

# Strategi Komunikasi Persuasif Pada Pilkada Serentak di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Pilkada Kabupaten Lombok Utara 2020)

Ishanan<sup>a,1</sup>, Nurliya Ni'matul Rohmah<sup>b,2</sup>, Palahuddin<sup>c3</sup>

<sup>ab</sup> Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Mataram, 83115, Indonesia, <sup>c</sup> Ilmu Administrasi Negara, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Muhammadiyah Mataram, 83115  
[ishananans@gmail.com](mailto:ishananans@gmail.com), [nr.nurliya@gmail.com](mailto:nr.nurliya@gmail.com), [falahuddinain@gmail.com](mailto:falahuddinain@gmail.com)

---

## INFO ARTIKEL

*Riwayat Artikel:*  
Diterima: Desember 2021  
Direvisi : Januari 2022  
Disetujui: Februari 2022

---

*Kata Kunci:*  
Komunikasi Persuasif  
Pilkada  
Covid-19  
Strategi

## ABSTRAKSI

### Abstrak:

Pada tahun 2020, ada 7 kabupaten/kota di Nusa Tenggara Barat (NTB) yang menyelenggarakan pilkada serentak, salah satunya Lombok Utara. KPU Lombok Utara sebagai lembaga yang diserahi amanah untuk menyelenggarakan pilkada serentak 2020 patut diapresiasi, karena mampu melewati tahap demi tahap meski dalam situasi pandemi COVID-19. Padahal, dalam praktiknya, persentase pemilih berada di angka 88,20%. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi persuasif KPU Lombok Utara. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Hasil dari penelitian ini adalah, KPU Lombok Utara menggunakan strategi komunikasi persuasif yang meliputi psikodinamika, sosiokultural, dan konstruksi makna.

### Abstract:

*In 2020, there are 7 districts/cities in West Nusa Tenggara (NTB) that will hold simultaneous regional elections, one of which is North Lombok. The North Lombok KPU as an institution entrusted with the mandate to hold simultaneous regional elections in 2020 should be given appreciation, because it was able to pass step by step even in the COVID-19 pandemic situation. In fact, in practice, the percentage of voters is at 88.20%. The purpose of this study was to determine the persuasive communication of North Lombok KPU. The research method used is descriptive qualitative. The results of this research are, North Lombok KPU uses persuasive communication including psychodynamic, sociocultural, and the meaning construction strategies*

*Keywords:*  
Persuasive Communication  
Strategy  
Local Election

## I. Pendahuluan

Berakhirnya rezim Orde Baru menjadi langkah awal terciptanya desentralisasi yang ditandai dengan pendelegasian kewenangan dari pusat ke daerah dalam berbagai aspek, salah satunya pemilihan kepala daerah (Pilkada) (Syaoki, 2020).

Pilkada adalah pemilihan umum untuk memilih Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah secara langsung oleh penduduk daerah setempat yang memenuhi syarat (Arbas, 2012). Melalui Pilkada itu penduduk di suatu daerah dapat dengan bebas merdeka mendukung seseorang untuk menjadi Kepala Daerah, sesuai dengan aspirasinya yang beragam, dan mestinya dengan rasionalitasnya masing-masing (Sarman, 2015).

Pilkada Serentak merupakan arena baru bagi rakyat Indonesia, mengingat pelaksanaannya pertama kali dilakukan tahun 2015 (Akbar, 2016). Sesuai amanat Undang-Undang No 8 Tahun 2015 tentang Pemilihan Gubernur, Bupati, dan Wali Kota. Dalam Undang-Undang tersebut

dijelaskan bahwa pemilihan gubernur, bupati, dan wali kota dilaksanakan secara serentak dan bertujuan untuk menghemat anggaran Negara (Kumolo, 2015)

Salah satu institusi yang punya andil besar dalam mensukseskan pilkada adalah Komisi Pemilihan Umum (KPU). Sebagai sebuah lembaga yang disertai mandat untuk menyelenggarakan pilkada, KPU tentu punya tanggung jawab yang besar. Diantara indikator yang mampu menjadi ukuran bahwa KPU sukses dalam penyelenggaraan pilkada adalah tingkat partisipasi pemilih.

Khusus untuk Provinsi Nusa Tenggara Barat (NTB) ada 7 (tujuh) Kab/Kota yang melaksanakan Pilkada Serentak tahun 2020, yakni Kota Mataram, Lombok Utara, Lombok Tengah, Sumbawa Barat, Sumbawa, Dompu, dan Kabupaten Bima. Dari 7 (tujuh) Kab/Kota tersebut penulis melihat Pilkada di Kabupaten Lombok Utara sebagai salah satu yang menarik, khususnya terkait dengan partisipasi pemilihnya. Dalam pelaksanaannya, tingkat partisipasi pemilih di Lombok Utara adalah 88,20%, tertinggi kedua setelah Dompu, 93,53% (Sumber: laman FB Resmi KPU Provinsi NTB). Tentu fakta ini adalah sesuatu yang menarik, mengingat status KLU sebagai kabupaten termuda dan menjadi satu-satunya kabupaten tertinggal di NTB berdasarkan Perpres No. 63 tahun 2020 tentang penetapan Daerah Tertinggal 2020-2024, disamping waktu pelaksanaan pilkada yang berbarengan dengan pandemic Covid-19.

Ada beberapa alasan yang melatar belakangi penelitian ini, di antaranya adalah sebagai berikut:

Pertama, Pilkada Serentak tahun 2020 secara umum, menyuguhkan fakta-fakta menarik. Mulai dari waktu penyelenggaraan yang terkesan dipaksakan dalam kondisi pandemi covid-19. Terbatasnya akses dengan masyarakat mengharuskan KPU untuk melakukan langkah inovatif dalam memberikan pemahaman terkait pilkada. Sedangkan di lapangan, tidak semua daerah bisa dijangkau baik secara fisik ataupun dengan alat telekomunikasi dan informasi.

Kedua, Selain berupaya untuk meningkatkan partisipasi pemilih, KPU juga harus mampu meyakinkan masyarakat untuk mematuhi protocol covid-19. Dua hal ini yang harus dilakukan bersamaan. Adanya kemungkinan disibukkannya masyarakat oleh persoalan pandemic covid-19 yang lintas sektor, dikhawatirkan berimbas pada menurunnya atensi dan partisipasi masyarakat dalam menyalurkan hak pilihnya.

Ketiga, KPU sebagai institusi yang disertai mandat sebagai penyelenggara Pilkada, harus meyakinkan masyarakat, bahwa pelaksanaan Pilkada ini tidak akan menjadi claster penyebaran virus, apalagi Pilkada pada tahun 2020 banyak mendapat penolakan. Bahkan penolakan itu datang dari dua Ormas Besar Islam yakni Muhammadiyah dan Nahdlatul Ulama, sehingga untuk meyakinkan berbagai pihak, KPU perlu melakukan langkah-langkah preventif, dengan memastikan bahwa, tahapan pilkada, logistic pilkada dan badan adhoc bebas dari ancaman covid-19.

Hal inilah yang menjadi daya tarik bagi peneliti untuk mengkaji bagaimana Strategi Komunikasi Persuasif KPU Lombok Utara dalam Mensukseskan Pilkada di masa Pandemi Covid-19.

## II. Metode Penelitian

Penelitian ini didesain sebagai penelitian kualitatif (Jauhari, 2012). Fokus penelitian ini adalah pada penggunaan komunikasi persuasif oleh KPU Lombok Utara pada Pilkada 2020 dalam suasana pandemi covid-19.

Analisis data yang digunakan adalah analisis domain, dimana penelitian ini ditargetkan untuk memperoleh gambaran seutuhnya tentang objek yang diteliti, tanpa harus diperinci unsur-unsur yang ada dalam penelitian tersebut. Proses yang dilakukan adalah mencari data sebanyak mungkin dari pengumpulan informasi, dan memsukkannya ke dalam catatan-catatan, yang kemudian peneliti masukkan ke dalam bentuk data. Langkah selanjutnya yakni melakukan kajian mendalam terhadap data-data yang telah dipilih untuk diolah dan disajikan dalam penelitian ini

Dalam penelitian ini ada dua jenis data yang akan menjadi sumber data:

Data primer adalah data yang dihasilkan dari sumber terdekat dengan orang, informasi, periode, atau ide yang dipelajari. Yang dimaksud dengan data primer adalah data berupa buku, tulisan, hasil wawancara, ataupun dokumen yang berkaitan langsung dengan topik pembahasan. Dalam penelitian ini yang menjadi data primer adalah KPU Lombok Utara, dan berkaitan langsung dengan konteks penelitian, misalnya berkaitan dengan bentuk komunikasi persuasifnya, pendekatannya kepada masyarakat, penggunaannya di tengah masyarakat dan lainnya.

Data sekunder adalah sumber data pelengkap dan bersifat menguatkan data primer. Sumbernya bisa berasal dari literature, dokumen, serta data yang diambil dari suatu organisasi tertentu. Dalam konteks penelitian ini, di antara yang menjadi data sekunder adalah data yang bersumber dari Media Massa, Media Sosial, Tokoh masyarakat, yang berguna untuk menambah informasi seputar komunikasi Persuasif KPU KLU. Hal ini misalnya bisa berbentuk, berita, buku, jurnal dan lain sebagainya.

Lokasi penelitian di Lombok Utara, khususnya KPU Lombok Utara yang berkantor di Jl. Raya Gangga-Seelos, Km 1 Sembar, Genggong, Gangga, Lombok Utara.

Untuk mendapatkan data yang akurat, peneliti langsung terjun ke lapangan dan memposisikan diri sebagai instrumen penelitian, sebagaimana yang menjadi ciri penelitian kualitatif. Umumnya, penelitian kualitatif menekankan observasi partisipatif, wawancara, dan dokumentasi sebagai teknik dalam mengumpulkan data. Cara-cara yang ditempuh peneliti untuk memperoleh data atau informasi adalah sebagai berikut:

Wawancara adalah salah satu cara untuk mengumpulkan data atau informasi yang utama dalam kajian pengamatan (Mustari, 2012). Ia dilakukan dengan tanya jawab lisan dan jawaban disimpan secara tertulis, melalui rekaman kaset, video, atau media elektronik lainnya. Peneliti sendiri menggunakan wawancara semi terstruktur. Artinya, pertanyaan-pertanyaan yang akan dipertanyakan oleh peneliti, tidak terlalu kaku dan menyesuaikan dengan suasana. Tujuannya adalah untuk menjadikan wawancara lebih cair tetapi tetap mengacu kepada jawaban informan terkait rumusan masalah.

Seperti yang diungkapkan oleh Suharsini Arikunto, bahwa metode dokumentasi adalah metode mencari data mengenai hal-hal yang variabelnya berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen, rapat, dan lain sebagainya. Dalam penelitian ini, dokumentasi dilakukan untuk melacak apakah ada catatan-catatan langsung yang berkaitan dengan komunikasi persuasif KPU Lombok Utara. Misalnya, berkaitan dengan bentuk komunikasi yang disampaikan, baik berkaitan dengan tulisan-tulisan, berita, ataupun terkait persoalan komunikasi lainnya.

Observasi adalah usaha pengumpulan data yang berhubungan dengan penelitian dengan cara mengamati objek penelitian secara langsung. Observasi bermaksud mengumpulkan fakta, yaitu mengumpulkan pernyataan-pernyataan yang merupakan deskripsi, penggambaran dari kenyataan yang menjadi perhatiannya.

Observasi juga bisa dimaknai sebagai upaya pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala-gejala yang diteliti. Tujuan pengamatan terhadap obyek penelitian adalah untuk memperoleh keterangan data yang lebih akurat terkait apayang diteliti. Selain itu observasi juga dilakukan guna mendapatkan relevansi antara jawaban informan dengan kenyataan yang terjadi di lapangan.

### III. Penyajian dan Analisis Data

Pemilihan Bupati dan Wakil Bupati (pilbub) Lombok Utara tahun 2020 telah usai, dengan keluarnya Pasangan H. Djohan Samsu-Dany Charter sebagai Pemegang pilkada, mengungguli pasangan H. Najmul Akhyar-Suardi yang notabene adalah incumbent, dengan persentasi kemenangan 56, 13% berbanding 43,87%. Selain itu, ada catatan menarik, di mana tingkat partisipasi pemilih berada pada kisaran 88, 20 %, menempatkan Lombok Utara sebagai Kabupaten

dengan tingkat partisipasi kedua tertinggi setelah Bima, dari 7 Kab/Kota yang melaksanakan pilkada serentak tahun 2020 di Nusa Tenggara Barat (NTB). Ini merupakan sebuah angka partisipasi yang cukup tinggi, mengingat pelaksanaan pilkada tahun 2020 berbarengan dengan situasi pandemic covid-19. Bahkan jika merujuk pada persentase pemilihan Bupati dan Wakil Bupati Lombok Utara tahun 2015 yang dilaksanakan dalam kondisi normal, angkanya berkisar pada 82, 81% (Sumber: Arsip KPU KLU).

Jika ditelaah, tentu ada banyak faktor yang menjadi penyebab dari keberhasilan Kabupaten Lombok Utara dalam meningkatkan partisipasi pemilih pada pilkada serentak tahun 2020. Salah satunya adalah, kemampuan dan keberhasilan dari penyelenggara pemilu, yakni Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Lombok Utara (KPU KLU) dalam melakukan sosialisasi kepada masyarakat, sehingga masyarakat punya kesadaran tinggi untuk ikut serta mensukseskan pilkada serentak, walaupun pelaksanaannya dalam situasi pandemi. Penilaian ini tentu tidak berlebihan, mengingat terbatasnya ruang gerak berbagai pihak (terutama aktor politik) karena pandemic covid-19, memaksa KPU Lombok Utara untuk melakukan berbagai terobosan inovatif supaya navigasi pilkada serentak bisa dipahami oleh masyarakat secara utuh, sehingga target partisipasi pemilih bisa tercapai. Selain itu, KPU KLU juga dituntut untuk mampu mensosialisasikan penerapan prokes covid-19, supaya pelaksanaan pilkada serentak, khususnya di KLU tidak menjadi claster covid-19.

Dalam konteks penelitian, ada banyak hal yang bisa dicermati dari keberhasilan KPU KLU dalam meningkatkan partisipasi pemilih di masa pandemic covid-19 ini, salah satunya adalah dari konteks komunikasi persuasif yang dilakukan. Persuasi berarti membujuk, mengajak atau merayu (Soemirat & Suryana, 2016). Dalam hal ini, merujuk kepada bagaimana KPU KLU melakukan persuasi kepada masyarakat untuk ikut mensukseskan Pilbud KLU serta meningkatkan partisipasi pemilih.

Komunikasi dianggap berhasil manakala pesan yang disampaikan dimaknai sama oleh komunikator dan komunikan sesuai dengan kerangka acuan yang ada (Ilaihi, 2010). Kegiatan komunikasi pada prinsipnya merupakan proses pertukaran ide atau gagasan secara sederhana sebagai upaya pemenuhan kebutuhan hidup (Nasrullah, 2014).

Kata komunikasi atau communication dalam bahasa Inggrisnya, berasal dari bahasa Latin communis yang memiliki arti sama. Selanjutnya ada juga kata communico, communication, atau communicare yang memiliki arti “membuat sama”, atau to make common. Dari beberapa istilah yang ada, kata communis yang paling sering digunakan sebagai akar kata-kata Latin yang mirip dengan kata awal lahirnya istilah komunikasi (Mulyana, 2014).

Secara sederhananya, komunikasi dapat didefinisikan sebagai proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan melalui media tertentu dan dengan efek tertentu pula (Ilaihi, 2010). Dalam proses pelaksanaannya, komunikasi bisa dilakukan secara langsung (primer) ataupun tidak langsung (sekunder). Komunikasi dianggap berhasil manakala pesan yang disampaikan dimaknai sama oleh komunikator dan komunikan sesuai dengan kerangka acuan yang ada.

Kegiatan komunikasi pada prinsipnya merupakan proses pertukaran ide atau gagasan secara sederhana. Sehingga, komunikasi bisa dipahami sebagai kegiatan penyampaian pesan dari satu ke pihak lain dengan tujuan mencapai kesepakatan bersama dalam memaknai pesan-pesan yang dipertukarkan. Komunikasi merupakan bagian integral kehidupan manusia, apapun statusnya di masyarakat. Sebagai makhluk sosial, kegiatan sehari-hari selalu berhubungan dengan orang lain dalam upaya pemenuhan kebutuhan hidup (Nasrullah, 2014).

Komunikasi adalah hubungan kontak antar dan antara manusia baik individu maupun kelompok (Widjadja, 2010). Istilah persuasi (persuasion) bersumber dari perkataan latin, persuasio, yang kata kerjanya adalah persuader, yang berarti membujuk, mengajak atau merayu (Soemirat & Suryana, 2016). Persuasi merupakan komunikasi dimana pesan-pesan yang dikirim diharapkan mampu mengubah sikap, kepercayaan, dan perilaku pihak penerima. Simons dalam (Ma'arif, 2010) mendefinisikan bahwa persuasi merupakan bentuk komunikasi manusia yang dirancang untuk mempengaruhi orang lain dengan merubah kepercayaan, nilai, dan sikap mereka.

Dalam komunikasi persuasif, ada banyak hal yang menjadi kriteria yang mengantarkan bahwa suatu komunikasi telah memenuhi persyaratan persuasif sehingga pesan dapat sampai secara optimal dan mampu merubah sikap dan perilaku. Di antaranya adalah pendekatan yang digunakan dalam persuasif itu sendiri (Ilaihi, 2010). Dalam rangka meningkatkan partisipasi pemilih pada situasi pandemi covid-19, ada tiga strategi yang digunakan oleh KPU Lombok Utara kaitannya dengan komunikasi persuasif, yakni:

### **Strategi Persuasi Psikodinamika**

Strategi komunikasi persuasif yang digunakan oleh KPU Lombok Utara adalah menggunakan pendekatan emosional. Dalam hal ini, KPU Lombok Utara sebagai persuader mengutarakan pesan persuasif tidak hanya secara rasional, akan tetapi mampu menyentuh aspek emosional dari masyarakat. Dalam banyak kesempatan, KPU Lombok Utara mengilustrasikan Pilkada KLU 2020 sebagai sebuah perayaan pesta besar masyarakat Lombok Utara. Maka, supaya pesta ini bisa dinikmati, masyarakat harus ikut serta ambil bagian di dalamnya.

Dalam hal ini, ada beberapa cara yang ditempuh oleh KPU Lombok Utara, misalnya melalui lomba tentang Pilkada KLU 2020, seputar Jingle pilkada, maskot pilkada, dan kegiatan anjongsana ke daerah-daerah pelosok untuk melakukan sosialisasi. Dengan masyarakat akar rumput yang notabene mengalami kendala mengakses informasi pilkada secara langsung. Sehingga, KPU Lombok Utara melakukan untuk jemput bola dalam memberikan pemahaman kepada masyarakat akan arti pentingnya Pilkada KLU 2020. Setelah itu, Tak jarang, dalam kegiatan sosialisasi yang dimaksud, KPU Lombok Utara memberikan hadiah souvenir, seperti gelas, payung, baju, dan barang lain yang mengandung nuansa Pilkada KLU 2020 bagi masyarakat yang bisa menjawab pertanyaan tim sosialisasi KPU.

### **Strategi Persuasi Sosiokultural**

Esensi dari strategi sosiokultural adalah, menjelaskan bahwa perilaku manusia dipengaruhi oleh kekuatan dari luar individu, terutama faktor lingkungannya. Kaitannya dalam konteks ini, untuk dapat mensukseskan pelaksanaan dan meningkatnya partisipasi pemilih dalam Pilkada KLU 2020, KPU KLU menggandeng tokoh agama, tokoh adat, tokoh masyarakat, tokoh pemuda, tokoh perempuan dan tokoh politik, dalam rangka menggugah kognisi, konasi, dan afeksi masyarakat.

Salah satu bentuk dari penerapan strategi persuasif sosiokultural adalah kegiatan “Coklit Serentak” yang dilakukan oleh KPU Lombok Utara, PPK, PPS dan PPDP yang tujuannya untuk menyiapkan data wajib pilih. Kegiatan ini dikemas dengan mencoklit 5 (lima) tokoh dalam 1 (satu) kecamatan di 5 (lima) kecamatan yang ada di Lombok Utara. Tokoh-tokoh yang dicoklit adalah orang-orang yang mempunyai basis massa di tengah masyarakat. Sehingga dengan pengaruhnya itu, diharapkan masyarakat juga ikut tergugah untuk mensukseskan Pilkada KLU 2020.

### **Strategi *The Meaning Construction***

Strategi ketiga yang digunakan oleh KPU KLU adalah dengan memberikan Pengetahuan Tentang Pilkada serentak tahun 2020 kepada masyarakat. Asumsi utama strategi ini bahwa pengetahuan dapat mengubah perilaku. Berawal dari konsep bahwa hubungan antara pengetahuan dan perilaku dapat dicapai sejauh apa yang diingat. Pengetahuan merupakan “pengertian” bagi objek realitas dunia yang telah membentuk individu melalui proses sosialisasi. Orang belajar untuk menerima pengertian melalui simbol-simbol, untuk berbagai kejadian di alam dan hubungan sosial. Strategi ini oleh KPU Lombok Utara diwujudkan dalam beberapa program, yakni:

### **Sekaha Menyapa**

Adalah program sosialisasi KPU KLU dalam rangka memberikan pemahaman kepada masyarakat. Dalam program ini, biasanya hadir Sekaha atau Maskot Pilkada KLU 2020 dalam ikon Rudat. Program ini banyak mendapat apresiasi dari masyarakat, mengingat sifatnya yang mampu menjangkau masyarakat bawah dalam rangka memberi edukasi tentang Pilkada 2020 di masa

pandemi. Kegiatan ini biasanya dikemas dengan edukasi sepuar Pilkada disertai pembagian masker bagi masyarakat.

Sosialisasi dengan berbagai elemen masyarakat. Di antara sosialisasi yang pernah dilakukan adalah: Sosialisasi dengan Kepala Desa se-Lombok Utara, Sosialisasi dengan LSM, Sosialisasi dengan Organisasi Kepemudaan, Organisasi dengan Ormas, Sosialisasi dengan Masyarakat akar rumput, Mengkampanyekan proses melalui laman media massa, media sosial maupun badan adhock

#### IV. Kesimpulan

Dari penjelasan tentang Komunikasi persuasive KPU Lombok Utara dalam meningkatkan Partisipasi Pemilih di masa pandemic Covid-19, dapat disimpulkan bahwa:

Dalam pelaksanaan Pilkada KLU 2020 di Masa Pandemi Covid-19, KPU Lombok Utara menggunakan pendekatan-pendekatan atau strategi berbasis psikodinamika, sosiocultural dan Konstruksi Pengetahuan. Pendekatan-pendekatan di atas diwujudkan dalam bentuk program sosialisai yang berorientasi pada upaya membangun kedekatan emosional kedekatan budaya, dan pendidikan politik seputar pilkada KLU tahun 2020.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, I. (2016). Pilkada Serentak Dan Geliat Dinamika Politik Dan Pemerintahan Lokal Indonesia. *Jurnal Ilmu Pemerintahan*, 2 No.
- Arbas, C. (2012). *Jalan Terjal Calon Independen pada Pemilukada di Provinsi Aceh*. Sofmedia.
- Ilaihi, W. (2010). *Komunikasi Dakwah*. PT Remaja Rosdakarya.
- Jauhari, H. (2012). *Panduan Penulisan Skripsi Teori dan Aflikasi (Cet Ke-2)*. CV Pustaka Setia.
- Kumolo, T. (2015). *Politik Hukum Pilkada Serentak*. Mizan Republika.
- Ma'arif, B. S. (2010). *Komunikasi Dakwah: Paradigma Untuk Aksi*. Simbiosis Rekatama.
- Mulyana, D. (2014). *Ilmu Komunikasi; Suatu Pengantar (Cet ke-18)*. PT Remaja Rosdakarya.
- Mustari, M. (2012). *Pengantar Metode Penelitian*. laksBang PRESSindo.
- Nasrullah, R. (2014). *Komunikasi Antar Budaya: Di Era Budaya Siber*. Kencana Prenadamedia Group.
- Sarman, M. (2015). *Pilkada Serentak: Quo Vadis Kedaulatan Rakyat*. Program Magister Sains Administrasi Pembangunan Universitas Lambung Mangkurat, Banjarmasin.
- Soemirat & Suryana, S. & A. (2016). *Komunikasi Persuasif*. Universitas Terbuka.
- Syaoki, M. and M. F. (2020). Pertarungan Simbol Komunikasi Politik Dalam Pilkada Kabupaten Lombok Utara. *Jurnal Tasammuh*, 18 (2), 281–294.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.20414/tasamuh.v18i2.2785>
- Widjadja, H. A. W. (2010). *Komunikasi: Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*. PT Bumi Aksara.
- Akbar, I. (2016). Pilkada Serentak Dan Geliat Dinamika Politik Dan Pemerintahan Lokal Indonesia. *Jurnal Ilmu Pemerintahan*, 2 No.
- Arbas, C. (2012). *Jalan Terjal Calon Independen pada Pemilukada di Provinsi Aceh*. Sofmedia.

- Ilaihi, W. (2010). *Komunikasi Dakwah*. PT Remaja Rosdakarya.
- Jauhari, H. (2012). *Panduan Penulisan Skripsi Teori dan Aplikasi (Cet Ke-2)*. CV Pustaka Setia.
- Kumolo, T. (2015). *Politik Hukum Pilkada Serentak*. Mizan Republika.
- Ma'arif, B. S. (2010). *Komunikasi Dakwah: Paradigma Untuk Aksi*. Simbiosis Rekatama.
- Mulyana, D. (2014). *Ilmu Komunikasi; Suatu Pengantar (Cet ke-18)*. PT Remaja Rosdakarya.
- Mustari, M. (2012). *Pengantar Metode Penelitian*. laksana PRESSindo.
- Nasrullah, R. (2014). *Komunikasi Antar Budaya: Di Era Budaya Siber*. Kencana Prenadamedia Group.
- Sarman, M. (2015). *Pilkada Serentak: Quo Vadis Kedaulatan Rakyat*. Program Magister Sains Administrasi Pembangunan Universitas Lambung Mangkurat, Banjarmasin.
- Soemirat & Suryana, S. & A. (2016). *Komunikasi Persuasif*. Universitas Terbuka.
- Syaoki, M. and M. F. (2020). Pertarungan Simbol Komunikasi Politik Dalam Pilkada Kabupaten Lombok Utara. *Jurnal Tasammuh*, 18 (2), 281–294.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.20414/tasammuh.v18i2.2785>
- Widjadja, H. A. W. (2010). *Komunikasi: Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*. PT Bumi Aksara.