

## MEKANISME DAN POLA KOMUNIKASI POLITIK TIM SUKSES PARTAI DAN RELAWAN DALAM KAMPANYE DANNY-FATMAWATI (PILKADA MAKASSAR 2020)

Awang Dermawan <sup>1</sup>; M. Iqbal Sultan <sup>2</sup>; Muhammad Akbar <sup>3</sup>; Muhammad Wahyuddin Hardi <sup>4\*</sup>  
<sup>1,2,3</sup> Universitas Hasanuddin, Makassar, Indonesia

<sup>4</sup> Institut Teknologi dan Bisnis Arungpalakka, Bone, Indonesia; wahyuddinhardi99@gmail.com

\*Correspondence : wahyuddinhardi99@gmail.com

### ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji komunikasi politik dalam Pilkada Makassar 2020 yang ditandai oleh keterlibatan simultan antara tim sukses partai koalisi dan jaringan relawan pasangan Mohammad Ramdhan Pomanto–Fatmawati Rusdi. Fokus penelitian adalah menganalisis pola komunikasi formal dan informal yang dijalankan secara terpadu dalam upaya memenangkan dukungan publik di tingkat lokal. Kajian ini penting karena menyoroti strategi komunikasi politik yang mengombinasikan media digital, media massa, dan komunikasi berbasis komunitas, yang masih relatif jarang diteliti dalam konteks pilkada di Indonesia. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan desain studi kasus. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi lapangan, dan dokumentasi. Informan dipilih secara purposif dan fleksibel sesuai dengan kebutuhan penelitian. Lokasi penelitian adalah Kota Makassar sebagai salah satu daerah penyelenggara Pilkada serentak 2020. Hasil penelitian menunjukkan adanya pola komunikasi politik terpadu, di mana tim partai koalisi mengelola komunikasi formal melalui media massa dan kampanye digital, sementara relawan menjalankan komunikasi informal melalui blusukan dan jaringan komunitas. Koordinasi dilakukan secara berjenjang dari tingkat DPD hingga TPS dengan dukungan laporan lapangan dan analisis survei. Komunikasi formal berfungsi menjangkau khalayak luas, sedangkan komunikasi relawan memperkuat kedekatan emosional dan kepercayaan pemilih. Temuan ini memperkaya kajian komunikasi politik lokal serta menegaskan peran strategis relawan dalam kampanye politik di luar struktur formal partai.

### Kata kunci

*Kampanye Digital, Komunikasi Terpadu, Pilkada Makassar, Relawan Politik, Strategi Komunikasi Politik*

### ABSTRACT

This study examines political communication in the 2020 Makassar local election, which was characterized by the simultaneous involvement of coalition party campaign teams and volunteer networks supporting the Mohammad Ramdhan Pomanto–Fatmawati Rusdi ticket. The study focuses on analyzing how formal and informal communication patterns were integrated to secure public support at the local level. This research is significant because it highlights political communication strategies that combine digital media, mass media, and community-based communication an approach that remains relatively underexplored in the context of local elections in Indonesia. The study employs a qualitative descriptive approach with a case study design. Data were collected through in-depth interviews, field observations, and documentation. Informants were selected purposively and flexibly in accordance with the research needs. The research was conducted in Makassar City, one of the regions that held the simultaneous local elections in 2020. The findings reveal an integrated political communication pattern in which coalition party teams managed formal communication through mass media

and digital campaigns, while volunteers carried out informal communication through door-to-door outreach and community networks. Coordination was implemented hierarchically, from the regional party leadership level to polling stations, supported by field reports and survey analyses. Formal communication functioned to reach a broad audience, whereas volunteer-based communication strengthened emotional proximity and voter trust. These findings contribute to the study of local political communication and underscore the strategic role of volunteers in political campaigns beyond formal party structures.

**Keywords**

*Digital Campaign, Integrated Communication, Makassar Local Election, Political Communication Strategy, Political Volunteers*

**Pendahuluan**

Pemilihan kepala daerah (Pilkada) merupakan salah satu instrumen penting demokrasi di Indonesia pasca-Orde Baru. Pilkada berfungsi sebagai mekanisme rekrutmen politik yang memungkinkan rakyat menentukan langsung pemimpin daerahnya. Namun, pelaksanaannya tidak pernah lepas dari kompleksitas politik, mulai dari regulasi yang tumpang tindih, kapasitas penyelenggara yang dipertanyakan, hingga rivalitas antarpendukung dan konflik internal partai politik (Wardani, 2010). Kompleksitas ini menjadikan komunikasi politik sebagai aspek vital dalam mengelola opini publik, membangun legitimasi, serta meningkatkan peluang kemenangan kandidat.

Dalam konteks Pilkada Makassar, dinamika politik lokal menghadirkan fenomena yang menarik untuk diteliti. Pada 2013, pasangan Mohammad Ramdhan Pomanto-Syamsu Rizal (DIA) berhasil memenangkan kontestasi melalui strategi komunikasi berbasis kedekatan dengan masyarakat. Pada 2018, terjadi fenomena unik berupa kemenangan “kotak kosong”, yang menandai adanya resistensi publik terhadap kandidat yang bertarung. Selanjutnya, pada Pilkada 2020, pasangan Mohammad Ramdhan Pomanto-Fatmawati Rusdi (ADAMA) kembali memenangkan kontestasi dengan dukungan partai politik dan ratusan komunitas relawan. Dinamika tersebut menunjukkan bahwa kekuatan komunikasi politik, baik formal maupun informal, menjadi salah satu faktor penentu hasil pemilihan kepala daerah di Kota Makassar.

Komunikasi politik memiliki peran strategis dalam proses demokrasi karena memengaruhi sikap, persepsi, dan perilaku politik masyarakat. Lasswell (1948) merumuskan komunikasi politik melalui pertanyaan klasik “*Who says what in which channel to whom with what effect?*”. Dalam konteks kampanye politik, hal ini diwujudkan melalui perumusan pesan, pemilihan media, identifikasi target pemilih, serta evaluasi efek komunikasi. Menurut Cangara (2013), komunikasi politik tidak hanya menyampaikan pesan, tetapi juga membangun citra kandidat, menciptakan kedekatan emosional, dan memobilisasi dukungan. Oleh karena itu, pengelolaan komunikasi politik yang tepat dapat menjadi pembeda antara keberhasilan dan kegagalan kandidat dalam kontestasi elektoral.

Berbagai penelitian sebelumnya telah mengkaji strategi komunikasi politik dalam Pilkada. Pulungan (2010) menekankan peran komunikasi interpersonal kandidat dalam membangun kedekatan dengan pemilih, sementara Hanik (2021) menunjukkan pentingnya pemanfaatan media massa dan modal sosial dalam memperkuat basis dukungan. Rani (2018) menemukan bahwa efektivitas komunikasi politik sangat dipengaruhi oleh aksesibilitas kandidat terhadap publik, sedangkan Benigna (2019) menyoroiti peran lembaga riset politik dalam memetakan segmentasi pemilih. Namun, kajian yang menyoroiti sinergi antara tim sukses partai formal dengan relawan informal,

terutama dalam memanfaatkan ruang digital dan jaringan komunitas, masih sangat terbatas. Inilah yang menjadi relevansi utama penelitian ini.

Hasil Pilkada Makassar 2020 menunjukkan bagaimana strategi komunikasi politik berperan penting dalam kemenangan pasangan calon. Data rekapitulasi suara dari Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Makassar menegaskan keberhasilan pasangan ADAMA mengungguli kandidat lainnya, dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

**Tabel 1** Hasil Rekapitulasi Suara Pilkada Makassar 2020

<b>Pasangan Calon</b>	<b>Singkatan</b>	<b>Suara</b>	<b>%</b>
Moh. Ramdhan Pomanto – Fatmawati Rusdi	Adama	218.908	41,3
Munafri Arifuddin-Abdul Rahman Bando	Appi-Rahman	184.094	34,7
Syamsu Rizal MI-Fadli Ananda	Dilan	100.869	19
Irman Yasin Limpo-Andi Zunnun Nurdin Halid	Imun	25.817	4,9
<b>Total</b>			<b>537.585</b>
Suara sah			529.668
Suara tidak sah			7.897
Pemilih pengguna hak pilih			537.585
Pemilih golput			363.502
Pemilih terdaftar			901.087

*Sumber: KPU Kota Makassar 2020*

Kemenangan pasangan Danny–Fatma dengan selisih suara yang cukup signifikan menunjukkan adanya strategi komunikasi politik yang efektif dalam menjangkau berbagai segmen pemilih. Tidak hanya mengandalkan kekuatan partai koalisi, keberhasilan ini juga dipengaruhi oleh kerja relawan yang mampu melakukan pendekatan personal melalui jaringan komunitas. Dengan demikian, kemenangan ADAMA dapat dibaca bukan sekadar hasil mobilisasi elektoral, tetapi juga sebagai cerminan keberhasilan integrasi komunikasi formal dan informal dalam satu pola komunikasi terpadu.

Kemenangan pasangan Danny–Fatma jelas ditentukan oleh kemampuan mereka mengelola komunikasi politik selama masa kampanye. International Encyclopedia of Communication (1989) menegaskan bahwa komunikasi politik adalah penyampaian pesan yang disusun secara sengaja untuk memengaruhi penyebaran atau penggunaan kekuasaan, yang mencakup komunikasi elite, hegemonik, petitionary, dan associational. Sejalan dengan itu, Anwar Arifin (2006) menekankan bahwa keberhasilan komunikasi politik mencakup tiga tingkatan: pengetahuan, sikap, dan perilaku khalayak. Hal ini

memperlihatkan bahwa strategi komunikasi politik yang tepat dapat memperkuat citra kandidat sekaligus meningkatkan partisipasi politik masyarakat.

Berbagai penelitian terdahulu juga menunjukkan peran penting komunikasi politik dalam Pilkada. Pulungan (2010) menekankan pentingnya komunikasi interpersonal kandidat; Hanik (2021) menyoroti pemanfaatan media massa dan modal sosial; Rani (2018) menekankan aksesibilitas komunikasi kandidat terhadap publik. Berbagai penelitian terdahulu telah mengkaji strategi komunikasi politik dalam kontestasi Pilkada di Indonesia, sehingga memperlihatkan peran sentral komunikasi dalam menentukan kemenangan kandidat. Pulungan (2010) menemukan bahwa komunikasi interpersonal kandidat dalam Pilkada Tebing Tinggi tidak cukup efektif menjangkau seluruh pemilih karena terbatas pada lingkaran tertentu, sementara lawan politik lebih unggul dengan strategi bantuan langsung. Hasil ini menunjukkan bahwa komunikasi interpersonal perlu dipadukan dengan strategi lain yang lebih sistematis. Penelitian Hanik (2021) mengenai Pilkada Mojokerto 2020 menegaskan pentingnya penguatan tim kampanye hingga lini terdepan masyarakat serta pemanfaatan media massa, media sosial, dan modal sosial kandidat. Temuan ini menunjukkan bahwa keberhasilan komunikasi politik tidak hanya bergantung pada isi pesan, tetapi juga pada kapasitas organisasi kampanye dan dukungan jaringan politik yang kokoh.; sedangkan Benigna (2019) menunjukkan pentingnya riset politik dalam memetakan segmentasi pemilih. Namun, kajian yang menyoroti sinergi antara tim sukses partai formal dengan relawan informal, terutama dalam memanfaatkan ruang digital dan jaringan komunitas, masih terbatas.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis mekanisme dan pola komunikasi politik yang dilakukan oleh tim sukses partai koalisi dan relawan pasangan Mohammad Ramdhan Pomanto–Fatmawati Rusdi dalam Pilkada Makassar 2020. Secara khusus, penelitian ini mengidentifikasi bagaimana kedua elemen tersebut berkoordinasi, membagi peran komunikasi, serta memanfaatkan media massa, media digital, dan komunikasi tatap muka untuk memperoleh dukungan pemilih. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis bagi pengembangan kajian komunikasi politik lokal, sekaligus menawarkan rekomendasi praktis bagi pengelolaan strategi komunikasi politik di masa depan.

## Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini berfokus pada pemahaman makna, dinamika, dan mekanisme komunikasi politik yang dijalankan oleh aktor-aktor politik dalam konteks Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) Makassar 2020. Menurut Yin (2014), studi kasus tepat digunakan ketika peneliti ingin memahami fenomena kontemporer dalam konteks kehidupan nyata secara mendalam. Pilkada Makassar dipandang sebagai kasus unik karena melibatkan dua model komunikasi politik sekaligus, yaitu komunikasi formal yang dijalankan oleh partai pengusung dan komunikasi informal yang dikelola oleh relawan. Dengan demikian, penggunaan pendekatan kualitatif dan studi kasus dianggap paling sesuai untuk menghasilkan gambaran yang komprehensif mengenai pola komunikasi politik lokal.

Lokasi penelitian ini dilakukan di Kota Makassar, salah satu kota di Provinsi Sulawesi Selatan yang telah melaksanakan Pemilihan Kepala Daerah serentak tahun 2020. Secara geografis, Kota Makassar berbatasan langsung dengan Kabupaten Gowa dan Kabupaten Maros. Penelitian dilakukan pada Agustus 2024. Data dalam penelitian

ini bersumber dari informan yang dimaksudkan untuk memudahkan peneliti menggali data sesuai dengan tujuan yang diharapkan. Penentuan informan dalam penelitian ini dilakukan secara purposive, yaitu berdasarkan pertimbangan relevansi dengan kebutuhan data penelitian. Informan ditetapkan karena memiliki keterlibatan langsung dalam proses komunikasi politik pada Pilkada Makassar 2020. Namun, teknik snowball juga digunakan ketika dalam proses wawancara ditemukan aktor lain yang dianggap kredibel untuk melengkapi informasi. Informan terdiri atas pasangan calon, pengurus partai pengusung di tingkat kota, ketua tim koalisi partai, ketua tim relawan, akademisi dari Universitas Hasanuddin, serta tokoh masyarakat. Setiap kategori informan memberikan kontribusi data yang berbeda: pasangan calon menjelaskan strategi komunikasi yang dirancang, partai politik memberikan gambaran pola komunikasi formal, relawan menggambarkan komunikasi berbasis komunitas, sementara akademisi dan tokoh masyarakat memberi perspektif analitis dan evaluatif.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi lapangan, dan analisis dokumentasi. Wawancara yang digunakan bersifat semi-terstruktur agar memungkinkan fleksibilitas dalam menggali jawaban, namun tetap terarah pada fokus penelitian (Arikunto, 2018). Pedoman wawancara disiapkan dalam bentuk daftar pertanyaan kunci terkait strategi komunikasi politik, peran masing-masing aktor, serta efektivitas pola komunikasi. Wawancara dilakukan secara tatap muka di Kota Makassar, dengan durasi rata-rata 45–60 menit per informan. Observasi lapangan dilakukan pada kegiatan kampanye, terutama blusukan relawan dan acara resmi partai, untuk memperoleh data kontekstual mengenai interaksi komunikasi politik. Dokumentasi meliputi arsip media, laporan internal tim kampanye, serta publikasi resmi KPU dan Bawaslu.

Analisis data mengikuti prosedur Miles dan Huberman (1992) yang meliputi tiga tahapan utama. Pertama, reduksi data dilakukan dengan memilih, memfokuskan, dan menyederhanakan data hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi sesuai tema penelitian. Kedua, penyajian data dilakukan dalam bentuk narasi deskriptif yang menunjukkan mekanisme komunikasi politik antara tim partai dan relawan. Ketiga, penarikan kesimpulan dan verifikasi dilakukan secara berulang melalui triangulasi sumber dan teknik untuk memastikan keabsahan temuan. Triangulasi digunakan untuk membandingkan data hasil wawancara dengan hasil observasi dan dokumentasi, sehingga validitas dan reliabilitas penelitian lebih terjaga. Dengan rancangan metodologis ini, penelitian diharapkan mampu memberikan gambaran mendalam mengenai strategi komunikasi terpadu yang dijalankan pada Pilkada Makassar 2020, sekaligus memperlihatkan bagaimana peran partai dan relawan saling melengkapi dalam mengelola kampanye politik di tingkat lokal.

## Hasil dan Pembahasan

Penelitian ini menemukan bahwa pasangan Mohammad Ramdhan Pomanto-Fatmawati Rusdi (ADAMA) memanfaatkan pola komunikasi ganda yang memadukan kerja tim partai koalisi dengan relawan komunitas. Yang pertama tim partai berfungsi sebagai komunikator resmi yang menjaga konsistensi pesan politik. Ketua DPD Partai NasDem (Informan P1) menegaskan: *“Kami konsisten menekankan bahwa Danny-Fatma adalah pasangan dengan pengalaman dan visi jelas, bukan sekadar janji politik.”* Pernyataan ini sejalan dengan model komunikasi politik Lasswell (1948) yang menekankan pentingnya peran komunikator dalam menentukan arah pesan. Partai

mengelola narasi besar tentang visi pembangunan, tata kelola kota, dan kesinambungan program, yang ditransmisikan melalui media massa, baliho, dan kanal digital resmi. Temuan ini mendukung hasil Pulungan (2010) yang menunjukkan bahwa komunikasi formal kandidat memiliki pengaruh penting dalam membentuk persepsi politik publik, meskipun perlu dipadukan dengan strategi interpersonal untuk memperluas jangkauan.

Kemudian yang kedua relawan sebagai komunikator informal dengan mengadaptasi Pesan yang dibangun dalam kampanye ADAMA memperlihatkan diferensiasi yang jelas. Pesannya agar lebih dekat dengan keseharian masyarakat. Ketua Relawan AkuDP (Informan R1) menyatakan: *“Warga di lorong-lorong tidak peduli visi besar, mereka butuh bukti nyata. Kami sampaikan apa yang sudah dikerjakan Danny sebelumnya.”* Hal ini mencerminkan teori two-step flow (Katz & Lazarsfeld, 1955), serta penelitian Hanik (2021), yang menekankan bahwa relawan dan opinion leader berfungsi sebagai perantara pesan yang meningkatkan efektivitas komunikasi politik di tingkat lokal. di mana pesan formal diproses ulang oleh opinion leader (relawan) sebelum sampai ke pemilih. Kreativitas relawan dalam memanfaatkan grup WhatsApp, Facebook, dan kegiatan komunitas memperkuat penetrasi kampanye di tingkat akar rumput.

Perbedaan juga terlihat pada pemilihan saluran komunikasi. Tim partai memaksimalkan penggunaan media massa, baliho, dan kanal digital resmi, sementara relawan memanfaatkan saluran yang lebih informal seperti grup WhatsApp, kegiatan komunitas, dan blusukan. Strategi komunikasi ganda membawa risiko, seperti inkonsistensi pesan antara narasi resmi dan konten buatan relawan. Ketua tim koalisi (Informan P2) mengakui: *“Kadang relawan membuat konten sendiri di Facebook, tidak semuanya sesuai dengan narasi resmi.”* Meski memperkuat penetrasi, hal ini bisa menimbulkan bias informasi atau serangan balik dari lawan politik. Selain itu, ketergantungan pada patron-klien membuat model ini kurang dapat digeneralisasikan di daerah dengan budaya politik berbeda, Situasi ini menunjukkan potensi inkonsistensi pesan sebagaimana diingatkan oleh Lim, Ting, dan Ng (2018) dalam studi mereka tentang perilaku konsumen digital, bahwa pesan yang tidak terkendali dapat memunculkan bias persepsi. Dengan demikian, penguatan koordinasi dan evaluasi menjadi keharusan dalam pola komunikasi terpadu semacam ini. Namun, kreativitas relawan justru memperkuat penetrasi komunikasi di tingkat akar rumput. Hal ini mengindikasikan bahwa arus komunikasi kampanye tidak berlangsung linier, melainkan adaptif terhadap kebutuhan audiens.

Segmentasi audiens menjadi salah satu kunci keberhasilan strategi komunikasi ADAMA. Kehadiran Fatmawati Rusdi dinilai membawa basis baru, terutama pemilih perempuan dan keluarga muda. Seorang akademisi Universitas Hasanuddin menilai, *“Figur Fatma efektif menarik pemilih perempuan dan keluarga muda.”* Relawan perempuan kemudian memanfaatkan potensi ini dengan menggelar kegiatan sosial berbasis komunitas, yang menegaskan pentingnya penyesuaian pesan sesuai karakteristik khalayak sebagaimana ditegaskan oleh Cangara tentang komunikasi politik yang berorientasi audiens.

Temuan lain yang menonjol adalah pengaruh konteks sosial budaya Makassar yang masih kental dengan pola patron-klien. Komunikasi politik ADAMA tidak dapat dilepaskan dari budaya lokal Makassar yang kental dengan patron-klien. Dalam budaya politik lokal, relasi patron-klien masih sangat kuat: patron (pemimpin atau figur berpengaruh) menyediakan perlindungan, akses, dan sumber daya, sedangkan klien memberikan dukungan, loyalitas, dan legitimasi politik. Hal ini menjelaskan mengapa

komunikasi interpersonal melalui jaringan sosial lebih mudah diterima daripada pesan formal melalui media massa. Seorang tokoh masyarakat (Informan T1) menegaskan: “Kalau ada relawan yang kita kenal baik datang bicara soal Danny, lebih mudah diterima daripada iklan di televisi.” Kutipan ini menunjukkan bahwa kepercayaan dan kedekatan sosial menjadi medium utama dalam menginternalisasi pesan politik. Hasil ini sejalan dengan studi Benigna (2019) dalam Pilgub Jawa Timur, yang menunjukkan bahwa komunikasi interpersonal yang berbasis pada jejaring sosial lebih efektif membangun legitimasi politik dibandingkan kampanye massal.

Temuan ini menegaskan bahwa pola patron-klien menjadi mediator penting dalam efektivitas komunikasi relawan di tingkat akar rumput. Dalam perspektif teori komunikasi, konteks ini memperluas model *two-step flow* Katz dan Lazarsfeld. Jika dalam model klasik opinion leader berfungsi sebagai filter pesan, maka dalam budaya patron-klien opinion leader justru menjadi representasi simbolik dari patron yang diasosiasikan dengan kredibilitas, status sosial, dan kewajiban moral. Ini menjelaskan mengapa relawan yang berasal dari komunitas lokal mampu memperkuat resonansi pesan kampanye: bukan hanya karena kedekatan komunikasi, tetapi juga karena keberadaan mereka diakui dalam struktur sosial tradisional. Dengan kata lain, pola komunikasi politik ADAMA bekerja karena ia “berakar” pada mekanisme sosial yang sudah mapan dalam budaya Makassar.

Penelitian sebelumnya juga menyoroti pentingnya budaya patron-klien dalam politik lokal Indonesia. Aspinall dan Sukmajati (2016) menunjukkan bahwa praktik patronase masih menjadi strategi dominan dalam memenangkan suara pada Pilkada, di mana kandidat membangun jejaring melalui tokoh komunitas. Hasil penelitian Suryadinata (2019) bahkan menggarisbawahi bahwa dalam masyarakat dengan kultur patron-klien yang kuat, legitimasi politik lebih sering diperoleh melalui relasi personal daripada program kebijakan. Dengan demikian, relawan ADAMA berfungsi bukan hanya sebagai “penyampai pesan”, tetapi juga sebagai perpanjangan tangan patron yang meneguhkan ikatan emosional dengan pemilih.

Temuan ini memperkaya studi komunikasi politik lokal, menambahkan dimensi budaya dalam model *two-step flow*. Relawan dalam hal ini tidak hanya berfungsi sebagai penyampai pesan, tetapi juga sebagai representasi legitimasi sosial yang memperkuat penerimaan pesan politik. Dari sinergi tersebut terlihat bahwa kemenangan ADAMA tidak hanya ditentukan oleh peran tim partai atau relawan secara terpisah, tetapi dari integrasi keduanya. Tim partai membangun citra makro melalui komunikasi formal, sementara relawan memastikan pesan tersebut terinternalisasi dalam keseharian pemilih. Pola ini menunjukkan karakter komunikasi terpadu, meskipun lebih kompleks dari model klasik, karena dipengaruhi oleh variabel kepercayaan, jaringan sosial, dan budaya lokal. Secara teoritis, hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa komunikasi interpersonal bukan sekadar pelengkap komunikasi formal, melainkan kunci dalam konteks sosial patron-klien. Model *two-step flow* memang masih relevan, tetapi harus diperkaya dengan analisis jaringan sosial lokal yang menjelaskan mengapa relawan mampu menjadi jembatan efektif antara pesan partai dan pemilih.

**Tabel 2.** Pola Komunikasi Terpadu ADAMA Pilkada Makassar 2020

<b>Aktor</b>	<b>Peran</b>	<b>Media/Saluran</b>	<b>Audiens utama</b>	<b>Teori</b>
<b>Tim Partai</b>	Komunikator formal	Media massa, baliho, kanal digital	Publik luas, pemilih rasional	Lasswell's Model
<b>Relawan</b>	Komunikator informal	WhatsApp, Facebook, blusukan	Komunitas lokal, pemilih emosional	Two-step Flow, Patron-Client
<b>Pemilih</b>	Penerima pesan	Formal+informal	Generasi muda, perempuan, komunitas akar rumput	Cangara (komunikasi audiens)

Sumber : Data diolah (2025)

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pola komunikasi politik dalam Pilkada Makassar 2020 memperlihatkan integrasi yang khas antara komunikasi formal dan informal. Narasi besar partai menjadi landasan, tetapi relawan lah yang memastikan pesan tersebut sampai, diterima, dan diyakini oleh pemilih. Keberhasilan strategi ini bukan hanya hasil desain teknis, tetapi juga produk dari adaptasi terhadap konteks sosial budaya Makassar yang berbasis patron-klien. Temuan ini memberi kontribusi baru dalam kajian komunikasi politik lokal, terutama dalam menjelaskan bagaimana kolaborasi partai-relawan dapat menciptakan resonansi politik yang kuat di masyarakat.

## **Kesimpulan**

Penelitian ini menegaskan bahwa kemenangan pasangan Mohammad Ramdhan Pomanto-Fatmawati Rusdi dalam Pilkada Makassar 2020 tidak dapat dilepaskan dari strategi komunikasi politik terpadu yang dijalankan secara simultan oleh tim partai formal dan relawan informal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi formal melalui media massa dan saluran digital berfungsi untuk menjangkau khalayak luas, sementara komunikasi personal berbasis komunitas yang dijalankan relawan berperan penting dalam memperkuat resonansi emosional dan mobilisasi dukungan. Temuan ini sejalan dengan konsep *two-step flow* dan model Lasswell mengenai efektivitas saluran komunikasi, tetapi juga memperlihatkan bahwa teori klasik tersebut perlu diperluas dengan mempertimbangkan konteks sosial budaya lokal, khususnya pola patron-klien yang kuat di Makassar.

Kontribusi utama penelitian ini terhadap kajian komunikasi politik terletak pada penekanan pentingnya sinergi antara komunikasi politik formal dan informal, serta peran relawan sebagai aktor kunci dalam membangun legitimasi sosial kandidat. Hal ini memperkaya literatur kampanye politik lokal yang sebelumnya lebih banyak menekankan pada peran partai politik, media massa, atau strategi kandidat individual. Dengan mengangkat kasus Pilkada Makassar, penelitian ini menunjukkan bahwa keberhasilan kampanye tidak hanya ditentukan oleh pesan dan media, tetapi juga oleh

kemampuan mengelola jaringan sosial yang berlapis antara partai, komunitas, dan relawan.

Meski demikian, penelitian ini memiliki keterbatasan. Pertama, fokus penelitian hanya pada satu kasus Pilkada sehingga generalisasi ke konteks lain perlu dilakukan dengan hati-hati. Kedua, teknik pengumpulan data lebih dominan pada wawancara, sementara observasi partisipan dan analisis konten media kampanye belum dieksplorasi secara mendalam. Hal ini membuka peluang bagi penelitian selanjutnya untuk menggunakan pendekatan komparatif antarkasus, atau menggabungkan analisis kualitatif dan kuantitatif agar menghasilkan pemahaman yang lebih menyeluruh mengenai strategi komunikasi politik.

Dengan demikian, penelitian ini diharapkan tidak hanya berkontribusi pada pengayaan literatur komunikasi politik lokal, tetapi juga memberi arah bagi pengembangan teori komunikasi politik yang lebih peka terhadap konteks sosial budaya. Selain itu, hasil penelitian dapat menjadi pijakan praktis bagi kandidat, partai, maupun relawan dalam merancang strategi komunikasi politik yang efektif pada kontestasi elektoral di Indonesia.

## Referensi

- Andrianus Pito, (2006). *"Mengenal Teori-Teori Politik"*. Bandung: Penerbit Nuansa.
- Anwar Arifin. (2006). *Komunikasi politik: Paradigma, teori, aplikasi, strategi komunikasi politik Indonesia*. Rajawali Pers.
- Arikunto, S. (2018). *Prosedur penelitian: Suatu pendekatan praktik*. Rineka Cipta.
- Aspinall, E., & Sukmajati, M. (2016). *Electoral dynamics in Indonesia: Money politics, patronage and clientelism at the grassroots*. NUS Press.
- Benigna, A. (2019). Strategi komunikasi politik dalam Pilgub Jawa Timur 2018: Peran lembaga riset politik dalam kemenangan kandidat. *Jurnal Komunikasi Politik*, 5(2), 145–160.
- Cangara, H. (2013). *Komunikasi politik: Konsep, teori, dan strategi*. Rajawali Pers.
- Hanik, U. (2021). Strategi komunikasi politik dalam Pilkada Mojokerto 2020: Peran tim kampanye dan media sosial. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 19(1), 65–82. <https://doi.org/10.20473/jik.v19i1>
- International Encyclopedia of Communication. (1989). *Political communication*. Oxford University Press.
- Lim, W. M., Ting, D. H., & Ng, W. K. (2018). Impulse buying: A consumer trait perspective. *Journal of Consumer Marketing*, 35(2), 1–12.
- Lasswell, H. D. (1948). The structure and function of communication in society. In L. Bryson (Ed.), *The communication of ideas* (pp. 37–51). Harper & Row.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1992). *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook* (2nd ed.). Sage Publications.
- Pulungan, S. (2010). Komunikasi interpersonal kandidat dalam Pilkada Tebing Tinggi: Analisis efektivitas strategi kedekatan dengan pemilih. *Jurnal Komunikasi Politik Lokal*, 3(1), 33–49.
- Rani, D. (2018). Dinamika komunikasi politik dalam Pilkada: Aksesibilitas komunikasi kandidat terhadap publik. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 22(2), 97–115. q q2
- Suryadinata, L. (2019). Local politics and patron–client relations in Indonesia. *Journal of Southeast Asian Studies*, 50(2), 234–252.
- Wardani, I. (2010). Kompleksitas politik lokal dalam pelaksanaan Pilkada: Regulasi, kapasitas penyelenggara, dan konflik antarpemilih. *Jurnal Politik Indonesia*, 5(1), 45–62.
- Yin, R. K. (2014). *Case study research: Design and methods* (5th ed.). Sage Publications.