bimbingan, ilmu pengetahuan, serta wawasan yang luas kepada penulis selama masa perkuliahan
8. Teristimewa, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada kedua orangtua tercinta Abah dan Mama dua sosok yang paling berjasa dalam kehidupan penulis. Dengan segala keterbatasan yang ada, Abah dan Mama selalu menjadi sumber kekuatan, penguat langkah, dan tempat kembali bagi penulis dalam setiap proses yang dijalani. Sebagai anak pertama, penulis bersyukur dan bangga dapat menyelesaikan pendidikan sarjana sebagai lulusan pertama di keluarga. Setiap cucuran keringat, kerja keras, dan tanggung jawab Abah dalam melindungi keluarga menjadi jalan bagi penulis untuk dapat mengenyam pendidikan hingga tahap ini, sekaligus menjadi teladan tentang arti keteguhan dan tanggung jawab. Mama senantiasa menghadirkan doa, motivasi, nasihat, dan kasih sayang tanpa batas yang terus mengiringi setiap langkah dan ikhtiar penulis, dengan kesabaran dan pengorbanan yang tak pernah terhitung. Seluruh dukungan, perhatian, serta keikhlasan Abah dan Mama menjadi sumber kekuatan, inspirasi, serta pelita yang senantiasa menerangi perjalanan penulis dalam menyelesaikan pendidikan sarjana ini. Semoga Allah SWT senantiasa

melimpahkan kesehatan, keberkahan, umur yang panjang, serta membalas seluruh kebaikan, pengorbanan, dan keikhlasan Abah dan Mama dengan pahala yang berlipat ganda.

9. Kepada adik-adik penulis Ahmad Ahnaf Abiyyu dan Syakira Najma Amani.

Meski kebersamaan kita tak selalu diwarnai ketenangan, terkadang penuh canda, pertengkaran kecil, dan sikap yang saling menguji kesabaran, tapi semua itu justru menjadi warna yang mempererat ikatan kita sebagai saudara. Terimakasih penulis ucapkan atas dukungan dan doanya hingga penulis dapat mencapai titik ini. Semoga kalian tumbuh menjadi pribadi yang baik dan memiliki semangat belajar yang tinggi. Tumbuh lebih baik, cari panggilanmu, jadi lebih baik dibanding diriku.

10. Kepada sahabat penulis M. Rayhan Al Bayrunny, Gusti Muhammad, Davis

Khaidar El Milad yang menemani penulis sejak SMP, terimakasih banyak penulis ucapkan, kehadiran kalian memberikan warna dan kenangan kenangan yang tidak akan dapat dilupakan oleh penulis. Walaupun saat ini sibuk dengan kesibukannya masing masing dan sudah tidak sesering dulu untuk saling bertukar kabar satu sama lain, namun kalian akan selalu ada di hati penulis. Terimakasih canda tawa serta waktu yang selalu kalian luangkan kepada penulis, terimakasih telah mendengarkan keluh kesah penulis selama ini, sehat selalu kalian.

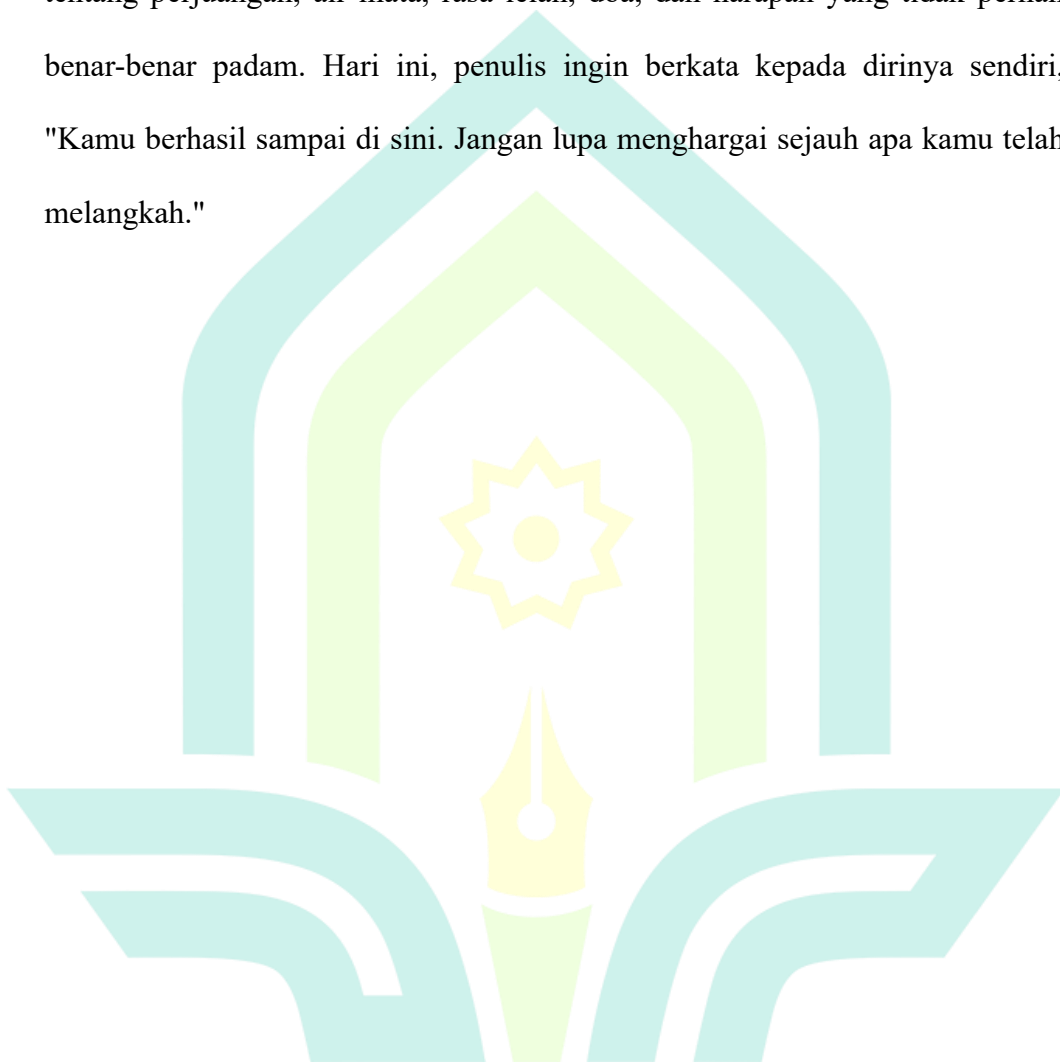
11. Penulis juga ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada grup band *Avenged*

Sevenfold, Falling in Reverse, Lorna Shore, Bring Me the Horizon, My Chemical Romance, Radiohead dan System Of Down. Meskipun tidak terlibat secara

langsung dalam penyusunan skripsi ini, karya-karya musik mereka telah menjadi teman perjalanan yang menemani penulis melewati berbagai fase selama proses penyusunan skripsi mulai dari kebuntuan ide, revisi yang terasa tak berujung, hingga malam-malam panjang dalam menyelesaikan setiap bab. Melalui lirik, melodi, dan emosi yang mereka hadirkan, penulis menemukan semangat untuk tetap bertahan, fokus, dan terus melangkah hingga akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan.

12. Kepada seluruh teman seperjuangan yang penulis tidak bisa sebutkan satu persatu, terimakasih telah menjadi bagian dari proses yang Panjang ini baik yang pernah membantu maupun yang pernah penulis bantu, penulis menyampaikan penghargaan yang tulus atas jalinan kerjasama, empati, dan semangat kebersamaan yang telah terbangun sepanjang penulisan karya ini.
13. Kepada para pembaca yang telah meluangkan waktunya untuk singgah di halaman ini sebelum melanjutkan ke inti pembahasan pada Bab 1 sampai Bab 5, penulis sampaikan apresiasi yang sebesar-besarnya. Terimakasih karena telah memilih untuk tidak langsung terburu-buru menyelami isi kajian, melainkan menyempatkan diri terlebih dahulu untuk memahami latar emosional dan dedikasi personal yang melandasi karya ini.
14. Terakhir, kepada diri saya sendiri Ahmad Nailul Huda. Terima kasih karena telah bertahan sejauh ini. Terima kasih karena memilih untuk tidak menyerah, bahkan ketika rasanya lebih mudah untuk berhenti. Terima kasih karena telah menerima bahwa proses tidak selalu berjalan sesuai harapan, bahwa tidak semua rencana berjalan mulus, dan bahwa setiap kegagalan bukanlah akhir dari

perjalanan. Terima kasih karena telah berani memulai kembali setiap kali merasa tertinggal, memperbaiki setiap kesalahan, serta terus percaya bahwa semua usaha ini pada akhirnya akan menemukan titik akhirnya. Skripsi ini mungkin hanyalah sebuah karya ilmiah, tetapi di balik setiap halamannya tersimpan cerita tentang perjuangan, air mata, rasa lelah, doa, dan harapan yang tidak pernah benar-benar padam. Hari ini, penulis ingin berkata kepada dirinya sendiri, "Kamu berhasil sampai di sini. Jangan lupa menghargai sejauh apa kamu telah melangkah."



MOTTO

“ Tidak ada satu pun yang bisa menyembuhkan hati yang terluka, hanya waktu
yang bisa menyembuhkan semua luka.”

(NS351”15;13)



ABSTRAK

Huda, Ahmad Nailul. 2026. Strategi Komunikasi Politik Partai Kebangkitan Bangsa (PKB) dalam Membangun Citra Politik di Kabupaten Tegal. Skripsi, Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah, Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Pembimbing: Mukoyimah, S.Sos.I., M.Sos.

Posisi elektoral Partai Kebangkitan Bangsa (PKB) yang kuat di Kabupaten Tegal, ditandai dengan perolehan 17 dari 50 kursi DPRD pada Pemilu 2024, menimbulkan pertanyaan akademik mengenai cara partai mempertahankan legitimasi dan membentuk citra politik di tingkat lokal. Penelitian ini bertujuan menganalisis strategi komunikasi politik DPC PKB Kabupaten Tegal dalam membangun citra politik serta mengidentifikasi hambatan dan upaya yang dilakukan untuk mengatasinya.

Penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan paradigma konstruktivis dan jenis penelitian lapangan. Data diperoleh melalui wawancara semi terstruktur dengan tim media DPC PKB Kabupaten Tegal, observasi terhadap media sosial dan kegiatan partai, serta dokumentasi. Data dianalisis secara deskriptif melalui pengumpulan, penyusunan, penyajian, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi politik PKB dilaksanakan melalui pemetaan khalayak berdasarkan wilayah, usia, dan latar sosial-keagamaan Nahdliyyin; penyampaian pesan mengenai kinerja fraksi dan kepedulian sosial; pemanfaatan Instagram, Facebook, TikTok, dan website; penguatan jaringan kiai serta tokoh Nahdlatul Ulama; dan komunikasi langsung melalui pasar murah, pengobatan gratis, serta bantuan kebencanaan. Keterpaduan strategi tersebut membentuk citra identitas politik PKB sebagai partai yang berakar pada nilai dan jaringan NU, dekat dengan rakyat, responsif terhadap kebutuhan masyarakat, dan adaptif terhadap media digital. Hambatan komunikasi politik yang ditemukan meliputi rendahnya interaksi terbuka di media sosial, jadwal konten yang belum sistematis, keterbatasan kewenangan tim media, belum adanya prosedur klarifikasi isu negatif, dan evaluasi media yang belum rutin. PKB mengatasinya melalui respons selektif, pemanfaatan momentum kegiatan, koordinasi berjenjang, dan pengelolaan konten yang positif, meskipun upaya tersebut belum sepenuhnya terstruktur dan terukur.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi Politik, Citra Politik, Identitas Politik, Partai Kebangkitan Bangsa, Kabupaten Tegal.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, hidayah, dan kekuatan-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan segala proses panjang yang menyertainya. Shalawat dan salam semoga tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga, sahabat, dan seluruh pengikutnya hingga akhir zaman. Atas izin Allah SWT, penulis bersyukur dapat menyusun skripsi berjudul **“Strategi Komunikasi Politik Partai Kebangkitan Bangsa (PKB) dalam Membangun Citra Politik di Kabupaten Tegal”** sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) pada Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah, Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Penyusunan skripsi ini merupakan hasil dari proses panjang yang dilalui dengan kerja keras, pembelajaran, dan semangat, serta didukung oleh berbagai pihak yang telah memberikan arahan, bantuan, dan dukungan yang sangat berarti. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih dan penghargaan yang setulus-tulusnya kepada:

1. Prof. Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag, selaku Rektor Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas untuk menempuh pendidikan di kampus ini.
2. Dr. Tri Astutik Haryati, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, yang telah memberikan dukungan dan kebijakan yang baik selama masa perkuliahan.
3. Ibu Mukoyimah, M.Sos, selaku Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Islam Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid

4. Bapak Dimas Prasetya, M.A, selaku Sekretaris Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan yang turut memberikan dukungan dalam proses akademik penulis.
5. Dr. Amat Zuhri, S.Ag., M.Ag, selaku dosen pembimbing akademik yang telah memberikan bimbingan dan nasihat selama masa studi penulis.
6. Ibu Mukoyimah, M.Sos, selaku dosen pembimbing akademik yang telah memberikan bimbingan dan nasihat selama masa studi penulis.
7. Seluruh jajaran staff DPC PKB Kabupaten yang menjadi objek penelitian dalam skripsi ini, atas kesempatannya dalam memberikan kontribusi terhadap kajian yang penulis lakukan.

Oleh karena itu, penulis membuka diri untuk menerima saran dan kritik yang membangun demi perbaikan ke depannya. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan memberikan kontribusi dalam bidang ilmu komunikasi dan dakwah.

Pekalongan, 23 Juni 2026

Penulis



Ahmad Nailul Huda
NIM. 3419050

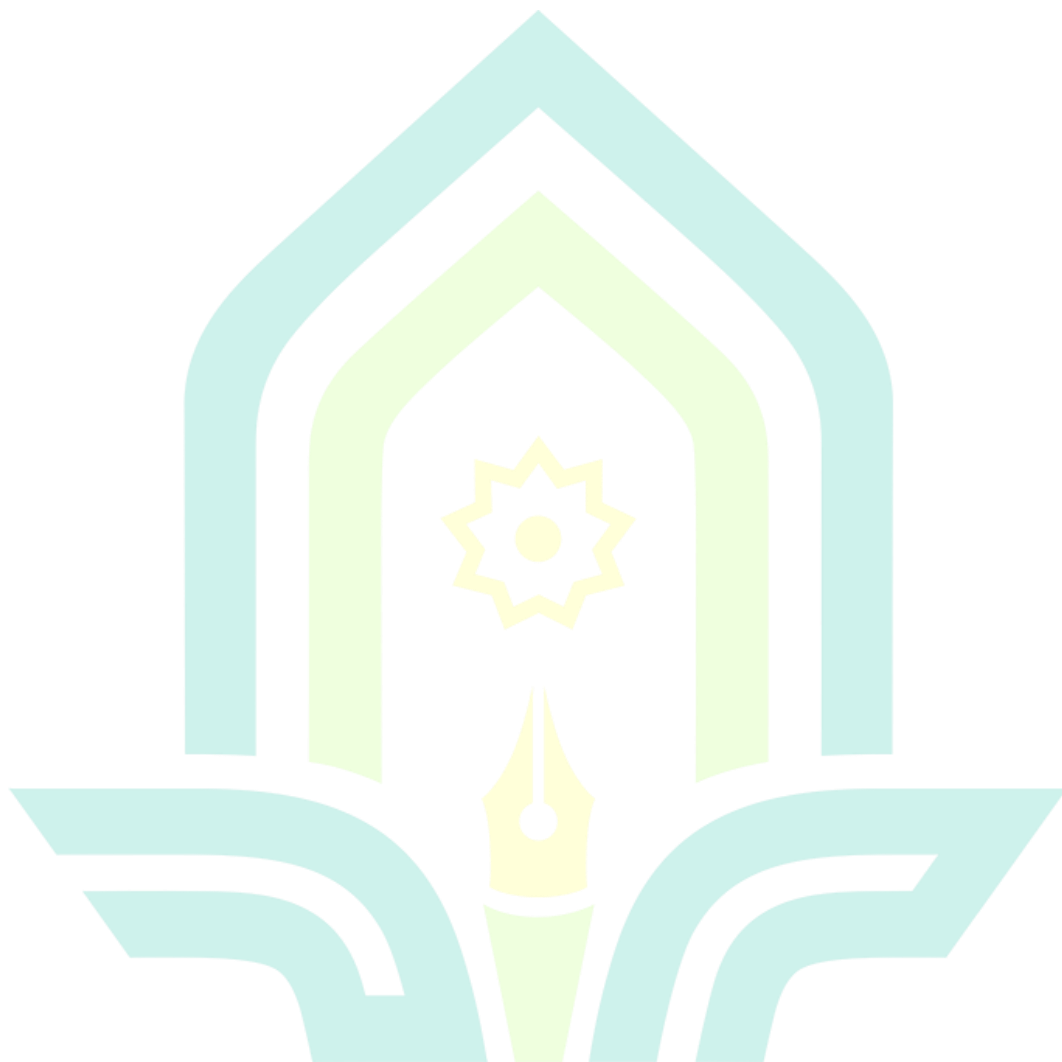
DAFTAR ISI

SKRIPSI.....	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
NOTA PEMBIMBING.....	iii
PENGESAHAN	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI	v
PERSEMBAHAN.....	ix
MOTTO	xv
ABSTRAK	xvi
KATA PENGANTAR.....	xvii
DAFTAR ISI.....	xix
DAFTAR TABEL	xxi
DAFTAR GAMBAR	xxii
DAFTAR LAMPIRAN	xxiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian	7
E. Landasan Teori	8
F. Penelitian yang Relevan.....	18
G. Kerangka Berfikir.....	20
H. Metodologi Penelitian	21
I. Sistematika Penulisan	25

BAB II	26
STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK, KOMUNIKASI POLITIK , CITRA POLITIK, DAN PARTAI POLITIK	26
A. Komunikasi Politik	26
1. Definisi komunikasi politik.....	26
2. Tujuan dan fungsi komunikasi politik.....	28
B. Strategi komunikasi politik	37
C. Citra Politik	40
D. Partai Politik.....	44
BAB III STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK PKB DALAM MEMBANGUN CITRA POLITIK DI KABUPATEN TEGAL	49
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	49
B. Strategi Komunikasi Politik PKB dalam Membangun Citra Politik di Kabupaten Tegal.....	53
C. Citra Politik yang Dibangun oleh PKB Kabupaten Tegal.....	66
D. Hambatan Komunikasi Politik PKB dalam Membangun Citra Politik.....	70
E. Upaya PKB dalam Mengatasi Hambatan Komunikasi Politik	76
BAB IV ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK PKB DALAM MEMBANGUN CITRA POLITIK DI KABUPATEN TEGAL	83
A. Analisis Strategi Komunikasi Politik PKB dalam Membangun Citra Politik di Kabupaten Tegal.....	83
B. Analisis Hambatan dan Upaya PKB dalam Membangun Citra Politik di Kabupaten Tegal.....	99
BAB V PENUTUP	26
A. Kesimpulan	26
B. Saran.....	26
DAFTAR PUSTAKA.....	28

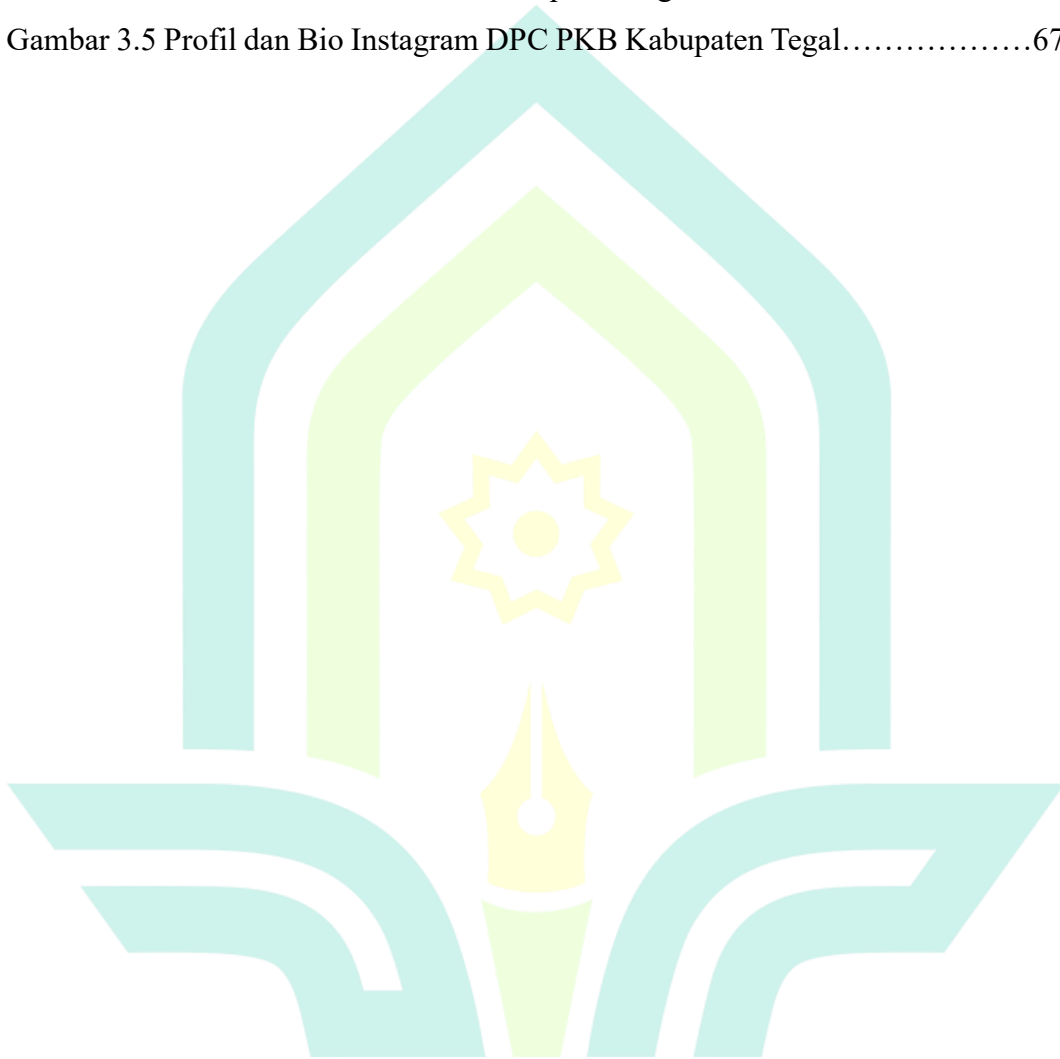
DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Kerangka berfikir.....	24
----------------------------------	----



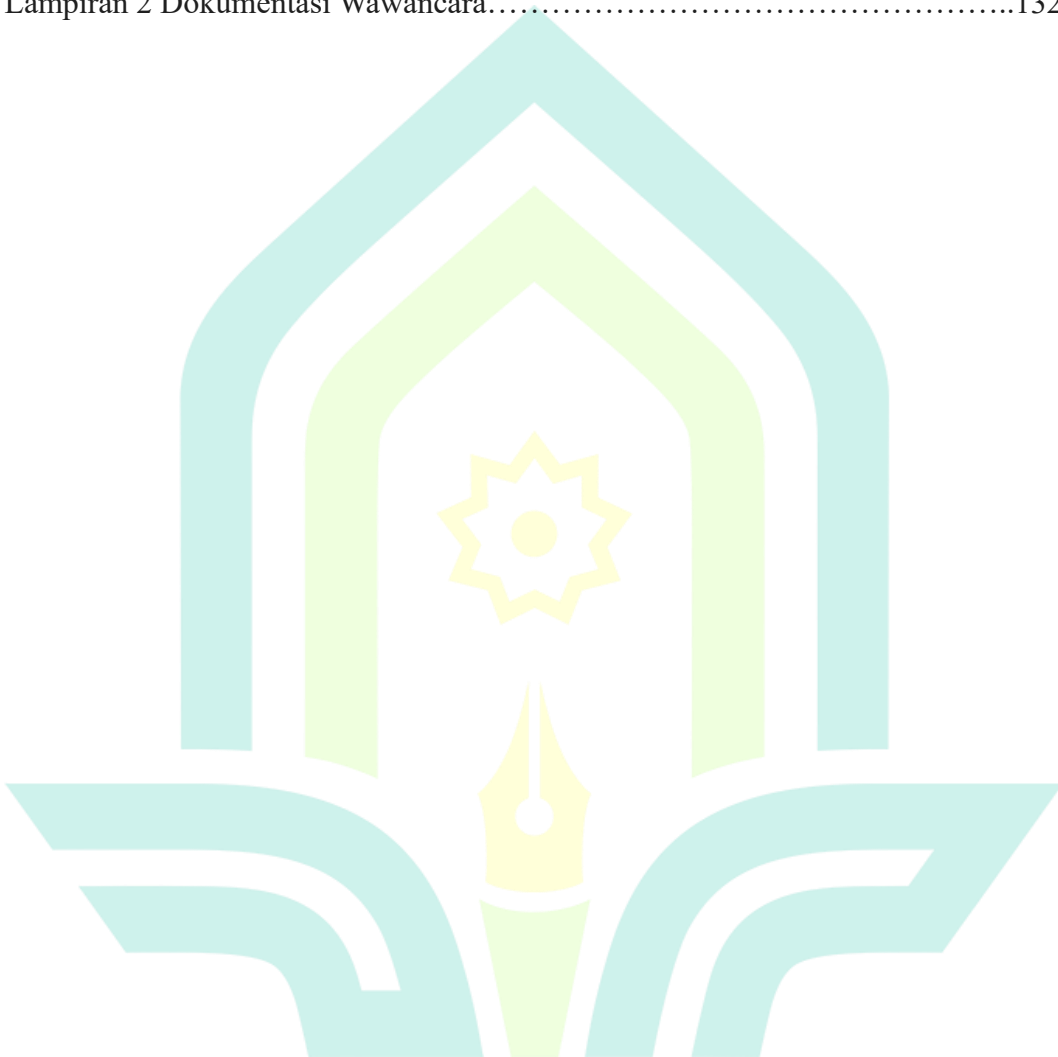
DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Dokumentasi Kegiatan Sosialisasi.....	62
Gambar 3.2 Dokumentasi Kegiatan Sosial DPC PKB Kab. Tegal.....	63
Gambar 3.3 Tampilan Website DPC PKB Kabupaten Tegal.....	65
Gambar 3.4 Profil TikTok DPC PKB Kabupaten Tegal.....	66
Gambar 3.5 Profil dan Bio Instagram DPC PKB Kabupaten Tegal.....	67



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Transkrip Wawancara.....	128
Lampiran 2 Dokumentasi Wawancara.....	132



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Partai politik merupakan salah satu pilar utama dalam sistem demokrasi yang memiliki peran penting sebagai sarana komunikasi politik antara pemerintah dan masyarakat, sekaligus sebagai wadah penyaluran aspirasi politik rakyat dalam proses pengambilan kebijakan publik.¹ Keberadaan partai politik tidak hanya berkaitan dengan upaya memperoleh kekuasaan melalui pemilihan umum, tetapi juga berkaitan dengan kemampuan partai dalam membangun citra politik, reputasi, serta kepercayaan masyarakat terhadap organisasi politik tersebut.² Dalam konteks demokrasi modern, citra dan reputasi politik menjadi aset strategis bagi partai politik karena dapat mempengaruhi persepsi masyarakat, tingkat elektabilitas, serta keberhasilan partai dalam memenangkan kompetisi politik.³

Dalam dinamika politik lokal di Indonesia, peran partai politik menjadi sangat krusial dalam membangun dan mempertahankan reputasi politiknya di tengah masyarakat. Reputasi politik merupakan salah satu aset terpenting bagi partai politik karena reputasi yang baik akan meningkatkan kepercayaan publik, memperkuat basis massa, serta memudahkan partai dalam meraih dukungan pada setiap momentum politik, seperti pemilihan umum maupun pemilihan kepala daerah.⁴ Namun, membangun reputasi politik yang kuat bukanlah hal yang mudah, terutama di tingkat daerah yang memiliki karakteristik sosial, budaya, dan politik yang sangat beragam. Perbedaan kondisi sosial masyarakat, tingkat pendidikan politik, serta dinamika kepentingan lokal menjadikan setiap

¹ Budiardjo, M. (2019). Dasar-dasar ilmu politik. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama. Hlm. 403

² Syamsuddin Haris, Partai, Pemilu, dan Parlemen Era Reformasi (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2014), hlm. 23–25.

³ Dan Nimmo, *Komunikasi Politik: Komunikator, Pesan, dan Media*, terj. Tjun Surjaman (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2011), hlm. 6–10.

⁴ Firmanzah, *Marketing Politik: Antara Pemahaman dan Realitas* (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2012), hlm. 63–70.

daerah memiliki tantangan tersendiri bagi partai politik dalam membangun citra dan reputasi politiknya⁵.

Dalam konteks tersebut, strategi komunikasi politik menjadi instrumen utama yang digunakan oleh partai politik untuk membangun, menjaga, dan mengembangkan reputasi politiknya di mata publik. Strategi komunikasi politik merupakan proses perencanaan, pengelolaan, dan penyampaian pesan politik yang dilakukan secara sistematis untuk mencapai tujuan politik tertentu, seperti membangun dukungan masyarakat, meningkatkan partisipasi politik, serta membentuk citra politik yang positif.⁶ Komunikasi politik tidak hanya mencakup penyampaian informasi, tetapi juga penggunaan simbol, bahasa, media, serta tindakan politik yang dapat mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap partai politik.⁷ Oleh karena itu, keberhasilan partai politik dalam membangun reputasi politik sangat bergantung pada kemampuan partai dalam merancang strategi komunikasi yang efektif sesuai dengan karakteristik masyarakat yang menjadi sasaran politiknya.⁸

Perkembangan teknologi informasi juga turut mempengaruhi strategi komunikasi politik partai politik di era modern. Media sosial telah menjadi salah satu sarana komunikasi politik yang efektif karena mampu menjangkau masyarakat secara luas, cepat, dan interaktif dalam membentuk opini publik serta citra politik partai.⁹ Kehadiran media digital memungkinkan partai politik untuk berkomunikasi secara langsung dengan masyarakat tanpa melalui perantara media konvensional, sehingga strategi komunikasi politik menjadi semakin kompleks dan kompetitif.¹⁰ Kondisi ini menuntut partai politik untuk

⁵ Syarif Hidayat, *Partai Politik dan Demokrasi Lokal* (Jakarta: Pustaka Obor Indonesia, 2016), hlm. 45–48.

⁶ Hafied Cangara, *Komunikasi Politik: Konsep, Teori, dan Strategi* (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), hlm. 109–114.

⁷ Anwar Arifin, *Komunikasi Politik: Filsafat–Paradigma–Teori–Tujuan–Strategi dan Komunikasi Politik Indonesia* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), hlm. 13–18.

⁸ Firmanzah, *Marketing Politik: Antara Pemahaman dan Realitas* (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2012), hlm. 75–80.

⁹ Rulli Nasrullah, *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017), hlm. 11–15.

¹⁰ Brian McNair, *An Introduction to Political Communication*, 5th ed. (London: Routledge, 2011), hlm. 21–25.

lebih inovatif dalam memanfaatkan berbagai saluran komunikasi politik, baik melalui komunikasi tatap muka, media massa, maupun media sosial digital.¹¹

Salah satu partai politik yang memiliki peran penting dalam dinamika politik Indonesia adalah Partai Kebangkitan Bangsa (PKB), yang dikenal sebagai partai berbasis massa Nahdlatul Ulama dan memiliki karakter ideologi nasionalis-religius.¹² PKB sejak awal berdirinya berupaya membangun citra sebagai partai yang memperjuangkan kepentingan masyarakat kecil, nilai-nilai keagamaan yang moderat, serta kepentingan bangsa secara luas.¹³ Upaya pembentukan citra tersebut dilakukan melalui berbagai kegiatan politik, sosial, serta komunikasi politik yang melibatkan tokoh partai, jaringan organisasi masyarakat, dan kegiatan pelayanan kepada masyarakat.¹⁴

Di tingkat daerah, implementasi strategi komunikasi politik partai menjadi semakin menarik untuk dikaji karena keberhasilan partai politik tidak hanya ditentukan oleh kebijakan pusat, tetapi juga oleh kemampuan pengurus daerah dalam menerapkan strategi komunikasi yang sesuai dengan kondisi lokal masyarakat.¹⁵ Kondisi sosial budaya masyarakat daerah, karakteristik pemilih, serta dinamika politik lokal menjadi faktor penting yang mempengaruhi efektivitas strategi komunikasi politik partai.¹⁶ Oleh karena itu, kajian mengenai strategi komunikasi politik di tingkat lokal menjadi penting untuk memahami bagaimana partai politik membangun citra politik dan memperoleh dukungan masyarakat secara nyata di lapangan.

Di Kabupaten Tegal, Dewan Pimpinan Cabang PKB menghadapi tantangan yang tidak ringan dalam membangun citra dan reputasi politiknya.

¹¹ Brian D. Loader dan Dan Mercea, *Social Media and Democracy: Innovations in Participatory Politics* (London: Routledge, 2011), hlm. 7–12.

¹² Burhanuddin Muhtadi, *Populisme, Politik Identitas, dan Dinamika Elektoral* (Jakarta: LP3ES, 2018), hlm. 182–186.

¹³ Syamsuddin Haris, *Partai, Pemilu, dan Parlemen Era Reformasi* (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2014), hlm. 121–125.

¹⁴ Anwar Arifin, *Komunikasi Politik: Filsafat–Paradigma–Teori–Tujuan–Strategi dan Komunikasi Politik Indonesia* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), hlm. 72–78

¹⁵ Firmanzah, *Marketing Politik: Antara Pemahaman dan Realitas* (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2012), hlm. 97–103.

¹⁶ Syarif Hidayat, *Partai Politik dan Demokrasi Lokal* (Jakarta: Pustaka Obor Indonesia, 2016), hlm. 52–57.

Kabupaten Tegal dikenal sebagai salah satu daerah dengan tingkat heterogenitas masyarakat yang cukup tinggi, baik dari segi sosial, ekonomi, maupun budaya, sehingga setiap partai politik dituntut untuk mampu menyesuaikan strategi komunikasi politiknya dengan kondisi masyarakat setempat.¹⁷ Selain itu, persaingan antar partai politik di daerah ini juga cukup ketat, sehingga setiap partai perlu memiliki strategi komunikasi politik yang efektif dan adaptif terhadap dinamika politik lokal.¹⁸

Dalam praktiknya, Dewan Pimpinan Cabang PKB Kabupaten Tegal harus mampu merancang dan mengimplementasikan strategi komunikasi politik yang tidak hanya mampu menyampaikan pesan-pesan politik secara efektif, tetapi juga mampu membangun citra positif dan kepercayaan masyarakat terhadap partai. Strategi komunikasi politik yang diterapkan tidak terlepas dari berbagai faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi proses komunikasi politik itu sendiri. Faktor internal meliputi struktur organisasi partai, kualitas sumber daya manusia, serta visi dan misi partai yang diusung, sedangkan faktor eksternal mencakup kondisi sosial-politik masyarakat, perkembangan teknologi informasi, serta dinamika politik lokal yang terus berubah.¹⁹

Salah satu fenomena yang dapat diamati adalah bagaimana PKB Kabupaten Tegal melakukan pendekatan komunikasi politik kepada masyarakat melalui berbagai kegiatan sosial, keagamaan, dan budaya. Kegiatan tersebut tidak hanya bertujuan untuk memperkenalkan program-program partai, tetapi juga untuk membangun kedekatan emosional dengan masyarakat melalui komunikasi interpersonal yang melibatkan tokoh agama dan tokoh masyarakat.²⁰ Pendekatan tersebut merupakan salah satu strategi komunikasi politik yang bertujuan untuk membangun citra partai sebagai organisasi yang peduli terhadap

¹⁷ Syarif Hidayat, *Partai Politik dan Demokrasi Lokal* (Jakarta: Pustaka Obor Indonesia, 2016), hlm. 60–65.

¹⁸ Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Tegal, *Laporan Hasil Pemilihan Umum Kabupaten Tegal Tahun 2019* (Tegal: KPU Kabupaten Tegal, 2020), hlm. 15–22.

¹⁹ Hafied Cangara, *Komunikasi Politik: Konsep, Teori, dan Strategi* (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), hlm. 115–120.

²⁰ Anwar Arifin, *Komunikasi Politik: Filsafat–Paradigma–Teori–Tujuan–Strategi dan Komunikasi Politik Indonesia* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), hlm. 89–94.

kebutuhan dan aspirasi masyarakat. Selain itu, partai juga aktif memanfaatkan media sosial sebagai sarana komunikasi politik yang efektif, mengingat tingginya penggunaan internet di kalangan masyarakat, khususnya generasi muda.²¹

Namun demikian, dalam implementasi strategi komunikasi politik tersebut, PKB Kabupaten Tegal juga menghadapi berbagai kendala, seperti keterbatasan sumber daya, resistensi dari kelompok masyarakat tertentu, serta adanya isu-isu negatif yang berpotensi merusak citra partai. Tantangan tersebut menunjukkan bahwa membangun citra politik partai tidak hanya berkaitan dengan penyampaian pesan, tetapi juga berkaitan dengan kemampuan partai dalam mengelola persepsi publik serta menjaga kepercayaan masyarakat secara berkelanjutan.²² Oleh karena itu, diperlukan strategi komunikasi politik yang terencana, konsisten, dan adaptif agar citra politik partai dapat terbentuk secara optimal di masyarakat.²³

Secara umum, fenomena yang terjadi di PKB Kabupaten Tegal mencerminkan kondisi yang juga dialami oleh partai politik lain di berbagai daerah di Indonesia. Dalam konteks yang lebih luas, strategi komunikasi politik menjadi salah satu kunci utama dalam membangun citra politik partai di era demokrasi modern karena komunikasi politik berperan dalam membentuk opini publik, membangun legitimasi politik, serta meningkatkan partisipasi masyarakat dalam kehidupan politik.²⁴ Strategi komunikasi politik yang efektif juga dapat meningkatkan legitimasi partai di mata publik sehingga partai lebih mudah memperoleh dukungan dalam setiap kontestasi politik.²⁵

²¹ Rulli Nasrullah, *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017), hlm. 37–41.

²² Dan Nimmo, *Komunikasi Politik: Komunikator, Pesan, dan Media*, terj. Tjun Surjaman (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2011), hlm. 6–10.

²³ Hafied Cangara, *Komunikasi Politik: Konsep, Teori, dan Strategi* (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), hlm. 109–114.

²⁴ Brian McNair, *An Introduction to Political Communication*, 5th ed. (London: Routledge, 2011), hlm. 4–9.

²⁵ Firmanzah, *Marketing Politik: Antara Pemahaman dan Realitas* (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2012), hlm. 45–52.

Pemilihan Kabupaten Tegal sebagai lokasi penelitian didasarkan pada fenomena politik yang memiliki nilai akademik, bukan pada pertimbangan kedekatan maupun kemudahan akses. Kabupaten Tegal memperlihatkan posisi elektoral PKB yang relatif dominan dalam politik lokal. Pada Pemilu 2024, PKB memperoleh 17 dari 50 kursi DPRD Kabupaten Tegal dan menjadi partai dengan perolehan kursi tertinggi. Dalam perspektif representasi politik dan hubungan partai dengan pemilih, keberlanjutan dukungan tersebut tidak hanya dapat dijelaskan oleh kesamaan basis sosial-keagamaan, tetapi juga oleh kemampuan partai mengartikulasikan aspirasi, memelihara hubungan dengan konstituen, dan membangun legitimasi melalui komunikasi politik yang berkelanjutan.²⁶

Kondisi tersebut menjadikan Kabupaten Tegal sebagai kasus strategis untuk mengkaji hubungan antara dominasi elektoral, identitas sosial-keagamaan, dan strategi komunikasi partai di tingkat lokal. Penelitian ini tidak menempatkan citra politik sebagai citra transformasi organisasi. Citra yang diteliti secara khusus adalah citra identitas politik PKB sebagai partai yang berakar pada nilai dan jaringan Nahdlatul Ulama, dekat dengan rakyat, responsif terhadap kebutuhan masyarakat, serta adaptif dalam menggunakan media digital. Fokus tersebut relevan karena komunikasi PKB Kabupaten Tegal memadukan jaringan kiai dan tokoh NU, publikasi kinerja fraksi, kegiatan sosial, serta media sosial untuk membentuk persepsi publik.

Dengan demikian, persoalan akademik penelitian ini terletak pada cara DPC PKB Kabupaten Tegal mengubah kekuatan struktural dan kultural yang dimilikinya menjadi pesan, media, dan aktivitas komunikasi yang membentuk citra politik tertentu, serta cara partai mengatasi hambatan dalam proses tersebut. Dominasi elektoral belum dengan sendirinya menjelaskan mekanisme komunikasi yang mempertahankan legitimasi partai. Atas dasar itu, penelitian berjudul “Strategi Komunikasi Politik Partai Kebangkitan Bangsa (PKB) dalam

²⁶ Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Tegal, Keputusan KPU Kabupaten Tegal Nomor 980 Tahun 2024 tentang Penetapan Perolehan Kursi Partai Politik Peserta Pemilihan Umum Anggota DPRD Kabupaten Tegal dalam Pemilihan Umum Tahun 2024, Lampiran II; lihat juga Firmanzah, *Marketing Politik: Antara Pemahaman dan Realitas* (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2012), hlm. 63–80.

Membangun Citra Politik di Kabupaten Tegal” dilakukan untuk menganalisis strategi komunikasi PKB dalam membangun citra identitas politik tersebut.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latarbelakang diatas maka penuls akan merumuskan beberapa masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi komunikasi politik yang dilakukan oleh Partai Kebangkitan Bangsa (PKB) dalam membangun citra politik di Kabupaten Tegal?
2. Bagaimana upaya yang dilakukan oleh PKB Kabupaten Tegal dalam mengatasi hambatan komunikasi politik untuk membangun citra politik partai di masyarakat?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis strategi komunikasi politik yang dilakukan oleh PKB dalam membangun citra politik di Kabupaten Tegal.
2. Untuk mengetahui upaya yang dilakukan PKB Kabupaten Tegal dalam mengatasi hambatan strategi komunikasi politik dalam membangun citra politik partai di masyarakat.

D. Manfaat Penelitian

Pada sebuah penelitian harus mempunya kegunaan antara lain ialah:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu komunikasi, khususnya dalam bidang komunikasi politik yang berkaitan dengan strategi komunikasi politik partai dalam membangun citra politik di tingkat lokal. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang memiliki kajian serupa mengenai komunikasi politik partai politik.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Partai Politik

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi dan masukan bagi PKB maupun partai politik lainnya dalam merumuskan strategi

komunikasi politik yang lebih efektif dalam membangun citra politik di masyarakat.

b. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai strategi komunikasi politik partai politik di tingkat daerah serta dapat dijadikan sebagai referensi penelitian di bidang ilmu komunikasi politik.

c. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengalaman, wawasan, serta pemahaman peneliti mengenai strategi komunikasi politik partai politik dalam membangun citra politik di masyarakat.

d. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman kepada masyarakat mengenai pentingnya komunikasi politik dalam kegiatan partai politik serta bagaimana partai politik membangun citra politik di tengah masyarakat.

E. Landasan Teori

1. Teori Citra Politik

Menurut Nimmo, citra adalah segala hal yang berkaitan dengan situasi keseharian seseorang, menyangkut pengetahuan, perasaan dan kecenderungannya terhadap sesuatu.²⁷ citra politik berkaitan erat dengan proses komunikasi politik karena citra tidak muncul secara alami, melainkan dibentuk melalui pesan, simbol, dan aktivitas komunikasi yang dilakukan aktor politik kepada publik. Sehingga citra dapat berubah seiring dengan perjalanan waktu. Teori image building menyebutkan bahwa, citra akan terlihat atau terbentuk melalui proses penerimaan secara fisik (panca indra), masuk ke saringan perhatian (attention filter), dan dari situ menghasilkan pesan yang dapat dilihat dan dimengerti (perceived message), yang kemudian

²⁷ Dan Nimmo Dalam Sirajudin, Komunikasi Politik: komunikator, Pesan dan Media, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 1993) 2005

berubah menjadi persepsi dan akhirnya membentuk citra.²⁸ Citra politik tidak hanya berkaitan dengan fakta objektif mengenai aktor politik, tetapi lebih kepada persepsi yang terbentuk dalam pikiran publik melalui proses komunikasi yang berlangsung secara terus-menerus.²⁹

Citra politik memiliki peranan penting dalam kehidupan demokrasi karena dapat mempengaruhi sikap, opini, serta perilaku politik masyarakat terhadap partai politik maupun tokoh politik tertentu. Dalam konteks ini, keberhasilan aktor politik dalam membangun citra yang baik akan berpengaruh terhadap tingkat kepercayaan publik dan dukungan politik yang diperoleh.³⁰ Citra politik tidak terbentuk secara spontan, tetapi melalui proses komunikasi yang melibatkan penyampaian pesan politik kepada masyarakat. Proses pembentukan citra politik sangat dipengaruhi oleh media massa, komunikasi interpersonal, pengalaman langsung masyarakat, serta simbol-simbol politik yang digunakan aktor politik.³¹ Menurut Nimmo, pembentukan citra politik berkaitan dengan bagaimana individu menerima, mengolah, dan menafsirkan informasi politik yang diperoleh dari lingkungannya. Informasi tersebut kemudian membentuk persepsi yang akhirnya menghasilkan citra tertentu terhadap aktor politik.³² Selain itu, pembentukan citra politik juga dipengaruhi oleh faktor psikologis individu seperti nilai, sikap, kepercayaan, dan pengalaman masa lalu yang dimiliki masyarakat. Faktor-faktor tersebut menyebabkan citra politik bersifat subjektif karena setiap individu dapat memiliki persepsi yang berbeda terhadap objek politik yang sama.³³

²⁸ M Wayne DeLozier, *The Marketing Communication Process*, Tokyo: McGraw-Hill Kogakushu, Ltd, 1976).

²⁹ Dan Nimmo, *Komunikasi Politik: Komunikator, Pesan, dan Media*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005), hlm.7.

³⁰ Dan Nimmo, *Political Communication and Public Opinion in America*, (California: Goodyear Publishing, 1978), hlm.47

³¹ Dan Nimmo, *Political Communication and Public Opinion in America*, (California: Goodyear Publishing, 1978), hlm.76

³² Dan Nimmo, *Political Communication and Public Opinion in America*, (California: Goodyear Publishing, 1978), hlm.78

³³ Dan Nimmo, *Political Communication and Public Opinion in America*, (California: Goodyear Publishing, 1978), hlm.80

Menurut Nimmo, citra politik terbentuk melalui beberapa komponen utama yang saling berkaitan, yaitu:³⁴

a. Presepsi

Persepsi merupakan proses seseorang dalam menerima dan menafsirkan informasi mengenai objek politik melalui pancaindra. Persepsi masyarakat terhadap aktor politik akan menentukan bagaimana citra politik tersebut terbentuk dalam pikiran publik.³⁵

b. Kognisi

Kognisi berkaitan dengan pengetahuan, keyakinan, dan pemahaman individu terhadap aktor politik berdasarkan informasi yang diperoleh. Tingkat pengetahuan masyarakat mengenai aktor politik akan mempengaruhi kuat atau lemahnya citra politik yang terbentuk.³⁶

c. Motivasi

Motivasi merupakan dorongan yang muncul dalam diri individu untuk bersikap atau bertindak terhadap objek politik tertentu. Motivasi dapat mempengaruhi kecenderungan masyarakat dalam memberikan dukungan politik terhadap aktor politik.³⁷

d. Sikap

Sikap merupakan kecenderungan evaluatif seseorang terhadap objek politik yang dapat berupa penilaian positif maupun negatif. Sikap masyarakat terhadap aktor politik menjadi indikator penting dalam melihat keberhasilan pembentukan citra politik.

Citra politik memiliki fungsi strategis dalam kegiatan politik karena dapat mempengaruhi opini publik dan perilaku pemilih. Citra politik yang

³⁴ Dan Nimmo, *Political Communication and Public Opinion in America*, (California: Goodyear Publishing, 1978), hlm.81

³⁵ Dan Nimmo, *Political Communication and Public Opinion in America*, (California: Goodyear Publishing, 1978), hlm.83

³⁶ Dan Nimmo, *Political Communication and Public Opinion in America*, (California: Goodyear Publishing, 1978), hlm.85

³⁷ Dan Nimmo, *Political Communication and Public Opinion in America*, (California: Goodyear Publishing, 1978), hlm.87

positif dapat meningkatkan legitimasi kekuasaan serta memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap aktor politik³⁸

Selain itu, citra politik juga berfungsi sebagai alat persuasi yang digunakan aktor politik untuk memperoleh dukungan masyarakat melalui strategi komunikasi politik. Dalam konteks partai politik, citra politik yang baik dapat meningkatkan elektabilitas serta memperkuat posisi partai di mata publik.³⁹

Citra politik juga berperan dalam membangun identitas politik yang membedakan suatu partai atau tokoh politik dengan aktor politik lainnya. Oleh karena itu, pembentukan citra politik sering dilakukan secara terencana melalui strategi komunikasi politik yang sistematis.⁴⁰

Dalam perspektif komunikasi politik, citra politik merupakan hasil dari proses komunikasi antara aktor politik dengan masyarakat melalui berbagai saluran komunikasi. Komunikasi politik menjadi sarana utama dalam membangun persepsi publik terhadap aktor politik.⁴¹

Menurut Nimmo, komunikasi politik tidak hanya menyampaikan informasi politik, tetapi juga membentuk makna dan persepsi masyarakat terhadap realitas politik. Oleh karena itu, citra politik dapat dipahami sebagai produk dari proses komunikasi politik yang berlangsung secara terus-menerus.⁴²

Dalam konteks penelitian ini, citra politik menjadi penting karena berkaitan dengan bagaimana partai politik membangun persepsi publik melalui strategi komunikasi politik yang dilakukan kepada masyarakat.

2. Komunikasi Politik

³⁸ Dan Nimmo, *Political Communication and Public Opinion in America*, (California: Goodyear Publishing, 1978), hlm.53

³⁹ Dan Nimmo, *Political Communication and Public Opinion in America*, (California: Goodyear Publishing, 1978), hlm.103

⁴⁰ Dan Nimmo, *Political Communication and Public Opinion in America*, (California: Goodyear Publishing, 1978), hlm.105

⁴¹ Dan Nimmo, *Komunikasi Politik, Khalayak dan Efek*, (Bandung: Remaja Karya 1989), hal6

⁴² Dan Nimmo, *Komunikasi Politik, Khalayak dan Efek*, (Bandung: Remaja Karya 1989), hal9

a. Pengertian Komunikasi Politik

Komunikasi politik yang di kemukakan oleh Mc. Nair adalah suatu bentuk komunikasi yang dilakukan politisi untuk meraih tujuan tertentu. Mc. Nair berpendapat bahwa komunikasi politik bukan hanya sebagai komunikasi dari aktor politik kepada pemilih dengan maksud untuk mencapai tujuan tertentu, tetapi juga ditujukan kepada para politisi dan pemilih, serta komunikasi tentang aktor politik dan aktivitas mereka. Sebagaimana terdapat dalam berita, editorial, dan bentuk diskusi politik media lainnya.⁴³ Sedangkan menurut Nimmo, komunikasi politik adalah proses komunikasi yang digunakan untuk mempengaruhi pengetahuan, kepercayaan-kepercayaan dan tindakan public terkait dengan persoalan-persoalan politik.⁴⁴

b. Tujuan Komunikasi Politik

Tujuan komunikasi politik erat kaitannya dengan pesan yang disampaikan oleh komunikator politik. Komunikasi politik bertujuan utama menciptakan kesepahaman antara partai dan masyarakat terkait isu atau kebijakan politik. Selain itu, komunikasi politik juga berfungsi untuk menyampaikan informasi, membentuk citra politik, memengaruhi opini publik, dan menanggapi kritik dari lawan politik. Lebih lanjut, komunikasi politik juga bertujuan menarik simpati masyarakat untuk meningkatkan partisipasi politik, terutama saat pemilihan umum atau pilkada.⁴⁵

Selain itu, komunikasi politik juga berperan sebagai sarana pendidikan politik. Melalui komunikasi yang terarah, kader dibimbing untuk memahami isu-isu politik, strategi perjuangan, serta dinamika sosial yang berkembang di masyarakat. Dengan demikian, kader tidak hanya

⁴³ Brian Mc Nair, Pengantar Komunikasi Politik, Nusamedia: Jakarta, 2016

⁴⁴ Dan Nimmo, Komunikasi Politik, Khalayak dan Efek, (Bandung: Remaja Karya 1989), hal 108

⁴⁵ Sampurna, A., Zainina, A., Aulia, F., Anggianto, I., Ichdisam, M. F., & Harmain, M. (2024). *Tujuan Komunikasi Politik*. Jurnal Pendidikan Tambusai, 8(2), hlm. 30514–30519

menjadi anggota pasif, tetapi juga menjadi agen perubahan yang mampu berkontribusi dalam memperjuangkan aspirasi politik partai.⁴⁶

Komunikasi politik juga berperan dalam pembeintuikan opini dan sikap politik kader. Melalui komunikasi yang intens antara elit dan kader, partai mampu mengarahkan pandangan politik anggotanya terhadap isu-isu tertentu agar sejalan dengan ideologi dan kepentingan partai. Proses ini penting untuk menciptakan keseragaman pandangan serta memperkuat konsistensi sikap politik di lingkungan organisasi.⁴⁷

Selanjutnya, komunikasi politik juga menjadi sarana konsolidasi dan mobilisasi organisasi. Fungsi ini tampak dalam upaya memperkuat solidaritas dan semangat kebersamaan antaranggota, sekaligus menggerakkan kader agar aktif dalam kegiatan politik dan sosial partai. Dengan komunikasi politik yang efektif, partai dapat menjaga kohesi internal serta memobilisasi potensi kader untuk mencapai tujuan politik bersama.⁴⁸

c. Unsur Komunikasi Politik

Komunikasi politik memiliki unsur-unsur yang sama dengan komunikasi pada umumnya, yaitu komunikator (penyampai pesan), pesan, dan komunikan (penrima pesan). Namun, Nimmo menambahkan bahwa komunikasi politik juga melibatkan unsur-unsur lain seperti komunikator politik, pesan politik, media politik, khalayak politik, serta dampak politik yang dihasilkan. Komunikasi politik dapat didefinisikan sebagai proses pembicaraan politik yang melibatkan unsur-unsur komunikasi dan memiliki konsekuensi politik tertentu.⁴⁹

1) Komunikator Politik

⁴⁶ Alfian, 1992. *Partisipasi Politik dan Pendidikan Politik di Indonesia*. Jakarta: LP3ES, hlm. 58

⁴⁷ Cangara, H. 2016. *Komunikasi Politik: Konsep, Teori dan Strategi*. Jakarta: Rajawali Press, hlm. 90

⁴⁸ Surbakti, R. 2010. *Memahami Ilmu Politik*. Jakarta: Grasindo, hlm. 85

⁴⁹ Dan Nimmo, *Komunikasi Politik Komunikator Pesan Media*, terj. Jalaluddin Rakhmat (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1993), 8-9

Dalam komunikasi politik, komunikator berperan membentuk opini publik. Pesan yang disampaikan berupa negosiasi untuk mencapai pemahaman bersama mengenai sikap dan tindakan yang tepat antar berbagai pihak. Isi komunikasi politik tidak hanya tentang kekuasaan, tetapi juga tentang potensi konflik dan bagaimana mengatasinya. Ini menunjukkan bahwa pesan politik seringkali mengandung paradoks sebagai cara untuk menyelesaikan konflik.

Media politik dalam komunikasi politik berfungsi tidak hanya untuk menyampaikan kepentingan, tetapi juga sebagai sarana untuk menjangkau publik dengan target tertentu. Menurut Novel Ali, dampak dari komunikasi politik sangat penting untuk dibahas, karena dapat memicu respons positif seperti simpati dan partisipasi, atau negatif seperti sinisme, antipati, dan perlawanan. Komunikasi politik dapat membentuk dan mengubah sikap, dengan konsekuensi positif atau negatif bagi komunikator.⁵⁰

Menurut Dan Nimmo, ada tiga kelompok yang dapat berperan sebagai komunikator politik, yaitu politikus, profesional, dan aktivis. Politikus sebagai komunikator politik dapat mewakili kelompok tertentu dengan pesan yang diarahkan untuk mencapai tujuan politik kelompok tersebut. Selain itu, politikus juga dapat berperan sebagai ideolog yang memperjuangkan kebijakan berdampak luas, reformasi, atau bahkan perubahan revolusioner melalui komunikasi politik.⁵¹

Komunikator profesional dalam politik berperan sebagai penghubung antara pemimpin dan pengikut, serta menerjemahkan sikap dan minat komunitas yang berbeda. Mereka terdiri dari jurnalis dan promotor yang bertindak sebagai makelar simbol.

Sementara itu, komunikator dari kalangan aktivis terbagi menjadi dua pertama yaitu juru bicara organisasi yang mewakili kepentingan

⁵⁰ Novel Ali, *Peradaban Komunikasi Indonesia Potret Manusia Indonesia* (Bandung, Remaja Rosdakarya, 1999), 132

⁵¹ Dan Nimmo, *Komunikasi Politik Komunikator Pesan Media*, terj. Jalaluddin Rakhmat (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1993), 30-37

terorganisasi dan melakukan tawar-menawar politik, meskipun bukan profesi utama mereka. Kemudian yang kedua ada pemuka pendapat yang mempengaruhi keputusan orang lain dengan memberikan informasi dan arahan politik, serta menyebarkan informasi dari media ke masyarakat umum.

2) Pesan Politik

Dalam komunikasi politik, menurut Dan Nimmo pesan dapat dikategorikan menjadi tiga jenis berdasarkan tujuan dan pendekatannya. Pertama, pembicaraan kekuasaan yang bertujuan mempengaruhi orang lain melalui janji atau ancaman untuk mencapai tujuan tertentu.

Kedua, pembicaraan pengaruh yang berusaha membentuk persepsi atau harapan orang lain dengan cara memberikan nasehat, dorongan, permintaan, atau peringatan.

Ketiga, pembicaraan otoritas yang berisi perintah dan mengharuskan kepatuhan dari khalayak. Efektivitas pesan otoritas ini sering kali bergantung pada kapabilitas khalayak dan kredibilitas komunikator, seperti kesamaan latar belakang sosial.⁵²

3) Media Politik

Menurut Dan Nimmo, ada tiga jenis media yang digunakan dalam komunikasi politik, yaitu media massa, media komunikasi interpersonal, dan media komunikasi organisasi.

Media massa sendiri dapat dibedakan menjadi dua bentuk berdasarkan ada tidaknya perantara antara komunikator dan audiens. Bentuk pertama adalah komunikasi langsung, seperti pidato politik atau konferensi pers, di mana komunikator berhadapan langsung dengan audiens.

Bentuk kedua melibatkan perantara, seperti teknologi media atau sarana komunikasi lainnya, yang memfasilitasi penyampaian pesan

⁵² Dan Nimmo, *Komunikasi Politik Komunikator Pesan Media*, terj. Jalaluddin Rakhmat (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1993), 75

kepada audiens. Definisi media massa di sini mencakup tidak hanya media elektronik dan cetak, tetapi juga pertemuan besar dan rapat sebagai sarana komunikasi politik.⁵³

Selain media massa, komunikasi interpersonal juga memainkan peran penting dalam komunikasi politik, yang melibatkan interaksi langsung antara dua individu, baik secara tatap muka maupun melalui perantara.

Komunikasi organisasi adalah jenis komunikasi ketiga yang memadukan pendekatan satu-ke-satu dan satu-k-banyak. Namun, karena komunikasi satu kesatu dalam organisasi jarang dilakukan dalam konteks politik, maka komunikasi satu-ke-banyak melalui perantara sering menjadi pilihan utama. Contoh komunikasi perantara dalam organisasi politik mencakup penyebaran pamflet, pembagian atribut seperti kaos, atau bahkan pemberian sembako kepada masyarakat sebagai sarana kampanye politik.

4) Khalayak

Menurut Arthur F. Bentley, seperti dikutip oleh Dan Nimmo dalam "*The Process of Governmeint*", khalayak dalam masyarakat tidak dilihat sebagai massa yang terpisah dan homogen, melainkan sebagai bagian dari masyarakat yang terlibat dalam berbagai aktivitas kelompok secara bersamaan. Khalayak dapat berpartisipasi dalam banyak kegiatan yang berbeda tanpa terikat pada satu kelompok saja.⁵⁴

Menurut Nimmo, khalayak dapat didefinisikan sebagai sekelompok orang yang bertindak atau cenderung bertindak dalam berbagai situasi. Suatu kelompok terbentuk ketika orang-orang terlibat dalam kegiatan bersama, baik itu melalui organisasi formal maupun

⁵³ Dan Nimmo, *Komunikasi Politik Komunikator Pesan Media*, terj. Jalaluddin Rakhmat (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1993) 168

⁵⁴ Dan Nimmo, *Komunikasi Politik Komunikator Pesan Media*, terj. Jalaluddin Rakhmat (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1993) 42

interaksi informal. Mereka bisa bersatu dan membentuk opini publik tanpa harus memiliki struktur organisasi yang jelas.⁵⁵

5) Efek

Dalam konteks komunikasi politik, seperti pemilihan umum dan pilkada, efek mengacu pada dampak atau pengaruh yang dihasilkan dari pesan yang disampaikan. Tujuannya adalah mempengaruhi pemilih untuk memberikan suara mereka kepada partai atau calon tertentu yang didukung.⁵⁶

d. Strategi Komunikasi Politik

Strategi komunikasi politik adalah suatu rencana yang di dalamnya terdapat suatu cara, teknik serta hubungan fungsional dari proses komunikasi pada sebuah kegiatan guna untuk mencapai suatu tujuan yang diharapkan. Dari adanya strategi politik ini diharapkan dapat memberikan dukungan serta aspirasi masyarakat dapat disalurkan. Jika dilihat dari sudut pandang pemerintah maka Strategi politik ini digunakan untuk membuat serta menerapkan aturan-aturan khusus dalam proses pemilu dengan cara meningkatkan kemampuan serta kesempatan bagi masyarakat untuk menyalurkan aspirasi dan kepentingannya serta untuk menyalurkan kebijakan kebijakan tertentu hingga akhirnya menciptakan sebuah komunikasi timbal balik antara suprastruktur dan infrastruktur politik dalam mempersiapkan sebuah Pemilu. Austin dan pink platone berpendapat bahwa strategi dapat dimulai dari meumuskan suatu tujuan. Dalam dunia politik tujuan yang hendak dicapai umumnya adalah untuk mendapatkan kepercayaan rakyat dalam memberikan suara padanya.⁵⁷

⁵⁵ Dan Nimmo, *Komunikasi Politik Komunikator Pesan Media*, terj. Jalaluddin Rakhmat (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1993)47-48

⁵⁶ EFFENDI, Onong Uchjana; SURJAMAN, Tjun. *Dinamika komunikasi*. Remadja Karya, 1986. Hal 6

⁵⁷ Pujono. Dkk, "Strategi Komunikasi Politik Calon Legislatif Partai Golkar Dalam Memenangkan Pemilihan Umum 2014 Di Kabupaten Srage", *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 13, No.3), 2015, Hal. 277

Strategi komunikasi partai memiliki dua dimensi utama: komunikasi internal yang bertujuan memperkuat kaderisasi dan komunikasi eksternal untuk membangun citra positif dan mendapatkan dukungan masyarakat.⁵⁸

F. Penelitian yang Relevan

Penelitian terdahulu dalam kajian ini dipilih berdasarkan keterkaitan langsung dengan strategi komunikasi politik partai dan pembentukan citra politik. Rujukan tidak hanya digunakan karena memiliki objek politik yang serupa, tetapi juga karena membahas unsur strategis berupa segmentasi khalayak, penyusunan pesan, pemilihan media, branding, komunikasi organisasi, dan pembentukan persepsi publik.

Pertama, penelitian Khoiruddin Muchtar berjudul “Komunikasi Politik dan Pembentukan Citra Partai” menggunakan studi kasus kualitatif untuk menganalisis upaya Partai Golkar membentuk citra sebagai partai yang dinamis, modern, dan kosmopolit melalui motto, pidato politik, serta aktivitas elite partai. Persamaannya dengan penelitian ini terletak pada kajian komunikasi politik organisasi partai sebagai instrumen pembentukan citra. Perbedaannya, Muchtar menelaah upaya reposisi citra Golkar, sedangkan penelitian ini menganalisis citra identitas PKB sebagai partai berbasis Nahdliyyin yang telah memiliki posisi elektoral kuat di tingkat lokal.⁵⁹

Kedua, penelitian Hasan Basri berjudul “Strategi Komunikasi Politik DPD Partai Golkar pada Pemilu Legislatif Aceh Tengah 2019” menunjukkan bahwa komunikasi dilakukan secara terstruktur dari pimpinan hingga kader desa melalui penyampaian informasi, pendidikan politik, penyerapan aspirasi, sosialisasi program, dan penggunaan media massa. Persamaannya terdapat pada kajian strategi komunikasi partai di tingkat daerah dan pentingnya jaringan organisasi dalam menjangkau masyarakat. Perbedaannya, penelitian Basri berorientasi pada kemenangan pemilu, sedangkan penelitian ini berfokus pada

⁵⁸ Cangara, H. 2016. *Komunikasi Politik: Konsep, Teori dan Strategi*. Jakarta: Rajawali Press, hlm. 132)

⁵⁹ Khoiruddin Muchtar, “Komunikasi Politik dan Pembentukan Citra Partai,” *Jurnal Ilmu Komunikasi* 14, no. 2 (2016), <https://doi.org/10.31315/jik.v14i2.2127>.

proses pembentukan citra politik melalui perpaduan media digital, jaringan sosial-keagamaan, dan kegiatan sosial.⁶⁰

Ketiga, penelitian Joni Firmansyah, Aldi Apriansyah, dan Ninis Tri Leriska berjudul “Komunikasi Politik dan Citra Partai: Studi pada Partai Gelombang Rakyat Indonesia Kabupaten Sumbawa” menemukan bahwa Partai Gelora menggunakan media massa, media sosial, ketokohan, dan figur pengurus untuk memperkenalkan identitas serta membangun citra sebagai partai baru. Persamaannya terletak pada kajian komunikasi politik partai lokal dan pembentukan identitas politik. Perbedaannya, Partai Gelora membangun pengenalan awal sebagai partai baru, sedangkan PKB Kabupaten Tegal berupaya mempertahankan legitimasi partai mapan dengan memanfaatkan jaringan NU, kinerja fraksi, dan kedekatan sosial.⁶¹

Keempat, penelitian Satria Pramadiva berjudul “Komunikasi Politik: Positioning, Segmenting, Branding, Strategi Media, dan Strategi Non Media DPD PSI DKI Jakarta pada Pemilu 2024” menguraikan strategi kampanye melalui segmentasi calon pemilih, pengembangan isu, branding, media, strategi nonmedia, dan penguatan publikasi kinerja fraksi. Persamaannya terletak pada perhatian terhadap segmentasi khalayak, branding partai, penggunaan media, dan publikasi kinerja legislatif. Perbedaannya, penelitian tersebut berlangsung dalam konteks politik metropolitan dan kampanye elektoral, sedangkan penelitian ini menelaah komunikasi politik lokal yang berkelindan dengan identitas Nahdliyyin serta hubungan kultural dengan kiai dan tokoh NU.⁶²

Berdasarkan empat penelitian tersebut, terdapat ruang kajian yang belum dibahas secara mendalam, yaitu keterpaduan strategi komunikasi partai yang memiliki dominasi elektoral relatif dengan basis identitas sosial-keagamaan di

⁶⁰ Hasan Basri, “Strategi Komunikasi Politik DPD Partai Golkar pada Pemilu Legislatif Aceh Tengah 2019,” *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi* 10, no. 1 (2021): 22–32, <https://doi.org/10.14710/interaksi.10.1.22-32>.

⁶¹ Joni Firmansyah, Aldi Apriansyah, dan Ninis Tri Leriska, “Komunikasi Politik dan Citra Partai: Studi pada Partai Gelombang Rakyat Indonesia Kabupaten Sumbawa,” *Jurnal Trias Politika* 7, no. 1 (2023), <https://doi.org/10.33373/jtp.v7i1.5050>.

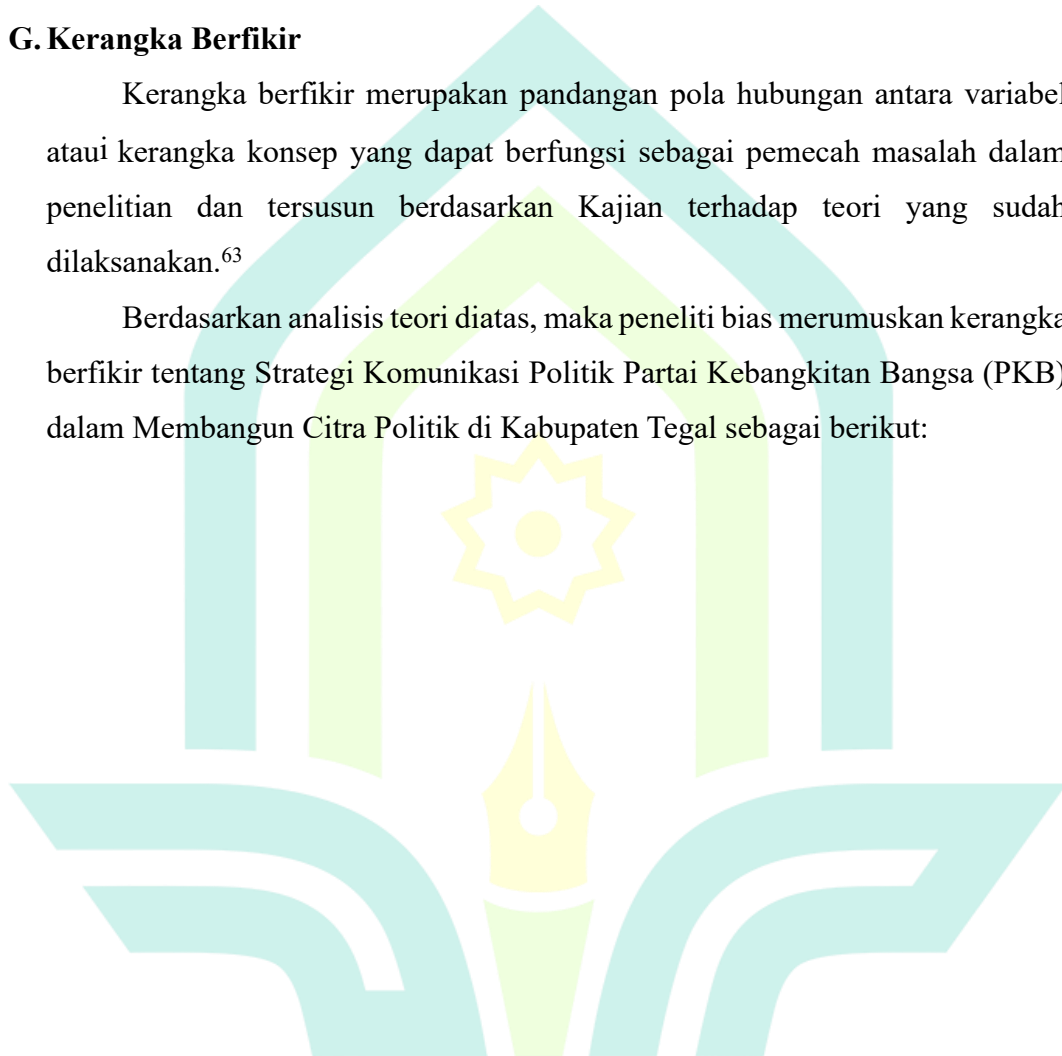
⁶² Satria Pramadiva, “Komunikasi Politik: Positioning, Segmenting, Branding, Strategi Media, dan Strategi Non Media DPD PSI DKI Jakarta pada Pemilu 2024,” *Jurnal Penelitian Inovatif* 4, no. 3 (2024): 1003–1012, <https://doi.org/10.54082/jupin.464>.

tingkat kabupaten. Kebaruan penelitian ini terletak pada analisis mengenai cara PKB Kabupaten Tegal mengintegrasikan pemetaan khalayak, pesan kinerja fraksi, media digital, jaringan kiai dan tokoh NU, serta kegiatan sosial langsung untuk membangun citra identitas politik sebagai partai yang dekat, responsif, berakar pada NU, dan adaptif terhadap perkembangan media.

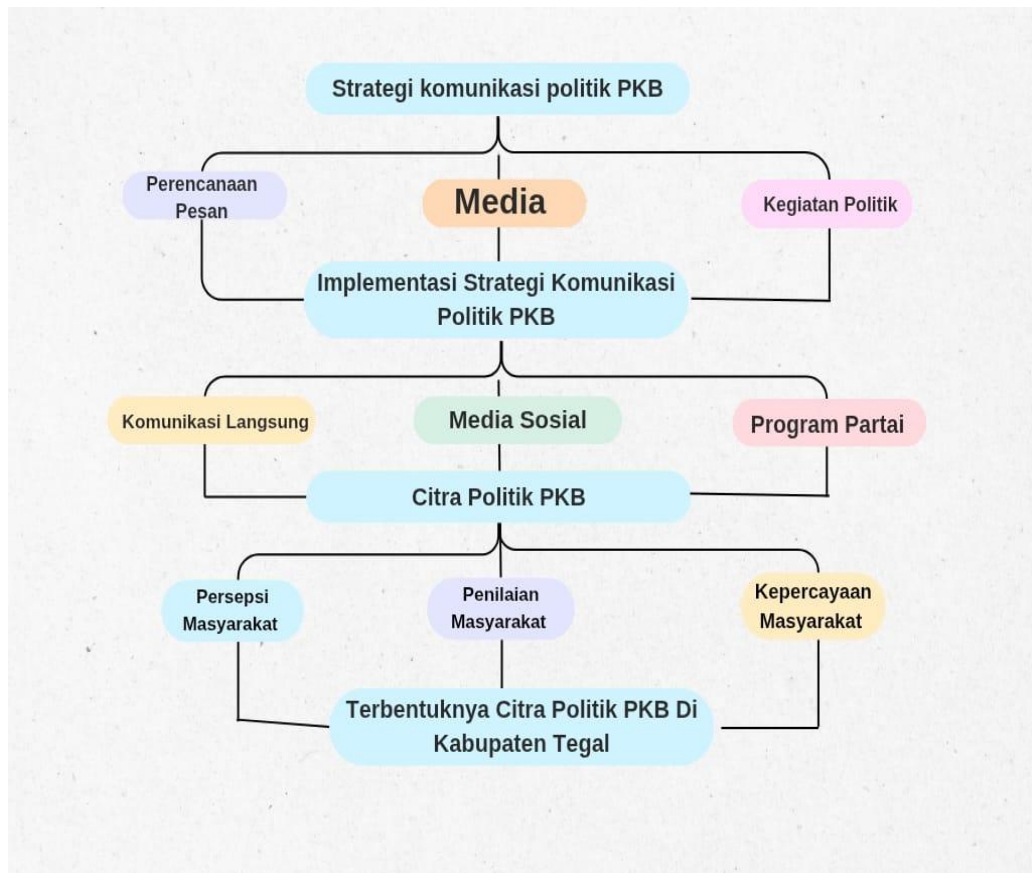
G. Kerangka Berfikir

Kerangka berfikir merupakan pandangan pola hubungan antara variabel atau kerangka konsep yang dapat berfungsi sebagai pemecah masalah dalam penelitian dan tersusun berdasarkan Kajian terhadap teori yang sudah dilaksanakan.⁶³

Berdasarkan analisis teori diatas, maka peneliti bias merumuskan kerangka berfikir tentang Strategi Komunikasi Politik Partai Kebangkitan Bangsa (PKB) dalam Membangun Citra Politik di Kabupaten Tegal sebagai berikut:



⁶³ Tim penyuting, pedoman penulisan skripsi Jurusan Tarbiyah PAI (Pekalongan : Perpustakaan STAIN Pekalongan Perss, 2011), hlm 15



Tabel 1.1 Kerangka berfikir

H. Metodologi Penelitian

1. Paradigma Penelitian

Paradigma merupakan landasan berpikir seseorang yang dapat menentukan arah dan tujuan dengan bantuan paradigma. Paradigma adalah rangkaian keyakinan dasar seseorang yang memandu tindakannya. Paradigma tertanam dalam prinsip-prinsip atau dasar pemikiran utama. Oleh karena itu paradigma dapat digambarkan sebagai konstruksi manusia terhadap sesuatu.⁶⁴

Penelitian ini menggunakan Paradigma konstruktivis menolak pandangan positivis yang memisahkan subjek dari objek komunikasi. Dalam pandangan konstruktivis, bahasa tidak lagi dipandang sebagai alat untuk

⁶⁴ Norman K. Denzin dan Yvonna S. Lincoln. 2009. Handbook of Qualitative Research. Pustaka Pelajar. Hlm. 123.

memahami realitas, melainkan sebagai tujuan belaka dan terpisah dari subjek sebagai pembawa pesan. Sebaliknya, konstruktivisme berasumsi bahwa subjek (komunikasi/*decoder*) merupakan faktor sentral dalam aktivitas dan komunikasi hubungan sosial.⁶⁵

Tujuan dari konstruktivisme adalah untuk memahami dan merekonstruksi berbagai konstruksi orang lain sebelumnya dan terbuka terhadap interpretasi baru, seiring dengan perkembangan teknologi informasi dan pembangunan.⁶⁶

2. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian yang akan diteliti oleh peneliti menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Pendekatan kualitatif ialah teknik penelitian yang menghasilkan sebuah data deskriptif dalam bentuk tulisan ataupun lisan dari orang-orang dan perilaku yang di amati.⁶⁷ Alasan peneliti menggunakan pendekatan kualitatif karena peneliti bisa menggali, mencermati, dan mengumpulkan sebuah data yang dibutuhkan baik itu secara tertulis maupun dalam bentuk lisan.

Jenis penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) tujuannya adalah untuk memahami secara keseluruhan mengenai keadaan latarbelakang kondisi sekarang serta interaksi lingkungan sosial baik kelompok, individu, lembaga, ataupun masyarakat.⁶⁸

3. Subjek dan Objek Penelitian

Pada penelitian ini, yang menjadi subjek penelitian adalah pengurus dan kader Partai Kebangkitan Bangsa (PKB) tingkat Kabupaten Tegal, khususnya pihak-pihak yang terlibat secara langsung dalam perencanaan dan pelaksanaan strategi komunikasi politik partai. Subjek penelitian ini meliputi aktor-aktor politik yang berperan sebagai komunikator politik, seperti ketua, pengurus harian, maupun tim media dan publikasi partai di tingkat daerah.

⁶⁵ McQuil, Dennis. 1986. Teori Komunikasi Massa. Jakarta: Airlangga

⁶⁶ Norman K. Denzin dan Yvonna S.Lincoln. 2009. Handbook of Qualitative Research. Pustaka Pelajar. Hlm.140

⁶⁷ Ajat Rukajat, *pendekatan penelitian kualitatif* (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018), hlm.

⁶⁸ Sugiyono, *metode kualitatif dan R & D* Bandung, alfabeta,2008), hlm. 8

Objek penelitian ini adalah strategi komunikasi politik PKB dalam membangun citra politik di Kabupaten Tegal. Fokus citra politik dibatasi pada citra identitas politik PKB sebagai partai berbasis Nahdliyyin yang dekat dengan rakyat, responsif terhadap kebutuhan masyarakat, dan adaptif terhadap media digital. Penelitian ini tidak mengkaji citra transformasi organisasi maupun citra personal tokoh tertentu. Strategi komunikasi diamati melalui pemetaan khalayak, penyusunan pesan politik, penggunaan media, pemanfaatan jaringan sosial-keagamaan, kegiatan langsung di masyarakat, serta cara pesan tersebut dikelola untuk membentuk persepsi publik.

4. Sumber Data Penelitian

a. Sumber Data Premier

Sumber data premier ialah sumber data yang diperoleh secara langsung dari sumber aslinya yang kemudian diamati, lalu dicatat.⁶⁹ Sumber data ini diperoleh melalui hasil observasi dan pengamatan secara langsung, sumber data premier ini ialah para pengurus DPC PKB Kabupaten Tegal.

b. Sumber Data Skunder

Sumber data skunder ialah sumber data yang didapatkan secara tidak langsung, adapun sumber data skunder yang diperlukan seperti data pengurus organisasi, anggota organisasi, foto maupun gambar, serta dokumen. Data skunder ini diciptakan untuk menguatkan penemuan informasi dan melengkapi data yang telah ada.

Peneliti memakai data skunder untuk memberikan kekuatan informasi dan melengkapi data yang telah diperoleh melalui wawancara

5. Teknik Pengumpulan Data

Untuk menentukan keberhasilan suatu analisis data, keutuhan dan kelengkapan data yang dikumpulkan oleh peneliti sangatlah penting. Oleh karena itu, lebih penting pula penguasaan dan analisis kemampuan peneliti untuk memperoleh data yang relevan dengan masalah yang diteliti.

⁶⁹ Benny Kurniawan, *Metode Penelitian* (Tangerang: Jelajah Nusa, 2012) hlm. 19

Peneliti menggunakan berbagai teknik untuk mengumpulkan data terkait dengan judul penelitian sebagai berikut:

a. Observasi

Observasi merupakan pemilihan, perubahan, pencatatan serta pengkodean susunan perilaku dan suasana yang efektif dengan kegiatan observasi, sesuai dengan tujuan empiris.⁷⁰ Teknik observasi atau pengamatan yang dilakukan oleh peneliti adalah bersifat langsung dengan mengamati objek yang diteliti yaitu DPC PKB Kabupaten Tegal

b. Wawancara

Wawancara atau interview merupakan sebuah teknik pengumpulan data dengan cara melakukan wawancara pada satu atau banyak orang yang dijadikan sumber informasi. Wawancara merupakan salah satu cara untuk memperoleh sebuah informasi berupa data dengan cara bertatap muka secara langsung antara orang yang membutuhkan informasi dengan informan sebagai sumber data penelitian.⁷¹

Peneliti akan melakukan wawancara dengan tim media/humas. Hasil wawancara harus memberikan data yang jelas dan konkrit tentang penggunaan media social sebagai sarana membangun citra politik. Sedangkan Teknik wawancara yang digunakan adalah menggunakan Teknik semi struktural, yaitu campuran wawancara terstruktur dan tidak terstruktur.⁷² Hal ini memberikan kebebasan bagi narasumber untuk menjawab pertanyaan peneliti. Namun, tetap fokus pada pertanyaan yang diajukan.

c. Dokumentasi

Dokumentasi ialah suatu teknik dalam pengumpulan data dengan cara mengumpulkan data yang didapatkan oleh pokok pembahasan atau

⁷⁰ Susiadi, *Metode Penelitian* (Lampung: Pusat Penelitian dan Penerbitan LP2M Institut Agama Islam Negri Raden Intan Lampung, 2015), hal. 114

⁷¹ Ahmad Tanzeh, *Metodologi Penelitian Paktis* (Yogyakarta:Teras, 2011), hlm.89

⁷² Rusdin,Pohan. 2007. *Metode Penelitian Pendidikan*. Yogyakarta: Lanarka. Hal. 58.

pokok pembahasan yang diperlukan.⁷³ Data dokumentasi sendiri bisa dalam bentuk foto dari akun Instagram pihak yang bersangkutan. Teknik dokumentasi ini digunakan untuk menunjang data penelitian.

d. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan suatu proses penyederhanaan ke dalam bentuk yang lebih mudah dipahami dan interpretasi. Dalam penelitian ini penulis akan menganalisis dengan menggunakan metode analisis deskriptif dengan mencapai keputusan atau kesimpulan yang benar melalui proses pengumpulan, penyusunan, penyajian, dan analisis data dari temuan penelitian yang disajikan dalam kata-kata.

I. Sistematika Penulisan

Berdasarkan acuan penulisan skripsi yang ditetapkan pada Fakultas Ushuludin Adab dan Dakwah, Sistematika penulisan skripsi terbagi menjadi beberapa bagian utama.

Bab I : Pendahuluan, terdiri dari latarbelakang masalah, rumusan masalah, tujuan pemelitan, kegunaan penelitian, metodei penelitian, sistematika penulisan skripsi.

Bab II : Landasan teori yang digunakan dalam penelitian yaitu menggunakan citra politik.

Bab III : Gambaran umum penelitian berisi tentang Strategi Komunikasi Politik PKB dalam Membangun Citra Politik di Kabupaten Tegal.

Bab IV : Penyajian data dan temuan penelitian mengenai Strategi Komunikasi Politik PKB dalam Membangun Citra Politik di Kabupaten Tegal

Bab V : Penutupan meliputi kesimpulan dan saran.

⁷³ Haris Herdiyansah, *Metodologi penelitian kualitatif* (Jakarta: Salemba Humanika, 2011), hlm. 117

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Strategi komunikasi politik DPC PKB Kabupaten Tegal dilakukan melalui pemetaan khalayak berdasarkan wilayah, usia, dan basis sosial-keagamaan Nahdliyyin; penyampaian pesan mengenai kinerja fraksi dan kepedulian sosial; pemanfaatan Instagram, Facebook, TikTok, dan website penguatan komunikasi melalui kiai serta tokoh NU dan kegiatan langsung berupa pasar murah, pengobatan gratis, serta bantuan kebencanaan. Keterpaduan strategi tersebut membangun citra identitas politik PKB sebagai partai yang berakar pada nilai dan jaringan NU, dekat dengan rakyat, responsif terhadap kebutuhan masyarakat, dan adaptif terhadap media digital.

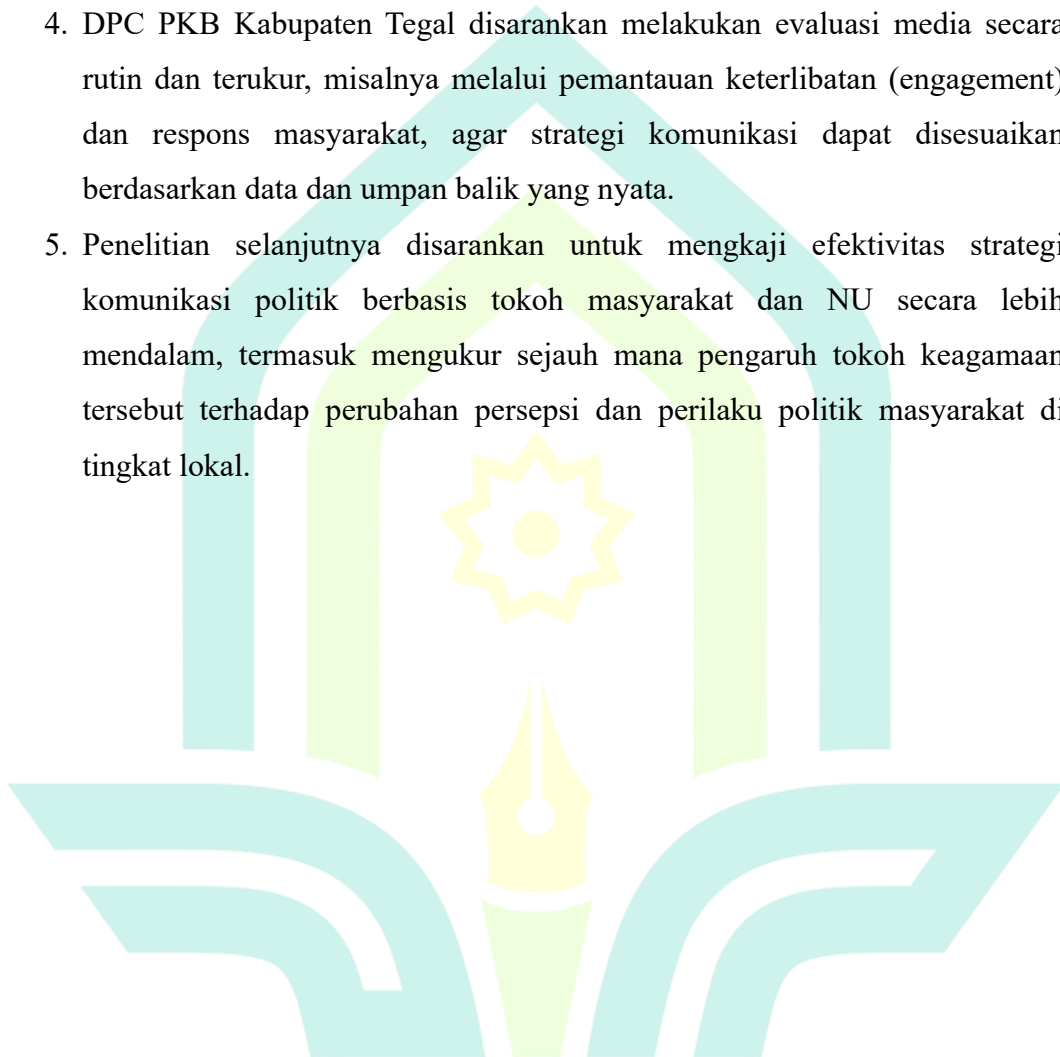
Hambatan komunikasi politik PKB Kabupaten Tegal meliputi rendahnya interaksi publik secara terbuka pada akun resmi partai, pengelolaan konten yang belum terjadwal secara sistematis, keterbatasan kewenangan tim media dalam menjawab isu kebijakan, belum adanya prosedur klarifikasi yang baku terhadap isu negatif dan evaluasi media yang belum rutin. Upaya yang dilakukan adalah merespons komentar dan pesan secara selektif, memanfaatkan kegiatan lapangan sebagai bahan publikasi, melakukan koordinasi berjenjang dengan Ketua DPC dan anggota fraksi, serta menjaga konten tetap positif dan tidak provokatif. Upaya tersebut membantu penanganan jangka pendek, tetapi belum sepenuhnya terstruktur, terukur, dan berkelanjutan.

B. Saran

1. DPC PKB Kabupaten Tegal disarankan menyusun perencanaan konten media sosial yang lebih terjadwal dan sistematis, tidak hanya bergantung pada momentum kegiatan, agar pengelolaan citra politik dapat berjalan lebih konsisten dan berkelanjutan.
2. DPC PKB Kabupaten Tegal disarankan membangun pola komunikasi dua arah yang lebih aktif di media sosial, misalnya melalui sesi tanya jawab atau

diskusi terbuka, untuk meningkatkan interaksi publik dan memperkuat keterlibatan khalayak.

3. DPC PKB Kabupaten Tegal disarankan menyusun standar operasional prosedur (SOP) klarifikasi untuk menghadapi isu negatif atau komentar miring secara terstruktur, sehingga penanganan tidak hanya bergantung pada kapasitas individu tim media.
4. DPC PKB Kabupaten Tegal disarankan melakukan evaluasi media secara rutin dan terukur, misalnya melalui pemantauan keterlibatan (engagement) dan respons masyarakat, agar strategi komunikasi dapat disesuaikan berdasarkan data dan umpan balik yang nyata.
5. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengkaji efektivitas strategi komunikasi politik berbasis tokoh masyarakat dan NU secara lebih mendalam, termasuk mengukur sejauh mana pengaruh tokoh keagamaan tersebut terhadap perubahan persepsi dan perilaku politik masyarakat di tingkat lokal.



DAFTAR PUSTAKA

- A. Sampurna dkk., “Tujuan Komunikasi Politik,” *Jurnal Pendidikan Tambusai* 8, no. 2 (2024): 30514–30519.
- Ahmad Tanzeh, *Metodologi Penelitian Paktis* (Yogyakarta:Teras, 2011), hlm.89
- Ajat Rukajat, *pendekatan penelitian kualitatif* (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018), hlm. 6
- Alfian, *Komunikasi Politik dan Sistem Politik Indonesia*, (Jakarta:Gramedia, 1990), hlm. 2
- Ali, novel. *Peradaban komunikasi politik*, (Bandung: remaja rosdakarya 1999), hlm. 120
- Alim, A., & Rahmawati, D. E. (2021). KOMUNIKASI POLITIK ANIES BASWEDAN MELALUI SOSIAL MEDIA TWITTER. *Jurnal Academia Praja*, 4(2), 441-453.
- ALVIN, Silvanus. *Manajemen Citra Politik Prabowo Subianto Dan Sandiaga Uno Melalui Akun@ Prabowo Dan@ Sandiuno*. KOMUNIKA: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi, 2019, 13.2.
- Alwi Dahlan , *Perkembangan Komunikasi Politik Sebagai Bidang Kajian dalam Jurnal Ilmu Politik No. 6.*, Kerjasama AIPI, LIPI, Gramedia, Jakarta: 1990
- Anwar Arifin, *Komunikasi Politik: Filsafat–Paradigma–Teori–Tujuan–Strategi dan Komunikasi Politik Indonesia* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), hlm. 89–94.
- Aristoteles (384-322 S.M.) dipandang sebagai bapak Ilmu Politik dan Plato (424-347 S.M.) sebagai bapak Filsafat Politik, sekurang-kurangnya di Barat, keduanya memandang negara dari perspektif filosof yang melihat semua pengetahuan merupakan suatu kesatuan yang utuh. Lihat: Carlton Clymer Rodee dkk., *Introduction to Political Science*, terj. Zulkifly Hamid, Pengantar Ilmu Politik, RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2000, hlm. 6
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Tegal, *Statistik Daerah Kabupaten Tegal 2024*, diakses 21 Juni 2026.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Tegal, *Statistik Daerah Kabupaten Tegal 2024*, diakses 21 Juni 2026.
- Basri, Hasan. “Strategi Komunikasi Politik DPD Partai Golkar pada Pemilu Legislatif Aceh Tengah 2019.” *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi* 10, no. 1 (2021): 22–32. <https://doi.org/10.14710/interaksi.10.1.22-32>.
- Benny Kurniawan, *Metode Penelitian* (Tangerang: Jelajah Nusa, 2012) hlm. 19
- Brian Mc Nair, *Pengantar Komunikasi Politik*, Nusamedia: Jakarta, 2016
- Brian McNair, *An Introduction to Political Communication*, 5th ed. (London: Routledge, 2011), hlm. 4–9.
- Burhanuddin Muhtadi, *Populisme, Politik Identitas, dan Dinamika Elektoral* (Jakarta: LP3ES, 2018), hlm. 182–186.
- Cangara, H. 2016. *Komunikasi Politik: Konsep, Teori dan Strategi*. Jakarta: Rajawali Press, hlm. 90

- Dan Nimmo Dalam Sirajudin, Komunikasi Politik: komunikator, Pesan dan Media, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 1993) 2005
- Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Tegal, “Jumlah Penduduk,” diakses 21 Juni 2026, https://disdukcapil.tegalkab.go.id/data/jumlah_penduduk.
- DPC PKB Kabupaten Tegal, “Abdul Aziz DPRD Jateng Bersama 17 Anggota DPRD Kabupaten Tegal Silaturahmi Lebaran dengan Ulama dan Tokoh NU,” *DPC PKB Kab. Tegal – Official Website*, diakses 10 Juni 2026, <https://pkbkabtegal.or.id/abdul-aziz-dprd-jateng-bersama-17-anggota-dprd-kabupaten-tegal-silaturahmi-lebaran-dengan-ulama-dan-tokoh-nu/>.
- DPC PKB Kabupaten Tegal, “DPC PKB Kab. Tegal – Official Website,” diakses 10 Juni 2026, <https://pkbkabtegal.or.id/>.
- DPC PKB Kabupaten Tegal, “DPC PKB Kab. Tegal – Official Website,” diakses 20 Juni 2026, <https://pkbkabtegal.or.id/>.
- DPC PKB Kabupaten Tegal, “DPC PKB Kabupaten Tegal Raih Penghargaan Kaderisasi Terbaik 2026, Abdul Aziz: Jadi Kebanggaan Sekaligus Tanggung Jawab,” *DPC PKB Kab. Tegal – Official Website*, diakses 10 Juni 2026, <https://pkbkabtegal.or.id/dpc-pkb-kabupaten-tegal-raih-penghargaan-kaderisasi-terbaik-2026-abdul-aziz-jadi-kebanggaan-sekaligus-tanggung-jawab/>.
- DPC PKB Kabupaten Tegal, “Sambutan Ketua DPC PKB KAB. TEGAL,” *DPC PKB Kab. Tegal – Official Website*, diakses 6 Juni 2026, <https://pkbkabtegal.or.id/sambutan-ketua-dpc-pkb-kab-tegal/>.
- DPC PKB Kabupaten Tegal, “Sambutan Ketua DPC PKB KAB. TEGAL,” *DPC PKB Kab. Tegal – Official Website*, diakses 21 Juni 2026, <https://pkbkabtegal.or.id/sambutan-ketua-dpc-pkb-kab-tegal/>.
- DPC PKB Kabupaten Tegal, “Sambutan Ketua DPC PKB KAB. TEGAL,” *DPC PKB Kab. Tegal – Official Website*, diakses 21 Juni 2026, <https://pkbkabtegal.or.id/sambutan-ketua-dpc-pkb-kab-tegal/>.
- DPC PKB Kabupaten Tegal, “Struktur Organisasi,” *DPC PKB Kab. Tegal – Official Website*, diakses 6 Juni 2026, <https://pkbkabtegal.or.id/struktur-organisasi/>.
- DPC PKB Kabupaten Tegal, “Struktur Organisasi,” *DPC PKB Kab. Tegal – Official Website*, diakses 10 Juni 2026, <https://pkbkabtegal.or.id/struktur-organisasi/>.
- EFFENDI, Onong Uchjana; SURJAMAN, Tjun. *Dinamika komunikasi*. Remadja Karya, 1986. Hal 6
- EFFENDI, Onong Uchjana; SURJAMAN, Tjun. *Dinamika komunikasi*. Remadja Karya, 1986. Hal 6
- Fahmi Azhari Siregar, *Manajemen Citra PKS di Pemilu 2019* (Jakarta: Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2020).
- Firmansyah, Joni, Aldi Apriansyah, dan Ninis Tri Leriska. “Komunikasi Politik dan Citra Partai: Studi pada Partai Gelombang Rakyat Indonesia Kabupaten Sumbawa.” *Jurnal Trias Politika* 7, no. 1 (2023). <https://doi.org/10.33373/jtp.v7i1.5050>.

- Firmanzah, *Marketing Politik: Antara Pemahaman dan Realitas* (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2012), hlm. 97–103.
- Firmanzah, *Marketing Politik: Antara Pemahaman dan Realitas* (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2012), hlm. 45–52.
- Firmanzah, *Marketing Politik: Antara Pemahaman dan Realitas* (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2012), 63–70.
- Gabriel Almond dan G. Bingham Powell, *Comparative Politics: A Developmental Approach* (Boston: Little, Brown and Company, 1966), hlm. 33.
- Gabriel Almond dan G. Bingham Powell, *Comparative Politics: A Developmental Approach* (Boston: Little, Brown and Company, 1966), hlm. 35.
- Gabriel Almond dan G. Bingham Powell, *Comparative Politics: A Developmental Approach* (Boston: Little, Brown and Company, 1966), hlm. 38.
- Hafied Cangara, *Komunikasi Politik: Konsep, Teori, dan Strategi* (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), hlm. 115–120.
- Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Tegal. Keputusan KPU Kabupaten Tegal Nomor 980 Tahun 2024 tentang Penetapan Perolehan Kursi Partai Politik Peserta Pemilihan Umum Anggota DPRD Kabupaten Tegal dalam Pemilihan Umum Tahun 2024.
- M Wayne DeLozier, *The Marketing Communication Process*, Tokyo: McGraw-Hill Kogakushu, Ltd, 1976).
- M. Wayne DeLozier, *The Marketing Communication Process* (Tokyo: McGraw-Hill Kogakusha, 1976), 65.
- McQuil, Dennis. 1986. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Airlangga
- Miriam Budiardjo, *Dasar-Dasar Ilmu Politik*, Edisi Revisi (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2008), hlm. 403–405
- Muchtar, Khoiruddin. “Komunikasi Politik dan Pembentukan Citra Partai.” *Jurnal Ilmu Komunikasi* 14, no. 2 (2016). <https://doi.org/10.31315/jik.v14i2.2127>.
- Norman K. Denzin dan Yvonna S. Lincoln. 2009. *Handbook of Qualitative Research*. Pustaka Pelajar. Hlm. 140
- Norman K. Denzin dan Yvonna S. Lincoln. 2009. *Handbook of Qualitative Research*. Pustaka Pelajar. Hlm. 123.
- Novel Ali, *Peradaban Komunikasi Indonesia Potret Manusia Indonesia* (Bandung, Remaja Rosdakarya, 1999), 132
- Novel Ali, *Peradaban Komunikasi Indonesia Potret Manusia Indonesia* (Bandung, Remaja Rosdakarya, 1999), 132
- Novel Ali, *Peradaban Komunikasi Indonesia: Potret Manusia Indonesia* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1999), 132.
- Observasi akun Facebook DPC PKB Kab. Tegal, 20 Juni 2026.
- Observasi akun Instagram @dpc_pkb_kab.tegal, Reels dan Insta Story kegiatan, 20 Juni 2026.
- Observasi akun YouTube DPC PKB Kabupaten Tegal, 20 Juni 2026.
- Pasal 10 Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2008 tentang Partai Politik sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2011.
- Pemerintah Kabupaten Tegal, “Geografi dan Kondisi Iklim,” Pemerintah Kabupaten Tegal, diakses 21 Juni 2026, https://tegalkab.go.id/page/view/geografi_20190121082814.

- Pemerintah Kabupaten Tegal, "Geografi dan Kondisi Iklim," Pemerintah Kabupaten Tegal, diakses 21 Juni 2026, https://tegalkab.go.id/page/view/geografi_20190121082814; Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Tegal, "Jumlah Penduduk," diakses 21 Juni 2026, https://disdukcapil.tegalkab.go.id/data/jumlah_penduduk.
- Pramadiva, Satria. "Komunikasi Politik: Positioning, Segmenting, Branding, Strategi Media, dan Strategi Non Media DPD PSI DKI Jakarta pada Pemilu 2024." *Jurnal Penelitian Inovatif* 4, no. 3 (2024): 1003–1012. <https://doi.org/10.54082/jupin.464>.
- Pujono dkk., "Strategi Komunikasi Politik Calon Legislatif Partai Golkar dalam Memenangkan Pemilihan Umum 2014 di Kabupaten Sragen," *Jurnal Ilmu Komunikasi* 13, no. 3 (2015): 277.
- Pujono dkk., "Strategi Komunikasi Politik Calon Legislatif Partai Golkar," 277.
- Pujono. Dkk, "Strategi Komunikasi Politik Calon Legislatif Partai Golkar Dalam Memenangkan Pemilihan Umum 2014 Di Kabupaten Srage", *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 13, No.3), 2015, Hal. 277
- Pujono. Dkk, "Strategi Komunikasi Politik Calon Legislatif Partai Golkar Dalam Memenangkan Pemilihan Umum 2014 Di Kabupaten Srage", *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 13, No.3), 2015, Hal. 277
- Raihan Atahallah, *Manajemen Citra Elit Politik Anies Rasyid Baswedan melalui Media Sosial Instagram @aniesbaswedan terhadap Citra Politik di Mahasiswa* (Bandung: Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung, 2024).
- Ramlan Surbakti, *Memahami Ilmu Politik* (Jakarta: Grasindo, 2010), hlm. 148–150.
- Ramlan Surbakti, *Memahami Ilmu Politik*, hlm. 145–147; lihat juga pembahasan fungsi rekrutmen politik partai.
- Ramlan Surbakti, *Memahami Ilmu Politik*, hlm. 152–154; lihat juga pembahasan fungsi rekrutmen politik partai.
- Rulli Nasrullah, *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017), hlm. 37–41.
- Rulli Nasrullah, *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017), 11–15.
- Rusdin, Pohan. 2007. *Metode Penelitian Pendidikan*. Yogyakarta: Lanarka. Hal. 58.
- Sampurna, A., Zainina, A., Aulia, F., Anggianto, I., Ichdisam, M. F., & Harmain, M. (2024). *Tujuan Komunikasi Politik*. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8(2), hlm. 30514–30519
- Sampurna, A., Zainina, A., Aulia, F., Anggianto, I., Ichdisam, M. F., & Harmain, M. (2024). *Tujuan Komunikasi Politik*. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8(2), hlm. 30514–30519
- Soelistyati Ismail Gami, *Pengantar Ilmu Politik*, (Jakarta : Ghalia Indonesia, 1984) h. 14
- Soelistyati Ismail Gami, *Pengantar Ilmu Politik*, (Jakarta : Ghalia Indonesia, 1984) h.112
- Sugiyono, *metode kualitatif dan R & D* Bandung, alfabeta, 2008), hlm. 8
- Surbakti, R. 2010. *Memahami Ilmu Politik*. Jakarta: Grasindo, hlm. 85

- Surbakti, R. 2010. *Memahami Ilmu Politik*. Jakarta: Grasindo, hlm. 85
- Susiadi, *Metode Penelitian* (Lampung: Pusat Penelitian dan Penerbitan LP2M Institut Agama Islam Negri Raden Intan Lampung, 2015), hal. 114
- Syarif Hidayat, *Partai Politik dan Demokrasi Lokal* (Jakarta: Pustaka Obor Indonesia, 2016), hlm. 52–57.
- Syarif Hidayat, *Partai Politik dan Demokrasi Lokal* (Jakarta: Pustaka Obor Indonesia, 2016), hlm. 60–65.
- Syarif Hidayat, *Partai Politik dan Demokrasi Lokal* (Jakarta: Pustaka Obor Indonesia, 2016), hlm. 60–65.
- Tim Media DPC PKB Kabupaten Tegal, wawancara oleh penulis, Kabupaten Tegal, 12 Mei 2026.
- Tim penyuting, pedoman penulisan skripsi Jurusan Tarbiyah PAI (Pekalongan : Perpustakaan STAIN Pekalongan Perss, 2011), hlm 15

