



Komunikasi Politik Populis dalam Kontestasi Elektoral: Studi Kasus Kampanye Pasangan Dedi Mulyadi-Erwan Hermawan pada Pilgub Jawa Barat

Kiki Esa Perdana¹

¹ Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Tanri Abeng, Jakarta, Indonesia

Abstract

This study aims to analyse the populist political communication strategies employed by the candidate pair Dedi Mulyadi-Erwan Hermawan in the West Java gubernatorial election. As the province with the largest number of registered voters in Indonesia, West Java represents a strategic political arena, particularly due to the dominance of young voters who account for more than 30% of the total voter list. Using a qualitative approach with a case study method, this research examines how the candidates construct a populist image through pro-people rhetoric, the use of simple language, and the strategic utilization of social media as the primary channel of political communication. This study employs a descriptive qualitative method, with data collected through interviews, observation, literature review, and documentation. The findings reveal that the populist strategy functions not only as a persuasive tool but also as a mechanism for fostering emotional closeness with young voters. Interactive digital campaigns, aesthetically appealing visuals, and issues that resonate with youth identity and aspirations emerge as key elements in building political resonance. These findings reinforce the understanding that populist political communication is an effective strategy in electoral contests in the digital era, particularly in engaging the youth voter segment that increasingly shapes the direction of both local and national politics.

Keywords

Political Communication, Populism, Electoral Campaign, Youth Voters, West Java Gubernatorial Election



Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi politik populis yang digunakan oleh pasangan calon Dedi Mulyadi dan Erwan Hermawan dalam kontestasi Pemilihan Gubernur Jawa Barat. Sebagai provinsi dengan jumlah pemilih terbanyak di Indonesia, Jawa Barat menjadi arena politik yang strategis, terutama dengan dominasi pemilih muda yang mencapai lebih dari 30% dari total Daftar Pemilih Tetap (DPT). Melalui pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus, penelitian ini menelaah bagaimana pasangan calon membangun citra populis melalui retorika pro-rakyat, penggunaan bahasa sederhana, serta pemanfaatan media sosial sebagai kanal utama komunikasi politik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi populis yang diterapkan tidak hanya berfungsi sebagai alat persuasi, tetapi juga sebagai mekanisme untuk membentuk kedekatan emosional dengan pemilih muda. Kampanye digital yang interaktif, visual yang estetik, serta isu-isu yang relevan dengan identitas dan aspirasi generasi muda menjadi elemen penting dalam membangun resonansi politik. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dan metode pengumpulan dengan wawancara, observasi, studi literatur, dan dokumentasi. Temuan ini memperkuat pemahaman bahwa komunikasi politik populis merupakan strategi efektif dalam kontestasi elektoral di era digital, khususnya dalam menjangkau segmen pemilih muda yang semakin menentukan arah politik lokal dan nasional.

Kata Kunci

Komunikasi Politik, Populisme, Kampanye Elektoral, Pemilih Muda, Pilgub Jawa Barat

A. Pendahuluan

Indonesia merupakan negara demokrasi yang menjunjung tinggi prinsip kedaulatan rakyat, di mana kekuasaan tertinggi berada di tangan rakyat dan dijalankan melalui mekanisme pemilihan umum. Dalam sistem ini, setiap warga negara memiliki hak konstitusional untuk memilih pemimpin dan wakilnya secara langsung, umum, bebas, rahasia, jujur, dan adil. Pemilu di Indonesia diselenggarakan setiap lima tahun sekali dan mencakup berbagai tingkatan, mulai dari pemilihan Presiden dan Wakil Presiden, anggota legislatif nasional seperti DPR dan DPD, hingga kepala daerah di tingkat provinsi, kabupaten, dan kota. Penyelenggaraan pemilu berada di bawah tanggung jawab Komisi Pemilihan Umum (KPU), sebuah lembaga independen yang bertugas memastikan proses demokrasi berlangsung sesuai dengan asas hukum, transparansi, dan integritas.

Pemilihan Gubernur Jawa Barat merupakan bagian dari proses demokrasi lima tahunan yang memungkinkan masyarakat untuk memilih Gubernur dan Wakil Gubernur



secara langsung. Pemilihan ini termasuk dalam rangkaian Pilkada Serentak Nasional yang diselenggarakan oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU), dan dilaksanakan secara serentak di seluruh provinsi, kabupaten, dan kota di Indonesia. Pilgub Jawa Barat 2024 menjadi salah satu kontestasi elektoral yang sangat signifikan, mengingat Jawa Barat merupakan provinsi dengan jumlah pemilih terbanyak di Indonesia, yaitu lebih dari 35 juta pemilih terdaftar/

Dalam konteks politik nasional, pemilih muda di Jawa Barat memiliki peran strategis yang tidak dapat diabaikan. Berdasarkan data Daftar Pemilih Tetap (DPT) Provinsi Jawa Barat, dari total 35,7 juta pemilih, sekitar 11,6 juta di antaranya berusia antara 15 hingga 29 tahun. Artinya, sekitar 32,5% dari keseluruhan pemilih di Jawa Barat berasal dari kalangan muda. Proporsi yang besar ini menjadikan generasi muda sebagai kelompok pemilih yang sangat potensial dan menentukan dalam dinamika politik elektoral, khususnya dalam Pilgub Jawa Barat 2024¹.

Gaya kampanye sendiri pada dasarnya merupakan bentuk pola komunikasi yang digunakan oleh aktor politik untuk memengaruhi persepsi dan sikap publik dalam jangka waktu tertentu, dengan tujuan yang telah ditetapkan secara strategis. Kampanye politik merupakan bentuk komunikasi persuasif yang dirancang secara sistematis untuk menyampaikan pesan-pesan politik, membentuk opini publik, serta mendorong partisipasi atau tindakan dari kelompok sasaran. Melalui pendekatan yang terencana, kampanye tidak hanya berfungsi sebagai alat promosi kandidat, tetapi juga sebagai instrumen untuk membangun citra, mengartikulasikan isu, dan menggalang dukungan politik secara luas.².

Dalam kampanye politik kontemporer, strategi populis kerap digunakan oleh kandidat untuk membangun citra sebagai pemimpin yang dekat dengan rakyat dan dianggap mewakili kepentingan masyarakat biasa. Strategi ini umumnya diwujudkan melalui retorika pro-rakyat yang menggunakan hal sederhana sederhana, menggugah emosional, dan mudah dipahami oleh khalayak luas menggunakan materi sederhana dan menggunakan medium yang popular di kalangan masyarakat. Pendekatan psikologis yang menekankan kedekatan emosional antara kandidat dan pemilih menjadi elemen penting dalam membentuk persepsi publik terhadap figur politik yang diusung sering kali digunakan dalam strategi kampanye populis ini.

Indonesia mulai mengenal kampanye dengan cara populis secara eksplisit sejak **Pemilu Presiden 2014**, ketika dua kandidat utama, **Prabowo Subianto** dan **Joko Widodo**, mengusung gaya komunikasi politik yang menonjolkan kedekatan dengan rakyat dan kritik terhadap elite, namun kampanye mode populis sudah dilaksanakan pada era SBY

¹ <https://opendata.jabarprov.go.id/id/artikel/pemilu-2024-gen-z-dan-milenial-sumbang-55-persen-suara-ini-fakta-lengkapnya>

² <https://katadata.co.id/berita/nasional/625538cd327a4/kampanye-adalah-proses-komunikasi-ini-ciri-ciri-dan-jenisnya>



tahun 2009 dengan sudah mulai menggunakan interaksi di media sosial sebagai bagian dari kampanye.

Dalam konteks pemilih di Jawa Barat, karakter pemilih dalam Pilgub Jawa Barat 2024 menunjukkan dinamika yang kompleks dan beragam, mencerminkan pergeseran preferensi politik masyarakat di era digital. Berdasarkan hasil survei Poltracking Indonesia, mayoritas pemilih di Jawa Barat tergolong sebagai pemilih psikologis, yaitu sebesar 71%, yang cenderung menentukan pilihan berdasarkan citra personal, kedekatan emosional, dan gaya komunikasi kandidat³. Sementara itu, sekitar 41,8% pemilih tergolong rasional, yang mempertimbangkan rekam jejak, kinerja, dan program kerja calon gubernur.

Segmentasi usia juga memainkan peran penting dalam kontestasi elektoral ini. Survei Litbang Kompas menunjukkan bahwa pasangan Dedi Mulyadi-Erwan Setiawan unggul di hampir semua kelompok usia, terutama di kalangan generasi muda. Generasi Z (≤ 28 tahun) memberikan dukungan sebesar 68,9%, diikuti oleh generasi Y muda (28–35 tahun) sebesar 69,9%, dan generasi Y madya (36–43 tahun) sebesar 61,3%. Bahkan di kalangan generasi X dan baby boomers, pasangan ini tetap unggul dengan dukungan masing-masing sebesar 63,0% dan 54,7%⁴.

Dari sisi sosial ekonomi, pemilih dari kelas bawah dan menengah bawah menunjukkan dukungan yang signifikan terhadap pasangan Dedi-Erwan, masing-masing sebesar 67,5% dan 65,4%⁵. Segmentasi pendidikan juga menunjukkan pola yang serupa, di mana pemilih dengan pendidikan menengah memberikan dukungan tertinggi sebesar 71,6%, sedangkan pemilih berpendidikan tinggi menunjukkan kecenderungan yang lebih analitis dengan dukungan sebesar 50%.

Menurut data, jumlah pemilih pemula di provinsi tersebut diperkirakan mencapai sekitar 7,5 juta orang, atau sekitar 21% dari total Daftar Pemilih Tetap (DPT) yang berjumlah kurang lebih 35 juta jiwa⁶. Proporsi yang signifikan ini menjadikan pemilih pemula sebagai kelompok strategis dalam Pilgub Jawa Barat 2025, sehingga pendekatan komunikasi politik yang tepat terhadap segmen ini menjadi kunci dalam meraih dukungan elektoral secara efektif.

B. Tinjauan Pustaka

³ <https://www.beritasatu.com/bersatu-kawal-pilkada/2845022/survei-poltracking-pilgub-jabar-2024-pemilih-di-jawa-barat-71-karena-faktor-psikologis>

⁴ <https://www.beritasatu.com/bersatu-kawal-pilkada/2845022/survei-poltracking-pilgub-jabar-2024-pemilih-di-jawa-barat-71-karena-faktor-psikologis>

⁵ <https://www.kompas.id/artikel/exit-poll-litbang-kompas-pilkada-jawa-barat-dukungan-dedi-mulyadi-erwan-setiawan-merata>

⁶ <https://jabar.kpu.go.id/blog/read/kpu-jabar-tetapkan-dpt-pilkada-2024-jumlah-pemilih-capai-35925960>



Menurut **McNair (2003)**, komunikasi politik mencakup semua bentuk komunikasi yang digunakan untuk menyampaikan informasi politik, membentuk opini publik, dan memengaruhi perilaku politik. Kemudian **Cas Mudde (2014)** menjelaskan dalam *The Populist Zeitgeist* menyebut populisme sebagai “ideologi tipis” yang membagi masyarakat menjadi dua kelompok homogen: rakyat yang murni dan elite yang korup. Populisme menekankan kedaulatan rakyat dan menolak perantara institusional, hal ini membentuk kekuatan komunikasi yang dijelaskan **Manuel Castells (2009)** dalam *Communication Power* menyatakan bahwa media digital memungkinkan politisi populis membentuk narasi tanpa perantara media arus utama.

C. Metode Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian *case study research* (studi kasus) dan bersifat deskriptif. Menurut Denzin dan Lincoln penelitian kualitatif merupakan penelitian yang menggunakan latar alamiah, dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada⁷

Pendekatan kualitatif adalah pendekatan yang penting untuk memahami suatu fenomena sosial dan perspektif individu yang diteliti. Pendekatan kualitatif juga merupakan yang mana prosedur penelitiannya menghasilkan data deskriptif yang berupa kata-kata yang secara tertulis ataupun lisan dari prilaku orang-orang yang diamati.

D. Hasil dan Pembahasan

Media sosial menjadi alat utama dalam menyebarkan pesan populis, melalui konten yang menampilkan aktivitas sehari-hari. Pasangan ini juga sering membungkai realitas sosial sebagai krisis yang butuh solusi cepat dan konkret, walau seringkali terlalu menyederhanakan atau memudahkan hal yang kompleks dan butuh waktu untuk menghadirkan solusi.

Selain itu, gaya kampanye yang dihadirkan pasangan ini memusatkan perhatian pada figur pemimpin, yang ditampilkan secara autentik lewat simbol budaya lokal, logat khas daerah, atau pakaian tradisional. Tak jarang pula muncul kritik terhadap lembaga negara, partai lama, atau *media mainstream*.

⁷ Djam'an satori, Aan komariah.Op.cit.hal.23



Pendekatan populis ini efektif dalam membangun keterhubungan emosional dengan pemilih, meski di sisi lain dapat memicu polarisasi dan penyederhanaan isu-isu kompleks dalam politik.

Gaya kampanye pasangan **Dedi Mulyadi dan Erwan Setiawan** dalam Pilgub Jawa Barat 2024 dapat disederhanakan sebagai pendekatan yang populis yang memadukan kekuatan budaya lokal, personalisasi citra, dan komunikasi digital.

Dedi Mulyadi tampil sebagai figur pemimpin rakyat yang membumi, banyak menguangkan tradisi kesundaan dalam orasinya dan menghadirkan simbol-simbol khas Jawa Barat untuk memperkuat identitas pemilih. Narasi kampanye mereka dibangun dengan pendekatan popular ke kalangan bawah, dengan menampilkan isu-isu nyata seperti infrastruktur desa, harga kebutuhan pokok, dan layanan publik sebagai persoalan mendesak yang membutuhkan solusi langsung tanpa butuh birokrasi berbelit. Gaya komunikasi yang dilakukan Dedi mulyadi tegolong sangat visual dan performatif, terlihat dari penggunaan media sosial yang memberikan informasi aktivitas sehari-hari calon, mulai dari menemui pedagang pasar hingga memperbaiki jalan desa.

Melalui pendekatan ini, dedi mulyadi berhasil memproyeksikan citra sebagai pemimpin yang hadir dan turun langsung ke bawah. Strategi ini bukan hanya memperluas jangkauan elektoral, tapi juga membangun ikatan emosional yang kuat, terutama dengan masyarakat perdesaan yang merindukan sosok pemimpin yang hadir secara nyata dalam keseharian mereka.

Sedangkan Erwan Setiawan tidak banyak memberikan sumbangsih dalam kampanye politik pilgub jawa barat 2024, Erwan Setiawan hanya muncul sebagai sosok politikus muda yang diharapkan mampu memberikan imej baru pada politikus di Jawa Barat.

Hal ini semakin dijelaskan oleh dominasi figur Dedi Mulyadi yang memiliki elektabilitas tinggi dan gaya komunikasi populis yang kuat, sehingga narasi kampanye lebih banyak berpusat pada dirinya. Erwan, yang sebelumnya menjabat sebagai Wakil Bupati Sumedang, memiliki latar belakang politik yang lebih lokal dan belum memiliki sorotan luas di tingkat provinsi.

Peran Erwan dalam koalisi lebih bersifat strategis dan administratif, terutama sebagai representasi Partai Golkar dalam menjaga soliditas dukungan internal. Selain itu, kontribusinya lebih terlihat dalam aspek teknis dan perencanaan program pasca-pemilihan, seperti bidang infrastruktur dan sosial, dibandingkan dengan kampanye elektoral yang bersifat komunikatif dan emosional. Oleh karena itu, meskipun secara struktural ia merupakan bagian dari pasangan calon, secara komunikasi politik peran Erwan cenderung berada di belakang layar dan tidak menjadi pusat perhatian publik selama masa kampanye.



1. Peran Youtube

Figur Dedi Mulyadi yang sebelumnya sudah dominan di digital media lewat kanal youtubenya, sangat membantu dalam pembentukan opini elektoral di jawa barat. Pasca resmi menjadi calon gubernur jawa barat, faktor dominan Dedi Mulyadi semakin terlihat nyata untuk para *subscribersnya* yang sudah mencapai jutaan.

Dedi mulyadi memanfaatkan platform kanal *youtube* tidak sekadar sebagai alat kampanye, tetapi sebagai media *personal branding* yang menyampaikan citra pemimpin yang dekat dengan rakyat, humanis, dan berpihak pada keadilan sosial. Dalam kontennya juga, dia konsisten mengangkat budaya lokal Sunda, baik melalui visual seperti ikat kepala, pakaian putih-putih, maupun narasi nilai-nilai kearifan lokal, menjadikannya simbol kepemimpinan yang seakan-akan memahami akar budaya daerah.

Pengikut akun KDM umumnya berasal dari masyarakat akar rumput atau menengah kebawah yang menyukai konten “membumi” yang KDM berikan, walaupun penggunaan kanal *youtube* pribadi, terkadang menjadi sarana penyampaian informasi publik yang berisiko menciptakan **monopoli narasi**, KDM pada channelnya terlihat mampu menyamarkan hal tersebut dengan narasi “untuk rakyat”.

2. Pendekatan Psikologis dan Ekonomi

Sesuai data yang diperoleh pada pendahuluan tadi, mayoritas pemilih di Jawa Barat tergolong sebagai pemilih psikologis, yaitu sebesar 71%, yang cenderung menentukan pilihan berdasarkan citra personal, kedekatan emosional, dan gaya komunikasi kandidat.

Citra personal yang dibentuk di youtube selama ini mampu mengubah opini publik untuk percaya bahwa Dedi Mulyadi adalah seorang yang dipercaya, yang seakan mampu menjadi pembaharu pada politik electoral dan kepemimpinan di jawa barat.

Pendekatan psikologis yang menekankan kedekatan emosional antara kandidat dan pemilih menjadi elemen penting dalam membentuk persepsi publik terhadap figur politik yang diusung sering kali digunakan dalam strategi kampanye populis ini.



Pada sektor kelas ekonomi, kalangan bawah dan menengah menunjukkan dukungan yang signifikan terhadap pasangan ini. Ini menunjukkan lagi bahwa pasangan ini mampu memainkan peran mereka pada kalangan kelas menengah dan bawah yang minim akan literasi politik dan mudah terbawa pada isu-isu populis, karena keterbatasan akses terhadap pendidikan dan teknologi. Maka pendekatan populis yang dilakukan pasangan Dedi Mulyadi dan Erwan Setiawan ini banyak mengincar calon pemilih kelas menengah kebawah dan melakukan berbagai hal sederhana lewat pendekatan psikologis, yaitu misalnya dengan menggugah isu berbau emosional yang mudah dipahami oleh khalayak luas, ditambah dengan menggunakan materi komunikasi sederhana dan menggunakan medium komunikasi digital yang popular di kalangan Masyarakat, dengan cara tersebut, imej yang dibangun langsung sampai dengan mudah ke masyarakat bakal calon pemilih gubernur Jawa Barat pada pilgub 2024.

3. Visi Misi

Jawa Barat hampir selalu bermasalah dengan ekonomi, masyarakatnya mencerminkan realitas kompleks yang telah berlangsung lama dan masalah tersebut melibatkan berbagai faktor struktural, geografis, dan kebijakan. Sebagai provinsi dengan jumlah penduduk terbanyak di Indonesia, Jawa Barat menghadapi tantangan serius dalam pemerataan kesejahteraan. Masalah utama yang paling sering dikeluhkan masyarakat meliputi **tingginya harga kebutuhan pokok, pengangguran, dan ketimpangan pendapatan antar wilayah**⁸.

Pasangan Dedi Mulyadi dan Erwan Setiawan menangkap masalah ini menjadi isu yang cukup popular di kalangan Masyarakat jawa barat. Pasangan ini pada kampanyenya berjanji akan mengembangkan ekonomi kerakyatan berbasis sumber daya local, Mengurangi disparitas pembangunan utara-selatan, menurut saya penting menjadi perhatian Masyarakat yang terkena imbas ekonomi industry, dan

Pembangunan utara Selatan, focus misi program spesifik begini menjadi alasan penting unuk memilih KDM di pilgub jabar 2024. Masyarakat jawa barat tahu betul bahwa Pembangunan di Jawa Barat bagian utara dan tengah relatif lebih maju dan baik. Sementara di wilayah selatan terkesan lamban. Ini karena industri-industri lebih berkembang di wilayah utara dan tidak di Selatan. Penekanan pada isu SDM local ini menjadi salah satu nilai penting dalam terpilihnya pasangan ini pada pilgub

⁸ <https://data.goodstats.id/statistic/simak-6-masalah-utama-yang-dihadapi-oleh-masyarakat-di-jawa-barat-SMRZj>



Jawa Barat 2024, banyak yang percaya realitas kompleks masalah ekonomi, dapat terpecahkan oleh rangkaian ide ekonomi yang ditawarkan oleh pasangan ini saat kampanyenya.

Salah satu visi misi perihal ekonomi ini menjadi pertimbangan cukup besar bagi para bakal calon pemilih untuk memilih Dedi Mulyadi dan Erwan Setiawan pada pemilihan Gubernur Jawa Barat 2024.

E. Pembahasan

Kampanye dengan pendekatan populis di Jawa Barat, khususnya yang dijalankan oleh Dedi Mulyadi dan Erwan Setiawan, menunjukkan bahwa gaya komunikasi dengan pendekatan komunikasi psikologis yang emosional, dan penggunaan media yang tepat, mampu membangun kedekatan dengan masyarakat luas. Pendekatan yang dilakukan ini menampilkan pemimpin sebagai bagian dari rakyat, bukan sebagai birokrat yang terpisah dari realitas sosial di masyarakat. Dengan memanfaatkan *digital platform* seperti YouTube, pasangan ini, terutama Dedi Mulyadi membentuk citra sebagai figur yang nampak responsif, berani, dan peduli terhadap persoalan sehari-hari masyarakat, walaupun jauh dari masalah yang dihadapi Jawa Barat sebenarnya, yang mana adalah tingkat pengangguran, penanganan sampah, kemiskinan dan banjir.⁹

Kampanye dan kebijakan dengan strategi populis sebetulnya bukan merupakan kebijakan yang salah, namun menghadirkan beragam risiko, diantaranya kebijakan populis cenderung menghasilkan dampak jangka pendek yang bersifat *instant* namun kurang memperhatikan keberlanjutan, Karena fokus utamanya adalah merespons keinginan mayoritas saja atau tekanan publik yang sedang dominan atau ramai menjadi bahan pembicaraan di jagat digital. Kebijakan ini sering kali mengabaikan data, analisis dampak, dan kebutuhan kelompok lain yang tidak vokal di beragam media, terutama media digital.

Gaya kampanye populis pada kampanye pilgub jawa barat 2024 ini bertujuan utamanya yaitu untuk membangun kedekatan emosional dengan masyarakat dengan menampilkan citra sebagai pemimpin yang berasal dari rakyat biasa, bukan bagian dari elit politik dan pro-rakyat.

F. Kesimpulan

Strategi kampanye populis ini terbukti efektif, di mana pasangan Dedi Mulyadi dan Erwan Setiawan berhasil memperoleh suara dominan dan mengukuhkan popularitas lintas

⁹ <https://data.goodstats.id/statistic/simak-6-masalah-utama-yang-dihadapi-oleh-masyarakat-di-jawa-barat-SMRZj>



generasi, khususnya di kalangan pemilih di daerah yang sudah mulai tidak percaya pada proses politik.

Pendekatan ini mencerminkan era baru kampanye politik yang mengandalkan *storytelling digital* dengan pendekatan psikologis, sebagai pondasi membangun legitimasi dan koneksi emosional dengan publik.

Kampanye populis, meskipun sering berhasil dalam pemilu dan sering diklaim sebagai bentuk kedekatan dengan rakyat, menyimpan sejumlah bahaya yang dapat mengancam kualitas demokrasi dan stabilitas politik. Kampanye populis cenderung menyederhanakan isu-isu politik yang kompleks menjadi narasi emosional yang terlalu sederhana hanya untuk membentuk opini di Masyarakat.

Dedi Mulyadi pada kampanye pilgub Jawa Barat 2024, terlalu banyak memainkan peran *one man show* dalam proses kampanye pilgub Jawa Barat 2024 ini dan banyak mengesampingkan peran Erwan Setiawan, yang mana juga memiliki kubu dan pendukung politik politik yang juga tidak kalah banyak.

Gaya kampanye yang lebih *one man show* ini kedepannya memiliki risiko cenderung memusatkan kekuasaan dan pengambilan keputusan pada satu individu, sehingga mengabaikan prinsip kolaborasi, padahal wakil gubernur bertugas membantu pelaksanaan program kerja, mengoordinasikan kebijakan lintas sektor, serta memastikan kelancaran administrasi pemerintahan daerah.

G. Daftar Pustaka

- Alfian. (1991). *Komunikasi Politik dan Sistem Politik Indonesia*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Almond, G. A., & Verba, S. (1984). *Budaya Politik Tingkah Laku Politik dan Demokrasi di Lima Negara*. Jakarta: PT. Bina Aksara.
- Burton, Graeme. (2008). *Pengantar Untuk Memahami; Media dan Budaya Populer*. Yogyakarta: Jalasutra
- Castells, M. (2009). *Communication Power*. Oxford University Press.
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (Eds.). (2005). *The SAGE Handbook of Qualitative Research* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Kavanagh, D. (1982). *Kebudayaan Politik*. Jakarta: Bina Aksara.
- McNair, B. (2003). *An Introduction to Political Communication* (3rd ed.). Routledge.
- Mudde, C. (2014). *The Problem with Populism*. The Guardian. <https://www.theguardian.com>
- Satori, D., & Komariah, A. (2011). *Metodologi penelitian kualitatif*. Bandung: Alfabeta. (Op. cit., hal. 23)
- Strinati, Dominic. (2016). *Popular Culture; Pengantar Menuju Teori Budaya Populer*. Yogyakarta: Pustaka Promethea