

Pengaruh Strategis Kyai dalam Mendukung Kemenangan PKB pada Pemilu Legislatif 2024 di Kendal

Strategic Influence of Kyai in Supporting PKB's Victory in the 2024 Legislative Election in Kendal

Ariya Maulana

Magister Ilmu Politik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro, Indonesia

Diterima: 30 Oktober 2024; Direview: 01 November 2024; Disetujui: 13 November 2024

Corresponding Email: ariya.maulana87@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini mengkaji peran Kyai dalam strategi politik Partai Kebangkitan Bangsa (PKB) di Kabupaten Kendal, dengan fokus pada perpaduan antara pendekatan tradisional berbasis pesantren dan pemanfaatan media sosial digital. Meskipun keterlibatan tokoh agama dalam politik Indonesia telah banyak diteliti, masih sedikit kajian yang membahas pengaruh otoritas moral Kyai, jaringan komunitas pesantren, dan teknologi digital dalam meraih dukungan politik. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan studi kasus, yang melibatkan wawancara mendalam dengan Kyai, pengurus PKB, dan pemilih, serta observasi kegiatan kampanye. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kyai memiliki peran signifikan dalam memobilisasi dukungan politik melalui otoritas moral dan kedekatan emosional. Sementara itu, PKB secara efektif memanfaatkan media sosial untuk menjangkau pemilih muda. Pendekatan "komunikasi hibrida" ini berhasil menggabungkan pengaruh tradisional dengan strategi digital, meningkatkan dukungan PKB di kalangan komunitas pesantren dan pemilih perkotaan. Temuan ini menyoroti pentingnya sinergi antara peran Kyai dan teknologi digital sebagai faktor kunci keberhasilan PKB dalam Pemilu Legislatif 2024 di Kendal. Penelitian ini memberikan wawasan baru tentang dinamika politik yang melibatkan tokoh agama dan media modern. Simpulan penelitian ini adalah peran Kyai dan strategi pemasaran politik berbasis digital serta analisis data yang diterapkan PKB telah berhasil meningkatkan kepercayaan publik dan partisipasi politik, terutama di kalangan masyarakat religius dan generasi muda, dengan memperkuat dukungan melalui pendekatan adaptif yang menggabungkan nilai keagamaan dan teknologi.

Kata Kunci: Peran Kyai; Strategi Kemenangan; Pemilu Legislatif.

Abstract

This study examines the role of Kyai in the political strategy of the National Awakening Party (PKB) in Kendal Regency, focusing on the combination of traditional pesantren-based approaches and the utilization of digital social media. While the involvement of religious leaders in Indonesian politics has been widely researched, there is limited exploration of the influence of Kyai's moral authority, pesantren community networks, and digital technology in garnering political support. The research employs a qualitative case study method, involving in-depth interviews with Kyai, PKB administrators, and voters and direct observation of campaign activities. Findings reveal that Kyai plays a significant role in mobilizing political support through their moral authority and emotional connection with the community. Meanwhile, PKB effectively utilizes social media to reach younger voters. This "hybrid communication" approach successfully integrates traditional influence with digital strategies, enhancing PKB's support among pesantren communities and urban voter segments. The study highlights the importance of the synergy between the role of Kyai and digital technology as key factors in PKB's success in the 2024 Legislative Election in Kendal. These findings provide new insights into the political dynamics involving religious leaders and modern media. The role of Kyai and PKB's political marketing strategy, which includes digital approaches and data analysis, has successfully increased public trust and political participation, especially among religious communities and young generations, by strengthening support through an adaptive strategy that combines religious values and technology.

Keywords: Role of Kyai; Winning Strategy; Legislative Election.

How to Cite: Maulana, A., (2024). Peran Kyai dalam Strategi Kemenangan PKB pada Pemilu Legislatif 2024 di Kendal. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*. 7 (2): 623-633.



PENDAHULUAN

Keterlibatan tokoh agama, khususnya Kyai, dalam ranah politik menjadi salah satu fenomena yang menarik untuk dikaji lebih dalam, terutama di Indonesia yang memiliki komunitas muslim terbesar di dunia. Penelitian ini berfokus pada variabel-variabel penting yang mempengaruhi strategi kemenangan Partai Kebangkitan Bangsa (PKB) pada Pemilu Legislatif 2024 di Kabupaten Kendal, Jawa Tengah, dengan menyoroti peran Kyai sebagai tokoh berpengaruh di tengah masyarakat. Variabel-variabel tersebut meliputi peran Kyai dalam masyarakat, hubungan erat antara PKB dan komunitas pesantren, serta penggunaan media sosial dan teknologi digital dalam menggalang dukungan.

Partai Kebangkitan Bangsa (PKB) memiliki sejarah panjang dengan komunitas pesantren di Indonesia, terutama karena kedekatannya dengan Nahdlatul Ulama (NU), organisasi Islam terbesar di Indonesia. Hubungan ini memberikan PKB kekuatan dalam meraih dukungan dari komunitas Muslim tradisional, khususnya di wilayah pedesaan yang masih sangat terikat dengan ajaran dan tradisi pesantren. Pesantren berfungsi tidak hanya sebagai pusat pendidikan agama tetapi juga sebagai basis sosial dan politik yang kuat. Kyai, sebagai pemimpin pesantren, sering kali memiliki otoritas moral yang tinggi di tengah masyarakat, sehingga dapat memengaruhi keputusan politik umatnya. (Nikmah & Suhardiyanto, 2021) menekankan bahwa PKB sejak awal didirikan sebagai perpanjangan politik NU, yang memfasilitasi hubungan erat dengan komunitas pesantren.

Kyai memiliki pengaruh besar dalam mengarahkan pilihan politik masyarakat pesantren. Mereka sering kali menjadi figur panutan yang diikuti oleh santri dan komunitas sekitar. Hal ini memberikan keuntungan bagi PKB, karena dukungan Kyai dapat diterjemahkan langsung menjadi dukungan politik dari komunitas pesantren. Dalam konteks Pemilu Legislatif 2024, PKB kembali memanfaatkan hubungan ini untuk memperkuat basis dukungannya di berbagai daerah, termasuk Kendal. Menurut (Dinaka & Arsil, 2023), pesantren tidak hanya memainkan peran dalam pendidikan spiritual tetapi juga dalam membangun jaringan sosial dan politik di berbagai daerah, yang memberikan dampak signifikan terhadap peta politik nasional.

Lebih lanjut, dukungan pesantren untuk PKB tidak hanya terjadi di tingkat akar rumput, tetapi juga di tingkat strategis. Banyak Kyai terkemuka yang terlibat langsung dalam kampanye politik, baik secara langsung maupun melalui jaringan pesantren. Komunitas pesantren juga sering kali menjadi pusat kegiatan politik, di mana kampanye dan kegiatan partai dilaksanakan. Dengan jaringan pesantren yang luas, PKB mampu menjangkau lapisan masyarakat yang lebih dalam dan memiliki loyalitas tinggi terhadap nilai-nilai tradisional Islam, yang menjadi ciri khas partai ini.

Pada era digital, media sosial telah menjadi salah satu alat kampanye politik yang paling efektif. Menurut (Wulan Suri & Yuneva, 2021) teknologi digital memungkinkan kandidat dan partai politik untuk mengakses pemilih secara lebih langsung, efisien, dan personal. PKB, yang selama ini mengandalkan basis tradisional pesantren, kini juga memanfaatkan media sosial sebagai bagian dari strategi kampanye mereka. Platform seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan WhatsApp menjadi sarana penting bagi PKB untuk menyebarkan pesan politik kepada generasi muda yang lebih akrab dengan teknologi. Ini membantu partai meraih segmen pemilih yang lebih luas di luar komunitas pesantren.

Penggunaan media sosial memungkinkan partai politik untuk menyebarkan informasi secara cepat dan interaktif. Dalam konteks PKB, media sosial digunakan untuk menyebarkan video Kyai memberikan ceramah atau dukungan terhadap partai, sehingga memperkuat hubungan emosional antara pemilih dan partai. Sebagaimana dijelaskan oleh (Wijayanto et al., 2022) media sosial tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai ruang bagi pembentukan opini publik. PKB memanfaatkan ini untuk mempengaruhi pemilih, terutama mereka yang aktif di dunia maya, dengan cara yang lebih informal dan personal dibandingkan kampanye konvensional.

Namun, penggunaan teknologi digital tidak lepas dari tantangan. Meski media sosial memberikan akses yang luas, ia juga menghadapi risiko manipulasi informasi dan penyebaran hoaks, yang dapat merugikan partai politik jika tidak dikelola dengan baik. PKB, dalam hal ini, harus berhati-hati dalam mengatur konten yang mereka sebarkan untuk menjaga kepercayaan publik. (Hasfi, 2019) menekankan pentingnya pengelolaan komunikasi digital yang tepat agar



kampanye politik tetap berjalan efektif dan tidak berbalik merugikan partai. Dalam Pemilu 2024, strategi PKB dalam memanfaatkan teknologi digital akan menjadi kunci dalam menarik pemilih, khususnya dari kalangan pemilih muda.

Pada Pemilu Legislatif 2024, PKB menggabungkan pengaruh tradisional pesantren dengan teknologi digital untuk memperluas jangkauan dukungan. Sinergi antara peran Kyai di lapangan dan strategi media sosial menghasilkan pendekatan yang lebih efektif dalam meraih suara, terutama di kalangan masyarakat pedesaan dan perkotaan. Menurut (Damayanti & Hamzah, 2017) kombinasi antara komunikasi tradisional dan digital menciptakan "komunikasi hibrida" yang dapat menjangkau berbagai segmen masyarakat. PKB memanfaatkan ini dengan cara melibatkan Kyai sebagai simbol moral yang kuat di komunitas pesantren, sambil menggunakan teknologi digital untuk memperkuat pesan tersebut di kalangan pemilih muda.

Kyai, yang secara tradisional dianggap memiliki otoritas moral, kini juga aktif menggunakan platform media sosial untuk menyampaikan pesan politik. Hal ini memperluas jangkauan pengaruh mereka, tidak hanya terbatas pada lingkungan pesantren tetapi juga di dunia maya. Dampak dari keterlibatan Kyai di media sosial terbukti signifikan, karena mereka memiliki kredibilitas yang tinggi di mata masyarakat. Sebagaimana dikemukakan oleh (Eliya et al., 2017) tokoh agama yang menggunakan media sosial sebagai platform komunikasi publik dapat memperkuat legitimasi mereka di mata pengikutnya, serta menarik lebih banyak dukungan.

Penggabungan strategi ini menunjukkan bahwa PKB mampu beradaptasi dengan perkembangan zaman, tanpa kehilangan akar tradisionalnya. Penggunaan media sosial oleh Kyai dan PKB memperlihatkan transformasi cara kampanye politik di Indonesia, yang tidak lagi hanya mengandalkan kampanye konvensional tetapi juga media digital sebagai sarana utama. Dengan demikian, PKB tidak hanya mengoptimalkan dukungan dari komunitas pesantren tetapi juga menjangkau segmen masyarakat yang lebih luas melalui media sosial, yang berpotensi meningkatkan elektabilitas mereka pada Pemilu 2024.

Strategi politik menjadi kunci keberhasilan dalam memenangkan suara masyarakat, dan PKB memanfaatkan keterkaitan historis serta budaya dengan Nahdlatul Ulama (NU) untuk mendekati pemilih melalui dukungan Kyai dan jaringan pesantren. Di sisi lain, strategi politik berbasis agama ini seringkali memunculkan kekhawatiran terkait dengan politisasi agama, yang menurut (Wahyudi, 2018) dapat berdampak pada fragmentasi sosial di masyarakat. Dalam konteks politik Indonesia, keterlibatan tokoh agama seperti Kyai tidak hanya sebagai aktor politik, tetapi juga simbol identitas kolektif bagi sebagian besar pemilih muslim, terutama di daerah dengan basis tradisional Islam yang kuat, seperti Kendal.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi PKB dalam meraih dukungan masyarakat Kendal melalui peran Kyai, serta menelaah bagaimana pendekatan ini mempengaruhi dinamika sosial dan politik di daerah tersebut. Penelitian terdahulu yang relevan, seperti yang dilakukan oleh (Campbell, 2014) mengenai pengaruh tokoh agama dalam pemilu lokal di Indonesia, menunjukkan bahwa dukungan Kyai mampu meningkatkan legitimasi partai di kalangan masyarakat, namun juga membuka peluang perdebatan mengenai etika politisasi agama. Melalui penelitian ini, diharapkan ditemukan pendekatan yang dapat menjadi referensi bagi pelaku politik dalam memanfaatkan pengaruh tokoh agama secara etis dan seimbang.

Secara keseluruhan, penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi dalam diskusi akademis mengenai hubungan antara agama dan politik di Indonesia, serta memberikan rekomendasi praktis bagi pembuat kebijakan untuk menjaga harmonisasi antara kepentingan politik dan stabilitas sosial.

Berdasarkan hasil observasi mengenai peran kyai dalam membangun kepercayaan publik, ditemukan bahwa kyai memiliki otoritas moral yang kuat di masyarakat. Kyai sering dijadikan rujukan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam urusan sosial dan politik, karena dianggap memiliki integritas tinggi dan nilai-nilai keagamaan yang terjaga. Dalam konteks Partai Kebangkitan Bangsa (PKB), kyai berperan penting sebagai penghubung antara partai dan masyarakat, terutama di daerah pedesaan yang masih kental dengan tradisi Islam. Kehadiran kyai dalam politik, khususnya melalui PKB, sering kali dilihat sebagai upaya dakwah dan syiar, yang

memperkuat kepercayaan publik terhadap partai ini sebagai representasi nilai-nilai agama dalam ranah politik.

Urgensi penelitian ini semakin nyata ketika melihat bagaimana keterlibatan kyai dalam politik turut membentuk persepsi masyarakat terhadap partai politik dan partisipasi politik mereka. Sebagai figur dengan reputasi yang baik dan dipercaya publik, kyai dapat memberikan legitimasi bagi PKB, khususnya dalam upaya menarik dukungan dari masyarakat yang religius. Menurut Teori Kredibilitas Sumber, figur yang memiliki keahlian dan integritas cenderung lebih dipercaya, sehingga kyai menjadi tokoh kunci dalam menyampaikan pesan politik yang moral dan etis. Selain itu, di era digital, peran kyai juga berkembang dengan adanya media sosial yang memungkinkan mereka untuk memperluas jangkauan dakwah serta memobilisasi dukungan secara lebih luas, termasuk di kalangan generasi muda. Penelitian ini penting untuk menggali lebih dalam tentang strategi dan efektivitas peran kyai dalam meningkatkan kepercayaan publik terhadap PKB di era modern.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus untuk menggali secara mendalam peran Kyai dalam strategi kemenangan Partai Kebangkitan Bangsa (PKB) pada Pemilu Legislatif 2024 di Kabupaten Kendal. Metode kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk memahami fenomena sosial yang kompleks dan dinamis, khususnya terkait dengan keterlibatan tokoh agama dalam politik. Fokus utama penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana Kyai berperan dalam menggalang dukungan bagi PKB dan bagaimana pengaruhnya terhadap keputusan politik Masyarakat (Maro'atussofa & Kusumastuti, 2019).

Data dikumpulkan melalui beberapa teknik, antara lain wawancara mendalam, observasi, dan studi dokumen. Wawancara dilakukan dengan Kyai yang berperan aktif dalam kampanye PKB, pengurus PKB di tingkat lokal, dan beberapa pemilih di Kendal yang terpengaruh oleh figur Kyai. Teknik *purposive sampling* digunakan dalam pemilihan narasumber, yaitu memilih responden yang dianggap memiliki relevansi tinggi dengan penelitian ini, seperti Kyai yang memiliki pengaruh besar di masyarakat dan tokoh PKB di daerah Kendal. Observasi langsung terhadap kegiatan kampanye yang melibatkan Kyai juga dilakukan untuk mendapatkan gambaran nyata mengenai peran Kyai di lapangan.

Studi dokumen digunakan untuk melengkapi data yang diperoleh melalui wawancara dan observasi. Dokumen yang dianalisis antara lain adalah catatan kampanye PKB, strategi yang disusun oleh tim kampanye, serta dokumen-dokumen resmi yang menunjukkan hubungan antara PKB dan komunitas pesantren. Dengan data-data ini, diharapkan pemahaman yang lebih mendalam mengenai keterlibatan Kyai dalam strategi politik PKB dapat diperoleh (Maro'atussofa et al., 2022).

Data yang dikumpulkan dianalisis menggunakan teknik analisis deskriptif kualitatif. Langkah pertama dalam analisis data adalah melakukan transkripsi terhadap hasil wawancara dan pengamatan lapangan, yang kemudian diorganisasi berdasarkan tema-tema utama yang muncul. Pendekatan *thematic analysis* digunakan untuk mengidentifikasi pola dan hubungan antara peran Kyai, dukungan politik, serta strategi kampanye PKB (Susandro & Taruan, 2021).

Selain itu, teori politik simbolik (Yousif et al., 2018) digunakan untuk memahami bagaimana Kyai, sebagai figur yang memiliki otoritas moral dan spiritual, memengaruhi keputusan politik masyarakat di Kendal. Teori ini membantu menjelaskan bagaimana simbol-simbol religius digunakan dalam kampanye politik untuk membangun legitimasi dan dukungan publik. Hasil analisis ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang mendalam mengenai efektivitas peran Kyai dalam strategi politik PKB dan dampaknya terhadap dinamika sosial politik di Kendal.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus untuk menggali secara mendalam peran Kyai dalam strategi kemenangan Partai Kebangkitan Bangsa (PKB) pada Pemilu Legislatif 2024 di Kabupaten Kendal. Metode kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk memahami fenomena sosial yang kompleks dan dinamis, khususnya terkait dengan keterlibatan tokoh agama dalam politik. Fokus utama penelitian ini adalah untuk

menganalisis bagaimana Kyai berperan dalam menggalang dukungan bagi PKB dan bagaimana pengaruhnya terhadap keputusan politik masyarakat.

Proses pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan tiga teknik utama: wawancara mendalam, observasi, dan studi dokumen. Wawancara dilakukan dengan para Kyai yang berperan aktif dalam kampanye PKB, pengurus PKB di tingkat lokal, serta beberapa pemilih di Kendal yang terpengaruh oleh figur Kyai. Teknik purposive sampling diterapkan dalam pemilihan narasumber, yaitu dengan memilih individu yang dinilai memiliki relevansi tinggi dengan penelitian ini, seperti Kyai yang memiliki pengaruh besar di masyarakat dan tokoh PKB di daerah Kendal. Observasi langsung terhadap kegiatan kampanye yang melibatkan Kyai juga dilakukan untuk mendapatkan pemahaman empiris mengenai peran Kyai di lapangan. Observasi ini mencakup pengamatan terhadap interaksi antara Kyai dan masyarakat, serta bagaimana nilai-nilai keagamaan diintegrasikan dalam strategi kampanye (Sugiyono, 2016).

Dalam proses analisis data, peneliti menggunakan teknik analisis deskriptif kualitatif untuk mengidentifikasi pola dan tema yang relevan. Pertama-tama, data dari hasil wawancara dan observasi ditranskripsi dan diorganisasi berdasarkan tema-tema utama yang muncul, seperti peran Kyai dalam membangun dukungan politik dan simbol-simbol religius yang digunakan dalam kampanye. Selanjutnya, peneliti menerapkan pendekatan thematic analysis untuk mengeksplorasi keterkaitan antara peran Kyai, dukungan masyarakat, serta strategi kampanye PKB. Untuk memperkuat analisis, teori politik simbolik dari Geertz (1973) digunakan guna memahami bagaimana Kyai sebagai figur otoritatif dalam agama dapat mempengaruhi keputusan politik masyarakat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peran Kyai dalam Membangun Kepercayaan Publik

Kyai memiliki peran sentral dalam masyarakat Islam, khususnya di Indonesia, dalam membangun kepercayaan publik. Sebagai figur keagamaan yang dihormati, kyai tidak hanya menjadi rujukan dalam hal spiritual, tetapi juga dalam urusan sosial dan politik. Dalam konteks politik PKB (Partai Kebangkitan Bangsa), kyai sering kali menjadi penghubung antara partai dan umat. Keberadaan kyai memberikan legitimasi dan kepercayaan, karena mereka dipandang sebagai figur yang menjaga moralitas dan etika dalam politik.

Dalam masyarakat tradisional, kyai memiliki otoritas moral yang sangat kuat. Mereka dianggap sebagai sosok yang mampu memberikan nasihat yang bijak dan tidak condong pada kepentingan politik tertentu. Oleh karena itu, keterlibatan kyai dalam politik, seperti yang dilakukan oleh PKB, sering kali dilihat sebagai bentuk dakwah atau syiar. PKB menggunakan strategi ini untuk memperkuat kepercayaan publik, terutama di kalangan masyarakat pedesaan yang masih kuat ikatan keagamaannya.

Menurut *Teori Kredibilitas Sumber* (Source Credibility Theory), individu atau entitas yang memiliki reputasi baik, keahlian, dan integritas cenderung lebih dipercaya oleh masyarakat. Dalam hal ini, kyai yang terlibat dalam politik tidak hanya sebagai pemimpin agama, tetapi juga sebagai figur yang dipercaya untuk menjaga stabilitas dan moralitas dalam masyarakat. Ini menjadi keuntungan besar bagi PKB, karena kyai mampu menjembatani pesan politik dengan pesan moral yang diterima oleh masyarakat luas.

Namun, peran kyai dalam politik juga menimbulkan tantangan, terutama ketika nilai-nilai politik modern bertentangan dengan nilai-nilai tradisional Islam. Dalam beberapa kasus, keterlibatan kyai dalam politik menimbulkan perdebatan di kalangan umat Islam, terutama terkait dengan netralitas dan independensi mereka. Namun, PKB tetap mampu memanfaatkan otoritas kyai ini dengan cara yang hati-hati, menghindari konflik yang dapat merusak citra partai.

Seiring dengan perkembangan teknologi dan media sosial, kyai juga mulai beradaptasi dengan platform digital. Kyai yang dulunya hanya berdakwah melalui ceramah dan pengajian, kini mulai memanfaatkan media sosial untuk menyebarkan pesan-pesan agama. Hal ini sejalan dengan *Teori Komunikasi Modern*, di mana media sosial menjadi sarana efektif untuk memperluas jangkauan dakwah dan komunikasi, termasuk dalam hal politik (Apriliyanti, 2020).



Dengan memanfaatkan figur kyai sebagai penyampai pesan politik, PKB berhasil membangun kepercayaan publik yang kuat. Hal ini penting dalam memenangkan suara masyarakat, terutama di kalangan pemilih yang masih mempertahankan nilai-nilai keagamaan sebagai dasar dalam memilih pemimpin politik. Keberhasilan strategi ini tercermin dalam tingginya dukungan untuk PKB di wilayah-wilayah yang secara tradisional berafiliasi dengan Nahdlatul Ulama (NU). Berikut adalah nama-nama Kyai yang berperan dalam kemenangan PKB di Kendal, diantaranya adalah KH Agus Yahya Sari Dapil 1 Kecamatan Patebon, KH Turmudzi Dapil 2 Kecamatan Brangsong, KH Muhroji Dapil 3 Kecamatan Singorojo, KH Zainal Dapil 4 Kecamatan Sukorejo, KH Rohmad Dapil 5 Kecamatan Gemuh, dan KH Rozak Dapil 6 Kecamatan Cepiring.

Keenam Kyai di atas memiliki peran penting dalam memobilisasi dukungan bagi Partai Kebangkitan Bangsa (PKB). Sebagai tokoh agama yang dihormati, kyai memiliki pengaruh besar di kalangan masyarakat, khususnya di komunitas pedesaan dan lingkungan religius. Kepercayaan masyarakat terhadap kyai yang dikenal jujur dan berdedikasi pada nilai-nilai Islam menjadikan mereka sebagai perantara yang efektif dalam memperkenalkan PKB sebagai partai yang peduli terhadap kebutuhan komunitas religius dan masyarakat pada umumnya. Melalui pendekatan ini, kyai berhasil membangun kepercayaan publik terhadap PKB sebagai partai yang berpihak pada aspirasi umat.

Pemanfaatan media sosial sebagai alat penyebaran pesan politik PKB dilakukan melalui koordinasi dengan kyai dan komunitas keagamaan. PKB mengajak Gus, kyai, santri, serta akun-akun dakwah dan komunitas alumni di Kabupaten Kendal untuk memposting konten yang menonjolkan nilai perjuangan PKB dalam masyarakat, terutama dalam bidang agama dan pengembangan pesantren. Misalnya, konten yang menampilkan Gus Muhaimin sebagai panglima santri serta peran PKB dalam pembentukan undang-undang pesantren dan pendampingan regulasi terkait pesantren di Kendal. Dengan santri dan alumni pesantren sebagai role model yang mendukung PKB, diharapkan para pengikutnya juga mengikuti jejak mereka dalam mendukung partai ini melalui penyebaran informasi di media sosial (Amir et al., 2020).

PKB menguatkan strategi kemenangannya dengan menyelenggarakan kegiatan di kalangan santri dan komunitas alumni pesantren, yang kemudian dipublikasikan melalui akun-akun media sosial ponpes dan komunitas santri. Kegiatan tersebut disiarkan secara live atau tidak live, yang bertujuan untuk memperkuat keterikatan antara partai dan komunitas pesantren. Strategi ini dinilai efektif dalam mengajak santri dan komunitas alumni untuk mendukung PKB, karena memberikan bukti konkret tentang peran aktif PKB di tengah masyarakat pesantren (Kelly & Fairley, 2019)st.

Strategi Pendekatan Gen Z melalui Media Sosial

Generasi Z, yang lahir antara pertengahan 1990-an hingga awal 2010-an, dikenal sebagai generasi digital native. Mereka tumbuh dengan teknologi internet dan media sosial sebagai bagian integral dari kehidupan sehari-hari. Oleh karena itu, pendekatan politik yang efektif untuk Gen Z harus berpusat pada platform digital, seperti TikTok, Instagram, YouTube, dan Whatsapp. PKB menyadari hal ini dan mulai merancang strategi kampanye politik yang relevan dengan kebiasaan konsumsi media Gen Z.

Teori Uses and Gratification dapat menjelaskan mengapa Gen Z cenderung tertarik pada konten seperti ini. Teori ini menyatakan bahwa pengguna media sosial mencari konten yang memenuhi kebutuhan psikologis mereka, seperti hiburan, identitas diri, dan interaksi sosial. Dengan menghadirkan konten yang tidak hanya menghibur tetapi juga sarat dengan nilai-nilai Islam, PKB mampu memenuhi kebutuhan Gen Z yang mencari keseimbangan antara gaya hidup modern dan identitas keagamaan.

Selain itu, pendekatan PKB melalui media sosial juga didukung oleh *Teori Jaringan Sosial (Social Network Theory)*, di mana pesan-pesan yang disampaikan melalui influencer atau figur populer di media sosial cenderung lebih cepat viral dan mendapatkan dukungan. Nasida Ria, sebagai grup musik yang populer di kalangan berbagai usia, termasuk Gen Z, mampu menjadi jembatan antara pesan politik PKB dengan audiens yang lebih muda.

Namun, ada tantangan dalam strategi ini. Tidak semua konten viral dapat mempertahankan relevansi atau mendalam secara politis. Konten yang terlalu ringan atau terfokus pada hiburan semata mungkin tidak mampu membangun keterlibatan politik yang bermakna dalam jangka panjang. Oleh karena itu, PKB perlu mengkombinasikan konten hiburan dengan pesan-pesan politik yang kuat agar tidak hanya mendapatkan perhatian, tetapi juga memobilisasi dukungan.

Dengan menggunakan pendekatan yang berpusat pada media sosial, PKB mampu menjangkau segmen pemilih yang sebelumnya sulit dijangkau melalui metode kampanye tradisional. Namun, keberhasilan strategi ini tidak hanya bergantung pada kemampuan menarik perhatian, tetapi juga pada konsistensi dalam menyampaikan pesan yang relevan dan bermakna bagi Gen Z. Oleh karena itu, kombinasi antara konten hiburan dan edukasi politik menjadi kunci utama dalam menjaga keberlanjutan strategi ini.

Salah satu temuan penting dalam penelitian ini adalah bagaimana PKB memanfaatkan media sosial untuk merangkul generasi muda, khususnya Gen Z, yang memiliki gaya hidup sangat akrab dengan teknologi digital. Generasi ini lebih banyak menghabiskan waktu di platform online daripada media konvensional, sehingga PKB perlu menyesuaikan strategi pemasarannya agar efektif menjangkau mereka. Salah satu platform yang banyak digunakan oleh PKB untuk mendekati Gen Z adalah TikTok, yang sangat populer di kalangan anak muda.

Strategi PKB dalam pendekatan ini mengacu pada konsep *pull marketing* (Nursal, 2004), di mana kader-kader partai berusaha membentuk citra positif melalui konten yang diunggah di media sosial. PKB menginstruksikan para kadernya untuk aktif di platform digital seperti TikTok dan menyajikan konten yang sesuai dengan gaya hidup Gen Z. Dalam praktiknya, konten yang diunggah lebih berfokus pada kegiatan sehari-hari kader yang dekat dengan masyarakat, serta pesan-pesan yang disampaikan dalam bentuk yang menghibur.

PKB menyadari pentingnya pendekatan kepada generasi Z melalui media sosial, mengingat karakter generasi ini yang cenderung digital-native dan aktif di platform online. Untuk mencapai generasi muda ini, PKB menggunakan konten yang kreatif dan relevan, disesuaikan dengan gaya komunikasi yang menarik bagi Gen Z. Dengan menggaet figur-figur muda seperti gus dan santri yang populer di media sosial, PKB berhasil menciptakan kesan bahwa partai ini mendukung aspirasi anak muda yang ingin melihat perubahan di ranah politik dan sosial.

Konten yang dibuat untuk menarik perhatian generasi Z difokuskan pada isu-isu yang dekat dengan kehidupan mereka, seperti pemberdayaan anak muda di pondok pesantren, pentingnya pendidikan, serta topik-topik yang mengusung inklusivitas dan inovasi. Selain itu, penyampaian konten juga dilakukan dengan format yang ramah media sosial seperti video pendek, infografis, dan unggahan cerita. Langkah ini menunjukkan bahwa PKB berusaha menjadi partai yang inklusif dan relevan, bukan hanya bagi kalangan tua, tetapi juga bagi generasi muda yang akan menjadi penerus bangsa.

PKB juga menyelenggarakan berbagai kegiatan yang relevan bagi komunitas Gen Z, seperti seminar virtual, diskusi daring, dan kegiatan keagamaan yang disiarkan melalui media sosial. Melalui pendekatan ini, PKB berusaha menciptakan lingkungan politik yang menarik bagi generasi muda dengan memanfaatkan saluran komunikasi yang akrab dengan mereka. Hal ini diharapkan dapat membangun kedekatan antara PKB dan generasi Z, serta menumbuhkan kepercayaan mereka pada partai sebagai saluran aspirasi politik yang terbuka dan progresif.

Dalam wawancara dengan kader dan responden dari masyarakat Kendal, ditemukan bahwa Gen Z sangat responsif terhadap konten-konten yang disajikan di Sosial Media. Mereka cenderung lebih mudah terpengaruh oleh konten yang menarik dan menghibur dibandingkan dengan kampanye politik yang formal dan kaku. Oleh karena itu, pendekatan politainment yang diterapkan oleh PKB dinilai efektif dalam meningkatkan minat dan partisipasi politik di kalangan Gen Z.

Selain konten politainment, kader PKB juga memanfaatkan Sosial Media untuk memperkenalkan program-program kampanye dengan cara yang sederhana dan mudah dicerna. Misalnya, visi dan misi partai disampaikan dalam bentuk video singkat dengan durasi yang tidak terlalu panjang, agar sesuai dengan kebiasaan pengguna Sosial Media yang lebih menyukai konten

yang cepat dan informatif. Hal ini membuktikan bahwa PKB mampu beradaptasi dengan kebutuhan dan preferensi Gen Z dalam mengakses informasi politik.

Dengan demikian, strategi pemasaran politik PKB melalui media sosial, khususnya Sosial Media, telah berhasil menarik perhatian Gen Z di Kendal. Konten-konten yang disajikan tidak hanya menghibur, tetapi juga memberikan edukasi politik yang relevan dan menarik bagi generasi muda. Ini menjadi salah satu faktor penting dalam meningkatkan partisipasi politik Gen Z dalam pemilu 2024.

Faktor yang Mendukung Pemenangan

Persiapan yang matang menjadi salah satu faktor kunci dalam kemenangan PKB di berbagai daerah. PKB memanfaatkan data pemilu dari 2014 hingga 2019 untuk memetakan basis dukungan partai, baik di daerah kuat, sedang, maupun lemah. Data ini menjadi landasan bagi proses rekrutmen caleg di masing-masing daerah pemilihan (dapil), mengingat setiap dapil memiliki karakteristik dan tantangan yang unik. Penempatan caleg yang tepat, misalnya dengan mengutamakan caleg perempuan yang memiliki kinerja baik, memberikan keuntungan tersendiri bagi PKB dalam menarik suara dari kelompok-kelompok pemilih yang spesifik.

Selain pemetaan basis dukungan, PKB juga melakukan evaluasi rutin setiap minggu dengan mengumpulkan para caleg untuk membahas kekurangan yang masih ada di setiap desa atau kecamatan. Dari evaluasi ini, dihasilkan strategi baru untuk memperbaiki kekurangan yang ada, sehingga setiap dapil dapat bergerak dalam satu kesatuan strategi yang solid. Sinergi antar-dapil menjadi penting dalam menciptakan tim yang kuat dan saling mendukung, agar seluruh caleg dapat berjuang bersama dalam mencapai target kemenangan PKB di wilayahnya masing-masing.

Kolaborasi antara berbagai tingkatan legislatif juga menjadi faktor pendukung penting dalam kemenangan PKB. Dukungan yang diberikan oleh anggota DPR RI, DPR Provinsi, dan DPR Kabupaten menciptakan basis kekuatan yang besar, baik dari segi logistik maupun tim kampanye. Dengan adanya sinergi antara tingkat pusat dan daerah, PKB mampu menjalankan strategi kemenangan yang lebih efektif dan terstruktur. Kombinasi antara basis dukungan yang luas dan tim kampanye yang solid menjadi modal penting bagi PKB dalam menghadapi kontestasi politik.

Pencalonan Gus Muhaimin sebagai calon presiden pada 2024 juga memberikan efek elektoral yang positif bagi PKB. Keikutsertaan Gus Muhaimin di panggung nasional meningkatkan eksposur dan popularitas PKB, yang tidak hanya berdampak di DPR RI, tetapi juga di DPR Provinsi dan Kabupaten. Hal ini membuka peluang bagi PKB untuk menarik suara dari berbagai lapisan masyarakat yang mendukung Gus Muhaimin sebagai figur pemimpin nasional, sekaligus memperkuat posisinya di tingkat legislatif.

Seluruh calon legislatif PKB bergerak secara aktif dan konsisten dalam meyakinkan masyarakat hingga akhir masa kampanye. Tidak ada caleg yang menyerah di tengah jalan; semuanya berkomitmen untuk terus bekerja keras hingga titik akhir. Dukungan penuh yang diberikan oleh seluruh struktur partai, ditambah dengan semangat juang dari para caleg, menciptakan soliditas tim yang kuat dalam menghadapi kompetisi politik.

Analisis Kritis Strategi PKB dalam Memperkuat Kepercayaan Publik melalui Peran Kyai dan Pendekatan Media Sosial untuk Generasi Z

Analisis kritis terhadap strategi PKB dalam memanfaatkan peran kyai dan media sosial dalam kampanye menunjukkan beberapa kelebihan sekaligus tantangan yang dihadapi partai tersebut. Salah satu kekuatan utama strategi ini adalah pemanfaatan otoritas moral kyai sebagai figur keagamaan yang dipercaya oleh masyarakat. Kyai yang dihormati secara luas di kalangan masyarakat pedesaan dan komunitas religius memberikan legitimasi moral terhadap kampanye politik PKB, yang dapat meningkatkan kepercayaan publik dan menumbuhkan loyalitas pemilih. Namun, peran kyai ini juga dapat menjadi pisau bermata dua, terutama jika keterlibatan mereka di bidang politik mulai dilihat sebagai bentuk politisasi agama, yang bisa memicu perpecahan dalam komunitas keagamaan dan berpotensi merusak citra netralitas agama.

Pendekatan PKB yang menggunakan figur kyai sebagai jembatan antara politik dan agama memang memberikan keuntungan bagi partai di kalangan pemilih konservatif. Namun, strategi ini



kurang fleksibel untuk menjangkau segmen pemilih yang lebih muda atau masyarakat urban yang mungkin melihat keterlibatan kyai dalam politik sebagai inkonsistensi terhadap nilai-nilai keagamaan yang mereka junjung. Oleh karena itu, PKB perlu memikirkan kembali bagaimana menjaga keseimbangan antara memperkuat pengaruh kyai di kalangan pemilih tradisional, sambil tetap memperluas daya tarik di kalangan generasi yang lebih muda dan urban yang cenderung skeptis terhadap politik berbasis agama (Fariastuti & Mukka, 2020).

Strategi penggunaan media sosial oleh PKB, terutama untuk menarik perhatian generasi muda, merupakan langkah progresif dalam adaptasi terhadap kebutuhan komunikasi digital. Konten politainment yang memadukan unsur hiburan dengan pesan politik telah terbukti efektif dalam menarik perhatian Gen Z. Namun, tantangan yang dihadapi adalah bagaimana mempertahankan relevansi dan kedalaman pesan politik di balik konten yang berfokus pada hiburan. Terlalu banyak konten ringan tanpa substansi dapat mengaburkan tujuan politik dan mengurangi keseriusan pesan yang ingin disampaikan oleh partai, sehingga PKB perlu berhati-hati dalam memastikan bahwa setiap konten yang diunggah tetap mengandung pesan yang bermakna dan dapat memotivasi dukungan politik jangka Panjang (Kartini dkk, 2020).

PKB juga perlu mempertimbangkan bahwa media sosial bukanlah satu-satunya platform yang efektif dalam menjangkau pemilih muda. Meskipun Gen Z dikenal sebagai pengguna digital native, tidak semua di antara mereka aktif di platform seperti TikTok atau Instagram. Oleh karena itu, PKB perlu mengkombinasikan strategi media sosial dengan pendekatan yang lebih langsung dan berbasis komunitas untuk membangun hubungan yang lebih personal dan mendalam dengan pemilih muda. Dengan demikian, PKB dapat memperluas jangkauan kampanyenya dan tidak hanya bergantung pada platform digital yang rentan terhadap tren dan perubahan algoritma.

Dalam memobilisasi dukungan melalui media sosial, PKB juga menggunakan influencer atau tokoh populer yang dapat menarik perhatian pemilih muda. Namun, strategi ini berisiko jika influencer yang dipilih tidak memiliki keterkaitan atau pemahaman mendalam tentang visi dan misi partai. Penggunaan influencer yang hanya berfokus pada popularitas dapat membuat kampanye terlihat dangkal dan kehilangan integritas di mata publik. Oleh karena itu, PKB perlu lebih selektif dalam memilih figur yang mampu mewakili nilai-nilai partai dan memiliki komitmen terhadap tujuan politik PKB, sehingga pesan yang disampaikan tidak hanya viral tetapi juga memiliki dampak positif jangka Panjang (Alessandro et al., 2021).

Terakhir, faktor penting dalam strategi kemenangan PKB adalah kolaborasi antar-tingkatan legislatif dan sinergi antara struktur pusat dan daerah. Keberhasilan ini menuntut koordinasi yang baik serta komunikasi yang terstruktur antar-caleg dan tim kampanye. Namun, hal ini juga membutuhkan dukungan sumber daya yang besar dan komitmen dari seluruh caleg untuk bekerja bersama dalam satu kesatuan. Jika tidak dikelola dengan baik, perbedaan kepentingan antara caleg atau tingkat legislatif dapat menimbulkan friksi internal yang melemahkan upaya kampanye PKB. Partai perlu memperkuat mekanisme evaluasi dan pengawasan agar setiap anggota tetap fokus pada tujuan bersama dan mampu beradaptasi dengan kebutuhan pemilih di masing-masing daerah (Dai et al., 2019)st.

SIMPULAN

Simpulan dalam konteks penelitian ini menghasilkan fakta bahwa peran Kyai dan strategi pemasaran politik PKB memiliki dampak signifikan dalam membangun kepercayaan publik dan meningkatkan partisipasi politik, terutama di kalangan masyarakat yang religius dan generasi muda. Penelitian ini menyoroti tiga aspek utama dalam upaya Partai Kebangkitan Bangsa (PKB) untuk membangun dukungan dan kepercayaan publik melalui pendekatan yang komprehensif. Pertama, peran sentral kyai dalam membangun kepercayaan publik menunjukkan bahwa kyai tidak hanya menjadi simbol keagamaan, tetapi juga figur moral yang mampu menjembatani pesan politik dengan pesan agama. Melalui figur kyai, PKB berhasil mendapatkan legitimasi dan dukungan, terutama di kalangan masyarakat tradisional yang menghormati nilai-nilai keagamaan.

Kedua, PKB mengadopsi strategi digital dalam menarik perhatian generasi muda, terutama Gen Z, yang memiliki kebiasaan konsumsi media yang berbeda dari generasi sebelumnya. Dengan



memanfaatkan platform media sosial seperti TikTok dan Instagram, PKB berhasil merancang konten yang menghibur namun edukatif, yang sesuai dengan gaya hidup Gen Z. Strategi ini tidak hanya menarik perhatian, tetapi juga menginspirasi keterlibatan politik yang lebih besar di kalangan anak muda.

Ketiga, PKB memperkuat strategi pemenangan melalui analisis data dan evaluasi yang rutin. Dengan memanfaatkan data pemilu sebelumnya, PKB mampu memetakan basis dukungan dan merumuskan strategi yang disesuaikan dengan karakteristik tiap daerah. Evaluasi mingguan dan sinergi antar-caleg di setiap daerah pemilihan membantu PKB menjaga konsistensi dan keberhasilan strategi kampanye yang solid.

Selain itu, pencalonan Gus Muhaimin sebagai calon presiden memberikan dorongan elektoral yang signifikan. Eksposur yang lebih besar di tingkat nasional menambah daya tarik PKB di mata masyarakat luas, sehingga memperluas basis dukungan PKB tidak hanya di tingkat pusat tetapi juga di tingkat daerah. Faktor ini turut memperkuat posisi PKB sebagai partai yang relevan bagi berbagai lapisan masyarakat.

Dengan strategi yang menyeluruh, mulai dari dukungan kyai, pendekatan digital untuk Gen Z, hingga persiapan pemenangan yang matang, PKB berhasil membangun kepercayaan publik dan menciptakan soliditas tim yang kuat. Keseluruhan upaya ini mencerminkan komitmen PKB dalam menguatkan posisi politiknya melalui pendekatan yang berbasis nilai keagamaan, teknologi, dan strategi politik yang adaptif.

Simpulan dalam penelitian ini menyoroti bahwa peran Kyai dan strategi pemasaran politik PKB telah membawa dampak signifikan dalam membangun kepercayaan publik dan meningkatkan partisipasi politik. Peran kyai sebagai figur moral yang mampu menyampaikan pesan politik dengan pendekatan keagamaan telah memberi PKB legitimasi, terutama di kalangan masyarakat yang menghargai nilai-nilai tradisional. Hal ini menggambarkan pentingnya memanfaatkan figur otoritas keagamaan untuk membangun koneksi emosional dengan pemilih, serta menunjukkan bagaimana strategi berbasis kepercayaan dapat meningkatkan dukungan publik secara efektif. Namun, perlu dianalisis lebih lanjut bagaimana pengaruh kyai tersebut dapat beradaptasi dengan tren sosial dan politik yang lebih luas, serta tantangan yang mungkin muncul ketika pesan politik dipengaruhi oleh figur agama.

Dalam hal strategi digital, penelitian ini menunjukkan keberhasilan PKB dalam menarik perhatian generasi muda, khususnya Gen Z, melalui pemanfaatan media sosial seperti TikTok dan Instagram. Strategi ini berhasil menciptakan keterlibatan yang lebih besar dari kalangan anak muda yang biasanya lebih skeptis terhadap politik tradisional. Namun, untuk memperkaya pemahaman tentang dampak strategi ini, akan sangat berguna jika dilakukan analisis lebih mendalam mengenai efektivitas jangka panjang dari strategi digital PKB ini, serta bagaimana keberlanjutan engagement dengan Gen Z dapat dipertahankan tanpa kehilangan elemen keaslian dan kepercayaan yang telah dibangun.

Rekomendasi praktis untuk PKB adalah untuk terus memanfaatkan teknologi digital sambil tetap menjaga hubungan dengan elemen tradisional yang mendalam, seperti kyai, guna menjaga keseimbangan antara modernisasi dan pelestarian nilai-nilai agama. Implikasi lebih luas dari penelitian ini adalah pentingnya adaptasi partai politik dalam mengelola dinamika perubahan sosial dan teknologi yang cepat. Dengan demikian, PKB perlu memperkuat evaluasi berkelanjutan terhadap strategi mereka, termasuk memperhitungkan pergeseran demografis dan preferensi politik yang berkembang di masyarakat. Sebuah pendekatan yang lebih holistik dalam strategi pemenangan, yang mengintegrasikan pendekatan berbasis data dengan pemahaman kultural yang mendalam, akan semakin meningkatkan daya saing dan relevansi PKB di masa depan.

DAFTAR PUSTAKA

Alessandro, M., Cardinale Lagomarsino, B., Scartascini, C., Streb, J., & Torrealday, J. (2021). Transparency and trust in government evidence from a survey experiment. *World Development*, 138, 105223. <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2020.105223>

- Amir, A., Sukarno, T. D., & Rahmawati, F. (2020). Identifying Potential and Development Status of Tourism Village Development in Central Lombok Regency, West Nusa Tenggara. *Journal of Regional and Rural Development Planning*, 4(2), 84–98.
- Apriliyanti, R. (2020). Ecological media perspective on WhatsApp status features. *Indonesian Journal of Social Sciences*, 12(2), 73. <https://doi.org/10.20473/ijss.v12i2.22910>
- Campbell, L. (2014). Beyond Pollock: on visual art objects as non-traditional forms of performance document. *International Journal of Performance Arts and Digital Media*, 10(1), 35–47. <https://doi.org/10.1080/14794713.2014.912499>
- Dai, T., Hein, C., & Zhang, T. (2019). Understanding how Amsterdam City tourism marketing addresses cruise tourists' motivations regarding culture. *Tourism Management Perspectives*, 29, 157–165. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2018.12.001>
- Damayanti, N., & Hamzah, R. E. (2017). Strategi Kampanye Politik Pasangan Jokowi-Jk Pada Politik Pemilihan Presiden 2014. *WACANA, Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 16(2), 279. <https://doi.org/10.32509/wacana.v16i2.52>
- Dinaka, B. R., & Arsil, F. (2023). Pengembalian Fungsi Pengawasan Pemilu Kepada Masyarakat Sebagai Wujud Penyelenggaraan Pemilu Yang Demokratis. *Jurnal Konstitusi & Demokrasi*, 3(1). <https://doi.org/10.7454/JKD.v3i1.1304>
- Eliya, I., Zulaeha, I., & Artikel, S. (2017). Seloka: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia Pola Komunikasi Politik Ganjar Pranowo dalam Perspektif Sosiolinguistik di Media Sosial Instagram Info Artikel. *Seloka*, 6(3), 286–296. <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/seloka>
- Fariastuti, I., & Mukka, P. (2020). Kampanye Public Relations #Medialawancovid19 Di Media Massa. *Jurnal Pustaka Komunikasi, Volume 3(2)*, 212–220. <http://journal.moestopo.ac.id/index.php/pustakom>
- Hasfi, N. (2019). Komunikasi politik di era digital. *Politika: Jurnal Ilmu Politik*, 1(1), 93–111. <http://jurnal.darmaagung.ac.id/index.php/socialopinion/article/view/1261%0Ahttps://jurnal.darmaagung.ac.id/index.php/socialopinion/article/download/1261/1078>
- Kartini dkk. (2020). Metode Analisis Framing dalam Media Sosial. *Jurnal Edukasi Nonformal*, 3(2), 142.
- Kelly, D. M., & Fairley, S. (2019). What about the event? How do tourism leveraging strategies affect small-scale events? *Tourism Management*, 64, 335–345. <https://doi.org/10.1016/J.TOURMAN.2017.09.009>
- Maro'atussofa, C., & Kusumastuti, E. (2019). Profesionalitas Penari Lengger Grup Pager Tawon Wonosobo. *Jurnal Seni Tari*, 8(2), 150–160. <https://doi.org/10.15294/jst.v8i2.33778>
- Maro'atussofa, C., Hartono, H., & Cahyono, A. (2022). Catharsis: Journal of Arts Education Lengger Mask Dance Performance: Art Tourism-Based Art Education. *Catharsis: Journal of Arts Education*, 11(3), 218–229. <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/chatarsis>
- Nikmah, C. S., & Suhardiyanto, A. (2021). Strategi Pemenangan H. Nuruddin Amin (Gus Nung) dengan Mengonstruksi Identitas Nahdlatul Ulama pada Pemilihan Legislatif 2019 di Jepara. *Unnes Political Science Journal*, 5(1), 26–30. <https://doi.org/10.15294/upsj.v5i1.44234>
- Sugiyono. (2016). *METODE PENELITIAN PENDIDIKAN: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (24th ed.). Alfabeta.
- Susandro, S., & Taruan, H. N. (2021). Pertunjukan Sidalupa Buraq Lam Tapa Di Bubon-Aceh Barat Dalam Perspektif Performance Studies. *Gorga: Jurnal Seni Rupa*, 10(2), 312. <https://doi.org/10.24114/gr.v10i2.27441>
- Wahyudi, V. (2018). Politea : Jurnal Politik Islam POLITIK DIGITAL DI ERA REVOLUSI INDUSTRI 4 . 0 MARKETING & KOMUNIKASI POLITIK. *Politea: Jurnal Politik Islam*, 1(2), 149–168. <http://journal.uinmataram.ac.id/index.php/politea>
- Wijayanto, W., Martini, R., & Elsitra, G. N. (2022). Kajian Kritis Komunikasi Krisis: Belajar dari Kerumitan Komunikasi Pemerintah Menghadapi Pandemi Covid-19. *Politika: Jurnal Ilmu Politik*, 13(1), 149–166. <https://doi.org/10.14710/politika.13.1.2022.149-166>
- Wulan Suri, E., & Yuneva. (2021). Akselerasi Transformasi Digital Pada Tata Kelola Pemilu di Kota Bengkulu. *Mimbar : Jurnal Penelitian Sosial Dan Politik*, 10 No. 2(2), 1–10.
- Yousif, N., Cole, J., Rothwell, J. C., Diedrichsen, J., Zelik, K. E., Winstein, C. J., Kay, D. B., Wijesinghe, R., Protti, D. A., Camp, A. J., Quinlan, E., Jacobs, J. V., Henry, S. M., Horak, F. B., Jacobs, J. V., Fraser, L. E., Mansfield, A., Harris, L. R., Merino, D. M., ... Dublin, C. (2018). KLASIFIKASI DATA SCIMAGO JOURNAL DAN COUNTRY RANK MENGGUNAKAN ALGORITMA C4.5. *Journal of Physical Therapy Science*, 9(1), 1–11. <https://dSPACE.uui.ac.id/handle/123456789/7761>

