

# STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK DALAM PEMENANGAN CHRISTIAN LOIS SEBAGAI CALEG PSI UNTUK DPRD DAPIL III KOTA TANGERANG PADA PEMILU 2024

<sup>1</sup>Dony Septian Rapu Ambarita

<sup>1</sup>Universitas Buddhi Dharma

<sup>1</sup>Jl. Imam Bonjol No. 41, Karawaci Ilir, Tangerang-Indonesia

<sup>1</sup>ambaritadony@gmail.com

## ABSTRAK

Kata kunci:  
Strategi Komunikasi  
Komunikasi Politik  
Media Baru  
PSI  
Christian Lois,  
Pemilu 2024

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi politik yang diterapkan oleh Christian Lois, calon legislatif dari Partai Solidaritas Indonesia (PSI), dalam Pemilihan Umum 2024 di Daerah Pemilihan III Kota Tangerang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan paradigma konstruktivis dan metode studi kasus. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Temuan menunjukkan bahwa strategi Christian Lois mencakup penggunaan media baru (Instagram, WhatsApp), media konvensional (spanduk, billboard), dan komunikasi langsung melalui kunjungan ke komunitas. Branding pribadi sebagai figur muda, bersih, dan mudah didekati diperkuat baik secara digital maupun melalui interaksi langsung. Strategi ini sejalan dengan teori komunikasi politik, teori media baru, dan spiral keheningan, yang secara efektif meningkatkan dukungan publik. Penelitian ini berkontribusi pada pengembangan strategi komunikasi politik berbasis digital dalam kontestasi politik lokal

Article history:

*Received:*

11 November 2025

*Accepted:*

20 November 2025

*Available online:*

16 January 2026

## ABSTRACT

*This study aims to analyze the political communication strategy implemented by Christian Lois, a legislative candidate from the Indonesian Solidarity Party (PSI), in the 2024 General Election in Electoral District III of Tangerang City. The study adopts a qualitative approach with a constructivist paradigm and case study method. Data were collected through in-depth interviews, observations, and documentation. The findings reveal that Christian Lois's strategy included the use of new media (Instagram, WhatsApp), conventional media (banners, billboards), and face-to-face communication through community visits. Personal branding as a young, clean, and approachable figure was reinforced both digitally and through direct interaction. This strategy aligns with political communication theory, new media theory, and the spiral of silence, effectively increasing public support. This research contributes to the development of digital-based political communication strategies in local political contests.*

## I. PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara demokrasi yang menempatkan rakyat sebagai pemegang kedaulatan tertinggi. Dalam sistem politik modern, pemilihan umum (pemilu) menjadi instrumen fundamental yang memungkinkan rakyat menyampaikan aspirasi politik, mengevaluasi kinerja elite, serta menentukan arah pembangunan negara. Pemilu tidak hanya menjadi mekanisme rotasi kekuasaan secara damai, tetapi juga manifestasi prinsip kesetaraan politik, di mana setiap suara memiliki nilai yang sama. Di tingkat lokal kota dan kabupaten pemilu legislatif memainkan peran yang sangat strategis dalam menentukan kualitas kebijakan publik, karena anggota legislatif daerah berada paling dekat dengan kebutuhan masyarakat sehari-hari.

Seiring diberlakukannya sistem proporsional terbuka, dinamika pemilu legislatif semakin kompetitif. Sistem ini memberi kesempatan kepada pemilih untuk memilih langsung calon legislatif (caleg), bukan sekadar memilih partai politik. Akibatnya, kompetisi berlangsung dalam dua lapis: antarkandidat lintas partai dan antarcaleg dalam partai yang sama. Situasi ini meningkatkan intensitas persaingan, menuntut setiap caleg untuk menyusun strategi komunikasi politik yang lebih canggih, terencana, dan adaptif. Caleg dituntut memiliki kemampuan untuk menyampaikan pesan politik secara jelas, membangun citra personal yang kuat, dan menjalin hubungan emosional dengan konstituen.

Dalam lanskap politik tersebut, Partai Solidaritas Indonesia (PSI) hadir sebagai salah satu partai baru yang menawarkan narasi politik alternatif, terutama terkait isu integritas, transparansi, dan pemberdayaan generasi muda. PSI menaruh perhatian besar pada kampanye antikorupsi, pembaruan politik, serta keterbukaan terhadap ide-ide progresif. Meskipun relatif baru dan minim pengalaman struktural, PSI berhasil memosisikan dirinya sebagai representasi politik anak muda yang jenuh dengan praktik politik lama. Kehadiran PSI juga menciptakan dinamika baru di banyak daerah karena membawa gaya komunikasi politik yang lebih modern, egaliter, dan dekat dengan budaya digital.

Dalam konteks Kota Tangerang, khususnya Daerah Pemilihan (Dapil) III yang meliputi Kecamatan Cipondoh dan Pinang, kontestasi politik dikenal memiliki karakteristik yang padat, heterogen, dan kompetitif. Wilayah ini memiliki perpaduan antara pemilih tradisional, pemilih kelas menengah perkotaan, hingga pemilih muda yang tumbuh di lingkungan digital. Di tengah kondisi tersebut, muncul sosok Christian Lois, seorang caleg muda dari PSI yang tampil sebagai figur politik baru. Sebagai pendatang baru, Christian menghadapi tantangan besar: bagaimana membangun kredibilitas politik dari nol, bersaing dengan tokoh-tokoh senior, dan sekaligus menembus dominasi partai besar yang sudah lama mengakar di Kota Tangerang seperti PDI-P, Golkar, dan Gerindra.

Keberhasilan Christian Lois meraih 2.655 suara dan mendapatkan kursi DPRD Kota Tangerang menjadi penanda penting bahwa strategi komunikasi yang diterapkannya berjalan efektif. Pencapaian tersebut tidak hanya mencerminkan kemampuan Christian dalam membaca kebutuhan masyarakat, tetapi juga menunjukkan kesiapan pemilih untuk menerima kandidat baru yang membawa pendekatan komunikasi politik berbeda dan lebih relevan dengan zaman.

Dalam kampanyenya, Christian memadukan dua ranah komunikasi politik: media baru dan media konvensional. Di satu sisi, pemanfaatan platform digital seperti Instagram, WhatsApp, dan konten video pendek menjadi strategi yang sangat efektif untuk menjangkau generasi muda, pemilih pemula, serta masyarakat urban yang mengandalkan informasi dari media digital. Melalui media sosial, Christian dapat menampilkan personal branding yang lebih natural, responsif, dan interaktif. Konten visual, narasi kampanye yang ringan namun bermakna, hingga keterlibatan langsung melalui fitur stories, live session, atau grup diskusi WhatsApp menciptakan kedekatan dan kepercayaan di antara pendukungnya.

Di sisi lain, strategi komunikasi langsung (tatap muka) tetap menjadi elemen penting. Christian melakukan blusukan, menghadiri pertemuan warga, berdialog dengan komunitas RT/RW, serta memasang baliho di ruang-ruang publik strategis. Pendekatan ini memungkinkan Christian membangun relasi sosial yang lebih personal dan emosional hal yang tetap krusial dalam politik lokal Indonesia, di mana kontak langsung sering dianggap sebagai bentuk keseriusan kandidat. Melalui interaksi tersebut, Christian bisa memahami aspirasi warga secara langsung, seperti

persoalan infrastruktur, pelayanan publik, pendidikan, dan ruang pemuda, sekaligus menegaskan kesiapannya memperjuangkan isu-isu tersebut ketika terpilih.

Kekuatan strategi komunikasi Christian terletak pada kemampuannya mengintegrasikan kedua pendekatan tersebut secara harmonis. Media digital digunakan untuk memperkuat rekognisi dan citra, sementara interaksi langsung berfungsi membangun kepercayaan. Pesan politik yang dibawa Christian seperti komitmen terhadap transparansi, keberpihakan kepada anak muda, serta aspirasi pembaruan di tingkat lokal dikemas dalam bahasa yang mudah dipahami, tidak elitis, dan relevan dengan pengalaman sehari-hari masyarakat. Pendekatan ini membuat kehadirannya sebagai kandidat terasa lebih dekat dengan kehidupan warga, bukan sekadar sosok yang terlihat dari baliho atau video kampanye.

Pada akhirnya, keberhasilan Christian Lois menunjukkan beberapa pelajaran penting dalam komunikasi politik. Pertama, pemilih lokal semakin terbuka terhadap kandidat muda yang membawa nilai-nilai baru, selama kandidat tersebut mampu membangun kepercayaan dan tampil autentik. Kedua, integrasi media baru dan media konvensional menjadi kunci dalam kampanye politik modern, di mana setiap segmen pemilih membutuhkan pendekatan komunikasi berbeda. Ketiga, personal branding yang kuat harus dibarengi dengan kehadiran nyata di lapangan agar tidak terkesan hanya tampil di dunia digital. Keempat, konsistensi pesan politik yang jelas dan fokus dapat memperkuat identitas kandidat di tengah banyaknya informasi yang bersaing.

Dengan demikian, perjalanan politik Christian Lois di Pemilu 2024 bukan hanya kisah sukses seorang caleg muda, tetapi juga contoh transformasi strategi komunikasi politik di era digital yang semakin menuntut kandidat untuk kreatif, responsif, dan dekat dengan masyarakat. Kesuksesan ini sekaligus menggambarkan dinamika demokrasi lokal yang semakin matang, di mana pemilih mampu menilai kandidat bukan hanya berdasarkan usia atau latar belakang, tetapi juga kualitas komunikasi, konsistensi nilai, dan komitmen terhadap perubahan.

Selain itu, keberhasilan Christian Lois juga dapat dipahami melalui perspektif teori komunikasi politik modern yang menekankan pentingnya komunikasi dua arah antara kandidat dan konstituen. Di era digital, pemilih tidak hanya menjadi penerima informasi, tetapi juga produsen opini yang aktif. Mereka mampu menanggapi, mengkritik, mendukung, bahkan membentuk wacana politik melalui komentar, unggahan ulang (repost), atau diskusi daring. Christian memanfaatkan fenomena ini dengan membangun ruang komunikasi yang memungkinkan dialog terbuka, seperti membuka sesi tanya jawab di media sosial, mengunggah proses kerja secara transparan, serta merespons pesan warga melalui WhatsApp dengan cepat. Praktik semacam ini memperkuat kesan bahwa ia bukan sekadar calon, tetapi sahabat dialog bagi masyarakat.

Dalam ranah personal branding, Christian menonjolkan karakter sebagai figur muda yang enerjik, berintegritas, dan dekat dengan aspirasi generasi milenial dan Gen Z. Personal branding ini menjadi aspek kunci dalam kampanyenya karena mampu menciptakan identitas politik yang berbeda dari tokoh-tokoh mapan. Branding yang kuat memberikan kejelasan bagi pemilih tentang siapa dirinya, apa yang ia perjuangkan, dan nilai apa yang ia bawa. Strategi ini relevan mengingat pemilih muda cenderung menilai kandidat tidak hanya dari visi misi yang abstrak, tetapi juga dari citra personal, gaya komunikasi, dan konsistensi perilaku sehari-hari.

Pada level struktur kampanye, Christian juga memanfaatkan jaringan relawan dan simpatisan untuk memperluas jangkauan komunikasi politiknya. Relawan, terutama dari kalangan anak muda, berperan penting dalam menyebarkan informasi kampanye melalui grup komunitas, acara lokal, maupun media sosial pribadi mereka. Model kampanye berbasis relawan ini memiliki keunggulan:

biaya lebih efisien, jangkauan organik lebih luas, serta menciptakan kesan kampanye yang lebih genuine dan tidak mengandalkan politik transaksional. Relawan biasanya bergerak berdasarkan kepercayaan dan kesukarelaan, sehingga pesan politik yang mereka bawa cenderung lebih meyakinkan di mata pemilih.

Dinamika politik lokal di Cipondoh dan Pinang juga memberikan konteks penting bagi keberhasilan kampanye Christian. Kedua kecamatan ini merupakan wilayah dengan perkembangan demografis yang cepat, ditandai pertumbuhan kawasan perumahan, pusat ekonomi baru, dan komposisi masyarakat yang heterogen. Di satu sisi terdapat pemilih tradisional yang masih menilai kandidat berdasarkan kedekatan sosial, sementara di sisi lain muncul kelompok pemilih kritis yang mengutamakan isu profesionalitas, transparansi, dan rekam jejak. Pola komunikasi yang Christian gunakan menggabungkan pendekatan modern dan tradisional merespons kebutuhan kedua kelompok tersebut. Hal ini menempatkannya sebagai kandidat yang mampu menembus batas generasi dan gaya hidup pemilih.

Aspek lain yang tak kalah penting adalah kemampuan Christian dalam menyederhanakan pesan politik. Pemilih lokal tidak selalu membutuhkan jargon politik atau penjelasan akademis; mereka lebih membutuhkan narasi yang konkrit, relevan, dan mudah dihubungkan dengan persoalan sehari-hari. Oleh karena itu, Christian memilih untuk menonjolkan isu-isu praktis seperti keterlibatan anak muda dalam pembangunan, peningkatan ruang publik, pemerataan akses layanan masyarakat, serta akuntabilitas penggunaan anggaran daerah. Cara penyampaian pesan yang langsung dan jelas membuat pemilih lebih memahami apa yang ia tawarkan, sekaligus merasa bahwa suaranya akan benar-benar diperjuangkan.

Tidak hanya fokus pada penyampaian pesan ke luar, Christian juga menunjukkan kapasitas reflektif dalam merancang strategi kampanye. Ia melakukan pemetaan wilayah untuk mengidentifikasi area dengan konsentrasi pemilih potensial, mengamati isu dominan di setiap lingkungan, serta mempelajari pola interaksi sosial masyarakat setempat. Penggunaan data sederhana seperti hasil survei internal, masukan dari relawan, dan tanggapan dari warga yang ditemui di lapangan membantu Christian menyesuaikan pendekatan komunikasinya. Pendekatan berbasis data (meskipun sederhana) ini membuat kampanyenya lebih tertarget dan efisien.

Selain itu, keberhasilannya juga mencerminkan fenomena pergeseran preferensi politik masyarakat urban terhadap kandidat yang menawarkan transparansi dan gaya komunikasi yang jujur. Pemilih kota cenderung lebih sensitif terhadap ketidakotentikan kandidat dan lebih menghargai komunikasi politik yang lugas. Dalam konteks ini, Christian memanfaatkan nilai-nilai yang dibawa PSI keterbukaan, antikorupsi, dan politik tanpa mahar untuk memperkuat kredibilitasnya. Ia memosisikan dirinya sebagai representasi generasi baru yang ingin mengubah wajah politik lokal menjadi lebih bersih, terbuka, dan progresif.

Setelah terpilih, Christian menghadapi tantangan baru yang tidak kalah penting: mempertahankan legitimasi politik dan memenuhi ekspektasi masyarakat. Keberhasilan meraih kursi DPRD bukanlah akhir, tetapi awal dari proses yang lebih panjang. Ia perlu menjaga komunikasi politik tetap aktif dan terbuka, menyampaikan laporan kinerja secara berkala, serta terus hadir dalam kegiatan masyarakat untuk memastikan hubungan yang telah dibangun selama kampanye tetap terjaga. Keberlanjutan hubungan dengan konstituen inilah yang menjadi indikator apakah strategi komunikasi politiknya benar-benar berkelanjutan atau hanya efektif selama masa kampanye.

Secara keseluruhan, perjalanan Christian Lois menggambarkan transformasi penting dalam politik lokal Indonesia: bahwa kekuatan komunikasi politik modern yang berpadu antara kreativitas digital, pendekatan tatap muka, personal branding kuat, dan nilai-nilai integritas dapat mengubah peta elektoral bahkan di daerah dengan dominasi partai besar. Kisah ini menunjukkan bahwa politik lokal tidak lagi sepenuhnya didominasi oleh senioritas, struktur lama, atau modal besar. Ada ruang bagi kandidat muda yang memiliki kompetensi, strategi, dan kedekatan emosional dengan masyarakat untuk memperoleh legitimasi politik yang kuat.

Temuan penelitian ini menegaskan bahwa dalam kontestasi politik lokal, keberhasilan komunikasi politik tidak hanya ditentukan oleh besarnya sumber daya, tetapi oleh kemampuan kandidat menghadirkan pesan yang relevan, autentik, dan dekat dengan kebutuhan masyarakat. Integrasi media baru dan media konvensional terbukti menjadi strategi yang efektif karena mampu menjangkau berbagai segmen pemilih dengan pendekatan yang tepat. Media digital berperan memperluas jangkauan informasi dan membangun citra modern, sedangkan komunikasi tatap muka tetap menjadi faktor utama dalam membangun kepercayaan sosial dan legitimasi politik.

Selain itu, keberhasilan Christian Lois menunjukkan bahwa pemilih semakin rasional dan selektif, tidak hanya terpaku pada senioritas politik atau kekuatan jaringan lama. Pemilih, terutama generasi muda, menilai kandidat berdasarkan rekam jejak, konsistensi nilai, kedekatan emosional, dan kapasitas komunikasi. Hal ini memperlihatkan bahwa demokrasi lokal bergerak menuju model yang lebih partisipatif dan terbuka, di mana ruang dialog antara kandidat dan masyarakat menjadi sangat penting.

Keberhasilan model kampanye Christian juga membuktikan bahwa politik relawan dan kampanye berbasis partisipasi dapat menjadi alternatif dari pendekatan politik transaksional yang masih jamak ditemukan di daerah. Relawan yang bekerja secara sukarela dan organik melalui komunitas dan media sosial memperkuat mobilisasi dukungan secara lebih natural dan kredibel tanpa bergantung sepenuhnya pada sumber daya finansial kampanye. Dengan demikian, strategi komunikasi politik yang diterapkan Christian Lois dapat dijadikan contoh bahwa kolaborasi antara teknologi (media massa), personal branding, dan kedekatan sosial mampu menciptakan peluang kemenangan bagi kandidat baru di tengah dominasi partai besar dan kompetisi yang ketat.

## II. METODE PENELITIAN

### 1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus. Pendekatan kualitatif dipilih karena sesuai untuk memahami secara mendalam fenomena sosial, makna, dan proses yang melatarbelakangi strategi komunikasi politik Christian Lois selama kampanye Pemilu 2024. Studi kasus dipilih karena fokus penelitian diarahkan pada satu objek tertentu secara rinci, yakni strategi komunikasi politik yang diterapkan oleh Christian Lois sebagai caleg PSI di Dapil III Kota Tangerang. Melalui pendekatan ini, peneliti dapat menggali konteks, pola interaksi, dan dinamika komunikasi politik secara menyeluruh, sehingga diperoleh pemahaman yang komprehensif tentang langkah-langkah kampanye yang dijalankan kandidat.

### 2. Informan Penelitian

Informan utama dalam penelitian ini adalah Christian Lois sebagai subjek penelitian sekaligus caleg PSI Dapil III Kota Tangerang pada Pemilu 2024. Selain itu, penelitian ini melibatkan informan pendukung seperti tim sukses yang terlibat langsung dalam perencanaan dan pelaksanaan

kampanye. Pemilihan informan dilakukan secara purposive sampling, yaitu berdasarkan pertimbangan keterlibatan dan pengetahuan mereka terhadap proses kampanye.

### 3. Teknik Pengumpulan Data

Data diperoleh melalui beberapa teknik, yaitu:

#### **Wawancara Mendalam (*In-Depth Interview*)**

Wawancara dilakukan dengan Christian Lois dan anggota tim sukses untuk mendapatkan informasi terkait strategi komunikasi, pemilihan media, perencanaan pesan, segmentasi pemilih, dan evaluasi kampanye.

#### **Observasi Lapangan**

Penulis melakukan pengamatan langsung pada berbagai kegiatan kampanye seperti blusukan, pertemuan warga, pemasangan alat peraga kampanye, dan aktivitas media sosial. Observasi ini memberikan gambaran nyata mengenai implementasi strategi komunikasi politik.

#### **Dokumentasi**

Dokumen yang dikumpulkan meliputi materi kampanye (spanduk, baliho, poster), unggahan media sosial, serta berita daring yang berkaitan dengan aktivitas kampanye Christian Lois.

### 5. Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan dengan model Miles dan Huberman (1994) yang meliputi tiga tahap utama:

- Reduksi Data, yaitu proses memilih, memfokuskan, dan menyederhanakan data yang relevan dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi.
- Penyajian Data, yaitu menyusun informasi yang telah direduksi dalam bentuk narasi deskriptif untuk memudahkan pemahaman. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi, yaitu merumuskan temuan penelitian dengan mengacu pada kerangka teori komunikasi politik, media baru, dan *spiral of silence*.

### 6. Keabsahan Data

Untuk memastikan validitas data, penelitian ini menerapkan triangulasi sumber dan metode. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan informasi dari Christian Lois, tim sukses, dan data dokumentasi. Sementara itu, triangulasi metode dilakukan dengan memadukan wawancara, observasi, dan dokumentasi sehingga data yang diperoleh dapat diverifikasi dan dipercaya.

## III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menemukan bahwa strategi komunikasi politik yang diterapkan oleh Christian Lois dalam kampanye Pemilu Legislatif 2024 di Dapil III Kota Tangerang berhasil memadukan pendekatan komunikasi modern berbasis digital dengan strategi tradisional berbasis komunikasi tatap muka. Pendekatan yang terpadu ini mampu menjangkau berbagai segmen pemilih, memperkuat personal branding, serta membangun kepercayaan publik secara signifikan hingga menghasilkan kemenangan dengan perolehan suara mencapai 2.655 suara, menempatkannya

sebagai salah satu calon dengan suara terbanyak dan memastikan satu kursi DPRD Kota Tangerang untuk PSI.

Keberhasilan kampanye tidak hanya ditentukan oleh konten pesan politik, melainkan juga oleh efektivitas segmentasi pemilih, pemilihan media kampanye yang tepat, dan kemampuan membangun citra sebagai figur politik muda dan solutif. Strategi ini memperkuat citra PSI sebagai partai alternatif yang berorientasi pada transparansi, antikorupsi, dan keterwakilan generasi muda.

Secara teoretis, hasil penelitian menegaskan relevansi teori komunikasi politik, teori media baru, dan *spiral of silence* dalam menjelaskan perilaku komunikasi politik di tingkat lokal. Secara praktis, penelitian ini berkontribusi pada pengembangan strategi kampanye khususnya bagi caleg muda yang menghadapi kompetisi ketat melawan tokoh senior.

### 1. Perencanaan Strategi Komunikasi Politik

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi politik Christian Lois disusun secara bertahap dan berbasis kebutuhan konstituen. Tahap awal dimulai dengan pemetaan wilayah dan segmentasi pemilih melalui pendataan berbasis RT/RW, komunitas pemuda, tokoh masyarakat, dan relawan. Segmentasi pemilih dibagi menjadi empat kelompok utama:

1. Pemilih muda (17–30 tahun)
2. Pemilih pemula (siswa dan mahasiswa)
3. Komunitas keluarga muda
4. Pemilih tradisional & senior

Tahap perencanaan pesan kampanye dilakukan dengan fokus pada isu sehari-hari seperti perbaikan pelayanan publik, akses olahraga dan ruang kreativitas pemuda, fasilitas lingkungan, serta transparansi pemerintahan. Pesan politik dirumuskan secara simple, direct, dan solutif, sesuai karakter pemilih urban Kota Tangerang.

Perencanaan strategis kemudian dilaksanakan melalui koordinasi intensif dengan tim sukses untuk menentukan prioritas lokasi kampanye, produksi konten digital, kalender kegiatan blusukan, dan integrasi aktivitas lapangan dengan publikasi media sosial.

### 2. Pemanfaatan Media Baru dalam Komunikasi Politik

Media baru menjadi pilar utama strategi Christian Lois. Instagram dijadikan kanal utama komunikasi politik digital, berfungsi untuk meningkatkan digital engagement, memperkuat kepercayaan, dan membangun citra personal. Bentuk pemanfaatan media baru meliputi:

Jenis Konten	Tujuan
Foto kegiatan & video pendek kampanye	Visualisasi kedekatan dengan warga
Poster digital dan infografis	Penyederhanaan pesan politik
Instagram Story & Live	Interaksi langsung dan tanya jawab publik
Testimoni warga	Penguatan legitimasi sosial & opini mayoritas
Konten digital surat suara	Edukasi pemilih pemula tentang teknis memilih

Selain Instagram, WhatsApp menjadi kanal komunikasi privat untuk koordinasi tim kampanye, penyebaran materi kampanye, dan interaksi komunitas melalui grup relawan, tokoh RT/RW, dan

warga per wilayah. Strategi digital ini efektif karena menyesuaikan karakteristik pemilih urban milenial dan Gen-Z yang cenderung lebih selektif dan rasional terhadap pesan visual interaktif.

### 3. Penggunaan Media Konvensional

Meskipun penekanan utama berada di media digital, kampanye juga tetap memanfaatkan media konvensional seperti:

- Spanduk dan baliho di titik strategis (jalan utama, pasar, pusat komunitas)
- Pertemuan RT/RW dan diskusi warga
- Blusukan ke permukiman padat penduduk
- Acara komunitas dan kegiatan sosial
- Pendekatan tatap muka meningkatkan emosional bonding dan memperkuat trust yang sulit terbentuk hanya melalui digital.
- Strategi hybrid (digital + konvensional) menjadi kunci efektivitas dalam menjangkau pemilih lintas generasi.

### 4. Personal Branding dan Citra Politik

*Personal Branding* dibangun konsisten dengan menampilkan Christian Lois sebagai:

- Politisi muda dan bersih
- Dekat dengan pemilih & memahami masalah warga
- Terbuka, responsif, dan solutif

Citra tersebut diperkuat melalui konten yang menunjukkan aktivitas pelayanan publik, keterlibatan komunitas, dokumentasi dukungan warga, serta narasi visual yang humanis. Pesan kampanye utama: “Muda, Bersih, Solutif” menjadi diferensiasi dari kandidat senior di dapil yang lebih mengandalkan pengalaman politik. *Branding* ini sesuai dengan teori Montoya & Vandehey (2009) tentang pentingnya konsistensi identitas publik dalam membangun kepercayaan.

### 5. Dinamika Dukungan dan Spiral of Silence

Fenomena *spiral of silence* terlihat dari meningkatnya publikasi dukungan di media sosial dan dokumentasi keramaian kegiatan kampanye. Konten testimoni dan dukungan publik menumbuhkan persepsi mayoritas dan menciptakan efek psikologis yang mendorong pemilih ragu untuk ikut bergabung.

Semakin ramai dukungan terlihat, semakin besar dorongan pemilih untuk tidak merasa minoritas sehingga memilih untuk bersuara. Hal ini sejalan dengan teori Noelle-Neumann (1974) mengenai dominasi opini mayoritas dalam mempengaruhi perilaku komunikasi sosial politik.

### 5. Hasil Pemilu dan Evaluasi Strategi

Tahun Pemilu	Kursi PSI DPRD Kota Tangerang	Perolehan suara Christian Lois
2019	1 kursi	-
<b>2024</b>	<b>4 kursi</b>	<b>2.655 suara</b>

Evaluasi menunjukkan bahwa **konsistensi pesan, tanggapan cepat, dan kehadiran langsung di masyarakat** menjadi faktor pendukung utama kemenangan. Strategi digital terbukti memberikan percepatan penyebaran informasi, namun **komunikasi tatap muka tetap krusial** untuk menciptakan kedekatan emosional yang menentukan keputusan memilih.

## 7. Diskusi Hasil Penelitian

Hasil penelitian secara keseluruhan menegaskan bahwa strategi komunikasi politik Christian Lois berhasil karena:

- Integrasi efektif antara media baru dan media tradisional
- Fokus pada segmentasi pemilih muda yang menjadi key voter urban
- Personal branding yang autentik dan konsisten
- Penguatan dukungan publik melalui efek spiral of silence
- Penggunaan komunikasi dua arah sebagai alat membangun kepercayaan

Penelitian ini mendukung temuan Nasrullah (2020) bahwa media digital memperkuat keterhubungan kandidat dan pemilih, namun juga mengafirmasi penelitian Putra & Wibowo (2021) bahwa kehadiran fisik tetap menjadi elemen paling berpengaruh dalam membangun legitimasi politik.

## Kesimpulan Sementara Sintetik

Strategi komunikasi politik Christian Lois terbukti menjadi model kampanye modern-hybrid yang adaptif dan relevan dengan karakter pemilih urban Kota Tangerang. Pendekatan terintegrasi media baru dan media konvensional memperkuat personal branding dan menghasilkan kemenangan elektoral yang signifikan.

## 8. Peran Strategis Tim Sukses dalam Pemenangan

Keberhasilan strategi komunikasi politik Christian Lois tidak dapat dipisahkan dari peran tim sukses yang bekerja secara sistematis dalam mendukung pelaksanaan kampanye, baik di media digital maupun di lapangan. Hasil wawancara menunjukkan bahwa tim sukses berfungsi sebagai koordinator utama dalam pengelolaan strategi kampanye dan penghubung komunikasi antara kandidat dan pemilih. Beberapa fungsi penting tim sukses meliputi:

1. Melakukan *mapping* wilayah pemilih berdasarkan RT/RW untuk menentukan prioritas lokasi kampanye, termasuk daerah dengan jumlah pemilih besar, basis komunitas, dan wilayah dengan potensi swing voter.
2. Menjembatani komunikasi dengan tokoh masyarakat dan ketua lingkungan yang memiliki pengaruh sosial besar dalam keputusan politik warga.
3. Membangun dan mengelola jaringan relawan  
Relawan bertugas menyebarkan materi kampanye, mengajak pemilih, dan melakukan advokasi program politik kandidat.
4. Produksi konten kampanye untuk media sosial meliputi editing video, desain grafis, dan dokumentasi lapangan untuk memperkuat narasi digital.
5. Koordinasi logistik kampanye langsung seperti pembagian flyer, pemasangan baliho, dan penyelenggaraan diskusi warga.

Dari temuan penelitian, terlihat bahwa keberadaan tim sukses bukan hanya pelengkap, tetapi bagian inti strategi komunikasi politik, terutama dalam menjaga konsistensi pesan dan memastikan kampanye berjalan terarah. Tim sukses menjadi penghubung antara pendekatan digital dan pendekatan tatap muka yang memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah.

### **9. Kendala dalam Komunikasi Politik Selama Kampanye**

Meskipun strategi kampanye berjalan efektif, terdapat sejumlah kendala yang dihadapi Christian Lois selama proses pemenangan Pemilu 2024, antara lain:

- Persaingan ketat dengan kandidat senior dan petahana yang lebih dikenal masyarakat dan memiliki jaringan sosial kuat.
- Tantangan membangun kepercayaan sebagai kandidat muda karena sebagian pemilih masih meragukan kemampuan anak muda dalam memimpin.
- Keterbatasan sumber daya finansial dan logistik dibandingkan dengan partai besar yang memiliki struktur dan dana kampanye lebih kuat.
- Penyebaran hoaks dan framing negatif yang berpotensi merusak citra kandidat di media sosial.
- Kesulitan menjangkau pemilih yang apatis atau tidak peduli politik, terutama generasi muda yang cenderung skeptis terhadap janji politik.

Untuk mengatasi kendala tersebut, strategi yang dilakukan meliputi:

- Memperbanyak kampanye dialog komunitas sebagai pendekatan empatik
- Memperkuat narasi independensi dan antikorupsi untuk membangun trust publik
- Memproduksi konten edukatif untuk melawan hoaks secara soft campaign
- Mengoptimalkan relawan lokal untuk memperluas jangkauan kampanye secara organik
- Menggunakan pendekatan edukasi politik berbasis solusi nyata, bukan janji verbal

### **10. Pendekatan Tatap Muka dan Komunitas Agama**

Salah satu pilar penting strategi komunikasi politik Christian Lois adalah pendekatan tatap muka melalui kegiatan blusukan, dialog terbuka, dan partisipasi dalam kegiatan keagamaan. Pendekatan ini terbukti menjadi instrumen kunci dalam membangun kepercayaan emosional yang tidak dapat sepenuhnya digantikan oleh media digital. Bentuk implementasi pendekatan tatap muka meliputi:

- Blusukan ke wilayah padat penduduk dan lingkungan permukiman
- Diskusi santai dengan warga di ruang publik seperti kedai kopi
- Menghadiri acara sosial dan pertemuan warga RT/RW
- Melibatkan diri dalam kegiatan keagamaan dan organisasi komunitas lintas agama
- Mendengar aspirasi langsung untuk dirumuskan menjadi program kerja konkret

Pendekatan ini meningkatkan tingkat penerimaan warga karena mencerminkan komitmen nyata kandidat terhadap kebutuhan masyarakat. Respon warga lebih positif ketika kandidat hadir secara fisik dan menunjukkan kepedulian langsung. Hal ini menguatkan konsep humanistic political communication, di mana hubungan emosional menjadi dasar kepercayaan politik.

Dari seluruh pembahasan, dapat disimpulkan bahwa keberhasilan Christian Lois bukan sekadar hasil strategi pemasaran politik, melainkan gabungan antara penguatan citra, komunikasi dua arah,

dukungan komunitas, dan implementasi strategi media hybrid yang relevan dengan kebutuhan pemilih urban modern.

### 11. Analisis Teoritis terhadap Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil temuan lapangan, penerapan strategi komunikasi politik Christian Lois dapat dianalisis melalui tiga teori utama:

Teori	Bukti dalam penelitian	Dampak
<b>Teori Komunikasi Politik</b>	Penyusunan pesan politik yang terstruktur dan disesuaikan dengan kebutuhan pemilih	Efektivitas penyampaian visi dan penguatan citra publik
<b>Teori Media Baru</b>	Optimalisasi Instagram & WhatsApp sebagai ruang interaksi dua arah	Menjangkau pemilih muda berbasis visual dan teknologi
<b>Spiral of Silence</b>	Publikasi dukungan luas untuk menciptakan persepsi mayoritas	Pemilih ragu beralih menjadi pendukung karena bukti lapangan

### 12. Peran Tim Sukses

Peran tim sukses menjadi faktor pendukung penting dalam pelaksanaan strategi komunikasi politik Christian Lois. Tim sukses bertanggung jawab untuk melakukan pemetaan wilayah pemilih, koordinasi dengan tokoh masyarakat, pengelolaan relawan, penyebaran materi kampanye, serta produksi konten digital. Kehadiran tim sukses memastikan konsistensi pesan kampanye dan mengintegrasikan strategi media digital dengan pendekatan tatap muka di lapangan, sehingga komunikasi dua arah dapat terbangun dengan baik.

### 13. Kendala dalam Pelaksanaan Strategi Komunikasi Politik

Dalam pelaksanaan strategi kampanye, terdapat beberapa kendala yang dihadapi, antara lain:

- Persaingan ketat dengan kandidat senior dan petahana yang lebih dikenal masyarakat.
- Tantangan membangun kepercayaan sebagai calon muda.
- Keterbatasan sumber daya kampanye dibanding partai besar.
- Penyebaran hoaks dan opini negatif di media sosial.
- Adanya kelompok pemilih apatis terhadap politik.

Untuk mengatasi kendala tersebut, tim kampanye memperkuat pendekatan tatap muka, meningkatkan publikasi digital yang transparan, dan memaksimalkan dukungan relawan di tingkat lingkungan. Temuan ini menunjukkan bahwa teori-teori komunikasi modern relevan untuk menjelaskan perubahan pola kampanye dalam era digital demokrasi kontemporer.

### 14. Dampak Sosial dan Politik

Strategi kampanye Christian Lois berdampak positif terhadap:

- Peningkatan partisipasi politik pemilih muda.
- Perubahan persepsi publik tentang kemampuan politisi muda.
- Penguatan citra PSI sebagai partai alternatif.
- Munculnya model kampanye modern berbasis komunikasi dua arah.

### Implikasi Penelitian dan Implikasi Teoretis

Penelitian ini memperkuat literatur mengenai komunikasi politik digital dengan menunjukkan bagaimana integrasi media baru dan pendekatan tradisional dapat meningkatkan efektivitas kampanye.

### **Implikasi Praktis**

Temuan dapat menjadi model strategi kampanye yang dapat diadaptasi oleh:

- Caleg muda dengan sumber daya terbatas
- Partai baru yang berjuang mengatasi dominasi partai besar
- Kampanye politik berbasis data dan partisipasi publik

Dari seluruh pembahasan, dapat disimpulkan bahwa keberhasilan Christian Lois bukan sekadar hasil strategi pemasaran politik, melainkan gabungan antara penguatan citra, komunikasi dua arah, dukungan komunitas, dan implementasi strategi media hybrid yang relevan dengan kebutuhan pemilih urban modern.

## **IV. SIMPULAN**

Penelitian ini menyimpulkan bahwa keberhasilan Christian Lois dalam memenangkan Pemilu Legislatif 2024 sebagai calon anggota DPRD Kota Tangerang dari Partai Solidaritas Indonesia (PSI) di Daerah Pemilihan (Dapil) III Kota Tangerang merupakan hasil dari penerapan strategi komunikasi politik yang **terstruktur, integratif, dan adaptif** dalam merespons dinamika politik dan karakteristik sosial pemilih urban. Strategi ini tidak hanya mencakup pemanfaatan media baru berbasis digital, tetapi juga mengoptimalkan media konvensional serta interaksi langsung sebagai pendekatan humanis untuk memperkuat dukungan dan kepercayaan publik.

Penelitian ini memperlihatkan bahwa keberhasilan kampanye politik di era demokrasi digital bukan hanya ditentukan oleh besarnya modal finansial atau kekuatan jaringan politik lama, melainkan oleh kemampuan seorang kandidat dalam membangun citra publik yang autentik, menumbuhkan keterlibatan partisipatif, serta mengelola pesan politik secara strategis sesuai kebutuhan masyarakat. Secara garis besar, terdapat beberapa simpulan utama dari penelitian ini:

### **1. Perencanaan Pesan dan Segmentasi Pemilih**

Strategi komunikasi politik Christian Lois dirancang melalui analisis mendalam terkait karakteristik sosial demografis pemilih di wilayah Dapil III Kota Tangerang. Segmentasi pemilih dilakukan dengan mengidentifikasi kelompok pemilih strategis, yaitu pemilih muda, pemilih pemula, komunitas keluarga muda, dan pemilih tradisional. Pesan kampanye dirumuskan berdasarkan aspirasi publik dan isu-isu lokal yang relevan seperti transparansi pemerintahan, tata kelola pelayanan publik, pemberdayaan pemuda, dan pengembangan fasilitas sosial.

Pesan politik disusun secara singkat, lugas, dan solutif, sehingga mudah dipahami dan diterima berbagai lapisan masyarakat. Hal ini sejalan dengan prinsip komunikasi politik efektif yang menekankan kesesuaian pesan dengan kebutuhan audiens. Strategi ini membuktikan bahwa segmentasi dan formulasi pesan yang tepat merupakan fondasi utama dalam membangun keterhubungan politik antara kandidat dan pemilih.

### **2. Pemanfaatan Media Baru**

Media baru, khususnya Instagram dan WhatsApp, menjadi instrumen utama dalam membangun komunikasi politik modern yang interaktif dan partisipatif. Instagram digunakan sebagai kanal publikasi kegiatan kampanye, edukasi politik visual, testimoni dukungan, dokumentasi kegiatan

sosial, dan interaksi real time melalui fitur Live dan Story. Sementara itu, WhatsApp berfungsi sebagai sarana komunikasi privat dengan grup RT/RW, komunitas relawan, tokoh masyarakat, dan jaringan keluarga pemilih.

Pemanfaatan media digital memungkinkan penyebaran pesan kampanye secara lebih cepat, murah, terukur, dan bersifat dua arah, memberikan ruang bagi pemilih untuk berinteraksi secara langsung dengan kandidat. Strategi ini terbukti efektif dalam menarik perhatian pemilih milenial dan Gen-Z yang sangat familiar dengan teknologi digital serta lebih responsif terhadap komunikasi politik berbasis visual dan dialog.

Hasil temuan menguatkan teori McQuail (2010) bahwa media digital memberi kesempatan bagi kandidat untuk menciptakan komunikasi partisipatif, memperluas jangkauan pesan politik, dan membangun kedekatan interpersonal tanpa batas geografis.

### **3. Kombinasi Media Konvensional dan Komunikasi Tatap Muka**

Meskipun kampanye digital menjadi kekuatan utama, strategi komunikasi politik Christian Lois tidak meninggalkan pendekatan tradisional. Penggunaan baliho, spanduk, brosur, dan pertemuan langsung melalui kegiatan blusukan, diskusi lingkungan, dan kunjungan rumah ke rumah tetap menjadi elemen penting untuk menjangkau pemilih yang tidak aktif di media digital.

Kehadiran fisik kandidat di tengah masyarakat memberikan dampak signifikan dalam membangun kepercayaan emosional dan menegaskan komitmen nyata terhadap kebutuhan warga. Komunikasi tatap muka terbukti efektif untuk membentuk ikatan sosial, kesan personal, dan legitimasi politik, terutama bagi pemilih senior yang cenderung mengandalkan hubungan sosial langsung dalam menentukan pilihan.

Strategi *hybrid* (*digital* + konvensional) menjadi kunci penting dalam menjangkau spektrum pemilih lintas generasi dan menciptakan konsolidasi dukungan yang lebih stabil.

### **4. Personal Branding dan Fenomena Spiral of Silence**

Personal branding sebagai politisi muda, bersih, dan solutif menjadi diferensiasi utama Christian Lois dalam kompetisi politik yang didominasi politisi senior dan petahana. Citra tersebut dibangun konsisten melalui narasi digital, aksi sosial, serta dokumentasi kegiatan yang menunjukkan keterlibatan langsung dalam masalah masyarakat.

Melalui penyebaran konten dukungan publik, dokumentasi kegiatan yang ramai, dan testimoni warga, tercipta persepsi sosial bahwa dukungan terhadap Christian semakin meningkat. Persepsi mayoritas ini mendorong pemilih ragu untuk bergabung dalam dukungan terbuka, sebagaimana dijelaskan dalam teori spiral of silence oleh Noelle-Neumann (1974), yang menyatakan bahwa individu cenderung mengikuti opini mayoritas untuk menghindari isolasi sosial. Strategi ini menjadi elemen psikologis yang meningkatkan momentum elektoral dan mendorong konsensus publik.

### **Simpulan Umum**

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa keberhasilan komunikasi politik di tingkat lokal dapat dicapai melalui integrasi strategi komunikasi digital dan tatap muka yang saling melengkapi. Kampanye politik yang efektif tidak hanya bertumpu pada kuantitas publikasi atau dukungan struktural, tetapi pada kemampuan kandidat untuk menawarkan solusi, membangun kepercayaan, dan menghadirkan diri secara autentik di hadapan publik.

Keberhasilan Christian Lois membuktikan bahwa generasi muda memiliki peluang besar dalam politik selama mereka mampu memanfaatkan media baru secara kreatif, membangun personal branding secara konsisten, dan tetap menjaga kedekatan langsung dengan masyarakat melalui pendekatan tatap muka yang humanis.

Penelitian ini berkontribusi penting pada ilmu komunikasi, khususnya komunikasi politik digital, serta memberikan contoh nyata transformasi strategi kampanye modern dalam konteks demokrasi lokal di Indonesia.

### **Implikasi Penelitian**

1. Implikasi Teoretis: Penelitian ini memperkuat kajian ilmiah mengenai relevansi teori komunikasi politik modern, teori media baru, dan spiral of silence dalam menjelaskan dinamika perilaku pemilih di era digital.
2. Implikasi Praktis: Model strategi komprehensif yang diterapkan Christian Lois dapat menjadi rujukan bagi caleg muda, partai baru, konsultan politik, dan akademisi komunikasi.
3. Implikasi Sosial: Strategi komunikasi berbasis partisipasi membuka ruang bagi masyarakat untuk lebih aktif dalam proses demokrasi dan pengawasan politik.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Lasswell, H. D. (1948). *The Structure and Function of Communication in Society*. New York: Harper.
- McQuail, D. (2010). *McQuail's Mass Communication Theory* (6th ed.). London: Sage.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook*. Thousand Oaks: Sage.
- Montoya, P., & Vandehey, T. (2009). *The Brand Called You*. New York: McGraw Hill.
- Nasrullah, R. (2020). Media Sosial dan Komunikasi Politik di Indonesia. *Jurnal Komunikasi Politik*, 6(2), 101–118.
- Noelle-Neumann, E. (1974). The Spiral of Silence: A Theory of Public Opinion. *Journal of Communication*, 24(2), 43–51.
- Putra, A., & Wibowo, D. (2021). Media Digital dalam Kampanye Politik: Studi Kasus Pemilu Legislatif 2019. *Jurnal Politik Indonesia*, 7(1), 55–72.
- Sari, N. (2019). Strategi Kampanye Politik di Era Digital: Integrasi Media Baru dan Tatap Muka. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 11(3), 211–223.