

# **Propaganda in Political Campaign Strategies: The Dialectic of Political Morality and Substantive Democracy in the Context of Elections in Indonesia**

## **Propaganda Dalam Strategi Kampanye Politik: Dialektika Moral Politik dan Demokrasi Substantif Dalam Bingkai Pemilu di Indonesia**

**Marzuki<sup>1</sup>**

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan

Email: [Marzuki1100000173@uinsu.ac.id](mailto:Marzuki1100000173@uinsu.ac.id)

**Thorieq Al Abdu<sup>2</sup>**

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan

Email: [thorieq0404223037@uinsu.ac.id](mailto:thorieq0404223037@uinsu.ac.id)

**Ayu Wantika<sup>3</sup>**

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan

Email: [wantikaayu1@gmail.com](mailto:wantikaayu1@gmail.com)

**Andre Selamat Sinaga<sup>4</sup>**

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan

Email: [andreselamat1403@gmail.com](mailto:andreselamat1403@gmail.com)

**Juni Yanti Siagian<sup>5</sup>**

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan

Email: [juniyanti0604@gmail.com](mailto:juniyanti0604@gmail.com)

**Abstract:** *The role of propaganda and political campaign tactics is crucial in shaping public opinion and directing political support. Propaganda aims to influence voters' perceptions through various communication methods, both persuasive and manipulative. This paper will analyse how propaganda practices and political campaign strategies influence public opinion in the context of substantive democracy in Indonesia and political moral studies based on Pancasila. This research uses a qualitative method with an analytical approach to analyse propaganda practices in political campaigns in Indonesia. In political campaigns, the strategies used can be positive, such as building a candidate's image, or negative, such as black campaigns that focus on attacks against political opponents. Advances in technology and social media have increased the effectiveness of political propaganda, enabling political messages to spread quickly and widely. The results of the study indicate that the use of massive propaganda strategies can increase a candidate's electability, but it is also prone to triggering disinformation, which ultimately undermines the quality of democracy. Therefore, a deep understanding of how propaganda and political campaign strategies work, as*

*well as their impact on society, is important in the context of modern political processes that prioritise moral principles to achieve substantive democracy.*

**Keywords:** *Democracy, Propaganda, Political Campaign, Communication Strategy.*

**Abstrak:** Peran propaganda dan taktik kampanye politik sangat krusial dalam membentuk pandangan publik serta mengarahkan dukungan politik masyarakat. Propaganda bertujuan memengaruhi persepsi pemilih melalui berbagai metode komunikasi, baik yang bersifat persuasif maupun manipulatif. Tulisan ini akan menganalisis bagaimana praktik propaganda dan strategi kampanye politik memengaruhi opini publik dalam konteks demokrasi substantif di Indonesia serta kajian moral politik berdasarkan Pancasila. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan analisis untuk menganalisis praktik propaganda dalam kampanye politik di Indonesia. Dalam kampanye politik, strategi yang digunakan bisa bersifat positif, seperti membangun citra kandidat, atau negatif, seperti kampanye hitam yang fokus pada serangan terhadap lawan politik. Kemajuan teknologi dan media sosial telah meningkatkan efektivitas propaganda politik, memungkinkan pesan-pesan politik menyebar dengan cepat dan luas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan strategi propaganda yang masif dapat meningkatkan elektabilitas kandidat, namun juga rentan memicu disinformasi yang pada akhirnya merusak kualitas demokrasi. Oleh karena itu, pemahaman mendalam tentang cara kerja propaganda dan strategi kampanye politik, serta dampaknya terhadap masyarakat, menjadi hal yang penting dalam konteks proses politik modern dengan mengedepankan prinsip moralitas untuk tercapainya demokrasi substantif.

**Kata kunci:** Demokrasi, Propaganda, Kampanye Politik, Strategi Komunikasi.

## Pendahuluan

Propaganda dan strategi kampanye politik telah lama menjadi alat penting dalam setiap ajang pemilihan, baik di tingkat lokal maupun nasional. Kampanye menjadi wadah utama bagi kandidat atau partai politik untuk menarik simpati serta memperoleh dukungan dari masyarakat. Propaganda menjadi metode yang sering digunakan dalam kampanye, yang bertujuan untuk membentuk opini publik sesuai dengan kepentingan politik tertentu. Propaganda bisa bersifat positif, seperti membangun citra baik seorang kandidat, tetapi juga bisa

bersifat negatif, seperti menyebarkan informasi yang menyesatkan untuk menumbangkan lawan politik.<sup>1</sup>

Persuasi dan manipulasi merupakan dua pendekatan utama strategi kampanye politik. Kampanye yang berbasis persuasi lebih menitikberatkan pada penyampaian visi, misi, serta program kerja secara jujur dan transparan agar dapat menarik simpati pemilih. Sementara itu, strategi manipulatif sering kali menggunakan praktik yang menyesatkan, seperti menebarkan hoaks atau menggiring opini publik melalui informasi yang bias. Perbedaan antara kedua pendekatan ini menjadi konflik dalam dunia politik, terutama dalam menjaga etika dan kualitas demokrasi.

Kemajuan teknologi, khususnya media sosial, telah memberikan pengaruh signifikan terhadap pola penyebaran propaganda politik. Dengan adanya platform digital, pesan-pesan politik dapat diviralkan secara cepat dan menjangkau berbagai lapisan masyarakat. Selain itu, media sosial juga memungkinkan para pelaku politik untuk menyasar audiens tertentu melalui teknik micro-targeting, yang memungkinkan mereka mengirim pesan yang lebih personal dan sesuai dengan karakteristik pemilih. Namun, di sisi lain, media sosial bisa menjadi sarana penyebaran informasi palsu, hoaks, serta propaganda negatif yang dapat memengaruhi persepsi masyarakat secara bias.<sup>2</sup>

Salah satu taktik yang sering digunakan dalam kampanye politik adalah *black campaign* dan *negative campaign*. *Black campaign* umumnya berisi serangan terhadap musuh politik dengan menebarkan informasi palsu atau fitnah sebagai contoh yang pernah terjadi adalah penggunaan isu kebangkitan komunisme di Indonesia pada ajang Pilpres Tahun 2014.<sup>3</sup> Di lain sisi, *negative campaign* lebih terarah pada

---

<sup>1</sup> Universitas Bakrie dkk., "Propaganda Politik Dalam Media Melalui Artikel Berita pada Kanal Sorot Politik Di Kompas.com," *COMMTEMPORER: Jurnal Komunikasi Kontemporer* 01, no. 01 (Juni 2024): 47–57, <https://doi.org/10.36782/cjik.v1i01.342>.

<sup>2</sup> Amilin Amilin, "Pengaruh Hoaks Politik dalam Era Post-Truth terhadap Ketahanan Nasional dan Dampaknya pada Kelangsungan Pembangunan Nasional," *Jurnal Lembannas RI* 7, no. 3 (Agustus 2020): 5–11, <https://doi.org/10.55960/jlri.v7i3.73>.

<sup>3</sup> M Himawan Sutanto, "Propaganda Politik Calon Presiden Republik Indonesia 2014–2019 (Analisis Isi Berita Kampanye Pemilihan Presiden Tahun

pengungkapan kelemahan lawan berdasarkan fakta yang ada, yaitu menyasar kelemahan lawan secara personal, bukan pada aspek yang semestinya di bawa ke ranah politik dalam publik. Kedua strategi ini memiliki dampak besar terhadap jalannya pemilihan, baik dalam meningkatkan elektabilitas kandidat tertentu maupun dalam merusak citra musuh politik.

Beberapa studi terhadap tema serupa menyoroiti bagaimana propaganda dalam kampanye politik berevolusi menjadi strategi komunikasi yang semakin terpersonalisasi dan terintegrasi. Pertama, penelitian oleh Tanusondjaja et al. mengamati bahwa iklan politik berbayar di media sosial khususnya Snapchat menggunakan berbagai kombinasi kriteria penargetan dan durasi penayangan untuk mengoptimalkan jangkauan serta efisiensi biaya, dan menunjukkan bahwa pendekatan targeting minimal dengan jadwal lebih panjang dapat menghasilkan impresi serupa dengan anggaran yang lebih rendah.<sup>4</sup> Kedua, penelitian Dai dan Luqiu memperkenalkan konsep “*political native advertising*” iklan politik yang disamarkan sebagai konten editorial di media independen dan melalui eksperimen survei menemukan bahwa audiens sering gagal membedakan iklan dari artikel berita, sehingga menjadikan propaganda jenis ini sangat persuasif dan menurunkan kepercayaan pada media ketika keberadaannya terungkap.<sup>5</sup> Ketiga, penelitian oleh Abd. hanan mengenai propaganda politik pascakebenaran (*posttruth*). kajian ini menunjukkan bahwa propaganda politik pascakebenaran (*posttruth*) modern tidak hanya mengandalkan *framing issue* dan *emotional appeal*, tetapi juga bergantung pada *data-driven targeting* dan teknik penyamaran

---

2014 pada Harian Kompas Edisi 4 Juni sampai 5 Juli 2014),” *Jurnal Humanity* 9, no. 2 (2014), <http://ejournal.umm.ac.id/index.php/humanity/article/view/2391>.

<sup>4</sup> Tanusondjaja, Arry and Michelon, Aaron J. and Hartnett, Nicole and Stocchi, Lara, Reaching Voters on Social Media: Planning Political Advertising on Snapchat (May 4, 2023). *International Journal of Market Research* 2023, Vol. 65(5) 566–580, Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=4778430>

<sup>5</sup> Yaoyao Dai dan Luwei Luqiu, “Camouflaged Propaganda: A Survey Experiment on Political Native Advertising,” *Research & Politics* 7, no. 3 (Juli 2020), <https://doi.org/10.1177/2053168020935250>.

konten menggunakan media sosial untuk memaksimalkan pengaruh politik.<sup>6</sup>

Keempat, penelitian oleh Eny Theresia Nainggolan dkk, membahas mengenai penggunaan bahasa dalam propaganda politik di social media. Hasil penelitian menunjukkan bahwa salah satu mekanisme propaganda politik menggunakan bahasa adalah model “Sarkas” yang di dalamnya terdapat unsur menyerang lawan politik dengan nada kebencian secara personal, hal tersebut tentunya bertentangan dengan moral dan karakteristik bangsa yang beradab.<sup>7</sup> Berdasarkan uraian telaah pustaka tersebut, penelitian memiliki signifikansi kajian untuk mengeksplorasi bagaimana praktik propaganda dan strategi kampanye politik memengaruhi opini publik dalam konteks demokrasi modern substantif di Indonesia serta kajian moral politik berdasarkan Pancasila sebagai falsafah bangsa. Tujuan utama dari penelitian ini adalah mengetahui serta merekomendasikan bagaimana praktik kampanye politik berlandaskan moral bangsa Indonesia yang termaktub dalam setiap sila Pancasila.

### Metode Penelitian

Penelitian ini mengadopsi model penelitian kualitatif dengan metode pendekatan analisis konten<sup>8</sup> untuk mengeksplorasi peran propaganda dan strategi kampanye politik. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk menganalisis secara mendalam pesan- pesan politik yang diberitakan melalui berbagai media, termasuk media sosial, iklan politik, dan materi kampanye lainnya. Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari teks, gambar, dan video yang relevan dengan tema penelitian. Melalui analisis

---

<sup>6</sup> Abd Hannan, “Propaganda Politik Pascakebenaran (Posttruth) Menjelang Pemilu 2024 dan Ancamannya terhadap Demokrasi di Indonesia Kontemporer,” *Politea: Jurnal Politik Islam* 6, no. 1 (Juni 2023): 51–82, <https://doi.org/10.20414/politea.v6i1.7252>.

<sup>7</sup> Eny Theresia Nainggolan, Godliebe Godliebe, dan Wisman Hadi, “Analisis Penggunaan Bahasa dalam Propaganda Politik di Media Sosial,” *Jurnal Bahasa Daerah Indonesia* 1, no. 3 (Juni 2024): 8, <https://doi.org/10.47134/jbdi.v1i3.2606>.

<sup>8</sup> Zulfadli, *Metode Penelitian Kualitatif: Konsep dan Aplikasi dalam Penelitian Sosial* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2021), h. 47.

konten<sup>9</sup>, peneliti mengidentifikasi pola, tema, dan teknik komunikasi yang digunakan dalam propaganda dan kampanye politik, sehingga dapat memahami dinamika dan strategi yang diterapkan.

Sumber data utama dalam penelitian ini mencakup dokumen-dokumen publik seperti poster kampanye, iklan politik di televisi dan media online, serta konten media sosial resmi dari kandidat atau partai politik. Selain itu, penelitian ini juga memanfaatkan artikel berita, laporan media, dan literatur akademis yang membahas strategi kampanye politik dan propaganda. Pemilihan sumber data dilakukan secara purposif, dengan mempertimbangkan relevansi dan kredibilitas sumber dalam konteks penelitian. Hal ini memastikan bahwa data yang digunakan akurat dan representatif untuk menjawab pertanyaan penelitian.

Pengumpulan data dilakukan melalui observasi tidak langsung terhadap konten-konten yang ada di platform media sosial, situs web resmi partai politik, dan arsip berita online. Data dikumpulkan dengan cara mengunduh, mencatat, dan mengorganisir materi yang relevan, seperti unggahan media sosial, video kampanye, dan artikel berita. Proses ini dilakukan secara sistematis dengan membuat kategori berdasarkan tema dan jenis strategi kampanye yang ditemukan. Selain itu, penelitian ini juga menggunakan teknik dokumentasi untuk mengumpulkan data sekunder dari buku, jurnal, dan laporan penelitian sebelumnya, sehingga memperkaya analisis yang dilakukan.

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis konten tematik. Data yang telah didapat dikelompokkan berdasarkan tema-tema yang muncul, seperti teknik persuasi, manipulasi, penggunaan media sosial, dan strategi kampanye negatif. Setelah itu, dilakukan interpretasi terhadap pola dan makna yang terkandung dalam data tersebut. Proses analisis juga melibatkan triangulasi data dengan membandingkan temuan dari berbagai sumber untuk memastikan keakuratan dan validitas hasil penelitian. Hasil analisis

---

<sup>9</sup> Fadli dan Rian D. Pratama, "Analisis Konten Media Sosial dalam Kampanye Politik Pemilu 2019," *Jurnal Ilmu Komunikasi UPN "Veteran" Yogyakarta* 6, no. 2 (2021): h. 215.

kemudian disajikan secara deskriptif untuk memberikan pemahaman yang komprehensif tentang peran propaganda dan strategi kampanye politik dalam konteks yang lebih luas.

## **Pembahasan**

### **Peran Propaganda dalam Mempengaruhi Opini Publik dalam Kampanye Politik.**

Alat yang sangat penting dalam kampanye politik adalah propaganda, untuk membentuk dan mengarahkan opini publik. Menurut penelitian Prasetyo, propaganda digunakan untuk menciptakan narasi yang mendukung kandidat atau partai politik tertentu.<sup>10</sup> Dalam konteks Indonesia, propaganda menjadi semakin berkesinambungan seiring dengan meningkatnya intensitas kompetisi politik, terutama pada saat pemilihan umum. Propaganda tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai instrumen untuk memengaruhi persepsi dan sikap pemilih.

Propaganda dalam kampanye politik dapat didefinisikan sebagai upaya sistematis untuk menyebarkan pesan-pesan tertentu guna memengaruhi opini publik. Menurut penelitian Sari dan Nugroho, propaganda politik modern tidak hanya mengandalkan pesan verbal, tetapi juga visual dan simbolik.<sup>11</sup> Dalam konteks Indonesia, propaganda sering kali digunakan untuk membangun citra positif kandidat atau partai politik, sekaligus mengarahkan dukungan pemilih.

Beberapa metode propaganda yang umum diterapkan dalam kampanye politik mencakup pemanfaatan simbol, narasi yang menggugah emosi, dan pengulangan pesan. Berdasarkan penelitian Wibowo, simbol-simbol seperti warna, logo, dan slogan memiliki peran kuat dalam membentuk identitas calon atau partai politik.<sup>12</sup> Selain itu, narasi emosional, seperti cerita tentang perjuangan atau

---

<sup>10</sup> Agus Prasetyo, *Komunikasi Politik dan Propaganda di Era Digital* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2020), h. 45.

<sup>11</sup> Dian Sari dan Budi Nugroho, "Propaganda Politik di Era Digital: Studi Kasus Pemilu 2019," *Jurnal Ilmu Komunikasi* 19, no. 2 (2021), h. 67.

<sup>12</sup> Adi Wibowo, *Komunikasi Politik: Teori dan Praktik* (Jakarta: Kencana, 2019), h. 89

perhatian terhadap rakyat, sering kali digunakan untuk menarik simpati dari para pemilih.

Media memiliki sangat penting dalam distribusi propaganda politik. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Fitriani, media memiliki kekuatan untuk mengatur agenda publik dengan memilih isu-isu yang dianggap relevan.<sup>13</sup> Dalam konteks kampanye politik, media digunakan untuk menyebarkan pesan-pesan propaganda secara luas, baik melalui saluran televisi, media cetak, maupun platform digital. Tujuan utama dari propaganda dalam kampanye politik adalah untuk membentuk citra positif seorang kandidat. Penelitian yang dilakukan oleh Hidayat menunjukkan bahwa citra yang menguntungkan dapat memperbesar peluang kandidat dalam meraih dukungan publik.<sup>14</sup> Dalam kampanye, propaganda digunakan untuk menekankan kelebihan calon, seperti kemampuan kepemimpinan, integritas, atau kedekatannya dengan masyarakat, sementara kekurangan atau isu negatif cenderung diabaikan atau ditinggalkan.

Propaganda memberikan dampak yang besar terhadap sikap dan pilihan pemilih. Penelitian yang dilakukan oleh Utami menunjukkan bahwa pesan propaganda yang disebarkan secara terus-menerus mampu mengubah pandangan dan kecenderungan pemilih.<sup>15</sup> Fenomena ini dapat diamati dalam berbagai kampanye politik di Indonesia, di mana propaganda menjadi alat untuk mengarahkan dukungan masyarakat kepada kandidat atau partai politik tertentu. Isu-isu masalah identitas, seperti agama, etnis, dan budaya, kerap dijadikan alat dalam propaganda politik untuk membentuk opini publik. Ramadhan dalam penelitiannya menyatakan bahwa isu identitas digunakan untuk memperkuat solidaritas kelompok sekaligus mengarahkan dukungan politik.<sup>16</sup> Di Indonesia, isu ini menjadi sarana

---

<sup>13</sup> Rina Fitriani, "Peran Media Massa dalam Kampanye Politik," *Jurnal Komunikasi Indonesia* 12, no. 3 (2020), h. 34.

<sup>14</sup> Dedy Hidayat, *Citra Politik dan Opini Publik* (Bandung: Refika Aditama, 2022), h. 56.

<sup>15</sup> Sri Utami, "Dampak Propaganda Politik terhadap Perilaku Pemilih," *Jurnal Politik Indonesia* 15, no. 1 (2021), h. 23.

<sup>16</sup> Ahmad Ramadhan, *Politik Identitas dan Propaganda* (Jakarta: Gramedia, 2023), h. 78



propaganda yang sangat efektif, mengingat masyarakatnya yang majemuk.

Namun, penggunaan propaganda juga memiliki risiko, salah satunya adalah maraknya disinformasi. Suryani dalam hasil penelitiannya menjelaskan bahwa disinformasi dapat merusak demokrasi karena menimbulkan kebingungan dan mengurangi kepercayaan publik.<sup>17</sup> Dalam kampanye politik, disinformasi sering dimanfaatkan untuk memanipulasi pandangan masyarakat. Selain itu, penggunaan propaganda juga menimbulkan dilema etis. Kurniawan menegaskan bahwa propaganda yang bersifat manipulatif dapat mengancam prinsip demokrasi dengan cara menyesatkan pemilih.<sup>18</sup> Oleh karena itu, penting untuk memastikan bahwa propaganda digunakan dengan penuh tanggung jawab dan transparansi.

Pemilu 2019 dan 2024 di Indonesia menjadi contoh nyata penggunaan propaganda untuk memengaruhi pandangan masyarakat. Menurut penelitian Fadli, kedua pasangan calon menggunakan berbagai teknik propaganda, seperti narasi emosional dan simbol-simbol, untuk menarik simpati pemilih.<sup>19</sup> Analisis ini menunjukkan bagaimana propaganda dapat mengubah dinamika politik. Propaganda memberikan dampak yang bermacam terhadap sistem demokrasi. Penelitian Setiawan mengungkapkan bahwa di satu sisi, propaganda dapat mendorong partisipasi politik dengan menyebarkan informasi, namun di sisi lain, propaganda yang bersifat manipulatif justru dapat mengurangi kepercayaan masyarakat.<sup>20</sup> Oleh karena itu, memahami cara kerja dan dinamika propaganda menjadi hal yang krusial untuk memaksimalkan manfaatnya dalam mendukung demokrasi.

Pendidikan politik merupakan salah satu cara efektif untuk mengurangi dampak negatif dari propaganda. Rahmawati dalam

---

<sup>17</sup> Linda Suryani, "Disinformasi dalam Kampanye Politik," *Jurnal Demokrasi dan HAM* 10, no. 2 (2022), h. 45.

<sup>18</sup> Eko Kurniawan, *Etika Komunikasi Politik* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2021), h. 67.

<sup>19</sup> Muhammad Fadli, "Propaganda Politik dalam Pemilu 2019," *Jurnal Ilmu Politik* 18, no. 3 (2020), h. 89.

<sup>20</sup> Bambang Setiawan, *Demokrasi dan Propaganda Politik* (Surabaya: Airlangga University Press, 2023), h. 102.

penelitiannya menemukan bahwa masyarakat dengan pemahaman politik yang memadai cenderung bersikap lebih kritis terhadap pesan-pesan propaganda.<sup>21</sup> Temuan ini mengindikasikan bahwa peningkatan literasi politik sangat penting untuk menciptakan opini publik yang lebih logis dan rasional. Menurut Jimly Asshiddiqie, demokrasi tidak cukup dimaknai sebagai proses elektoral atau prosedural semata, tetapi harus dikembangkan ke arah demokrasi substantif, yakni demokrasi yang menekankan pada substansi nilai-nilai keadilan, kemanusiaan, supremasi hukum, dan partisipasi publik yang bermakna. Demokrasi prosedural hanya sebatas pada pelaksanaan mekanisme formal seperti pemilihan umum, perwakilan rakyat, dan pengambilan keputusan melalui suara terbanyak. Namun demokrasi substantif menuntut lebih jauh: bagaimana proses demokrasi itu menghasilkan keputusan yang adil, inklusif, dan berpihak pada kepentingan rakyat secara nyata.<sup>22</sup>

Dalam bukunya, Jimly menegaskan bahwa demokrasi yang sejati adalah demokrasi yang menghasilkan kemaslahatan umum, bukan sekadar kemenangan mayoritas. Demokrasi harus dijalankan dalam koridor etika politik yang menjunjung tinggi moralitas, kejujuran, serta tanggung jawab sosial dan konstitusional. Demokrasi tidak boleh dikendalikan oleh kekuatan kapital, opini manipulatif, atau propaganda destruktif yang mengaburkan kebenaran dan menggiring masyarakat pada pilihan politik irasional. Hal ini menjadi sangat relevan dalam konteks kampanye politik di Indonesia, yang kerap terjebak pada demokrasi prosedural semu, namun minim substansi nilai.<sup>23</sup>

Pendidikan politik merupakan unsur fundamental dalam membangun demokrasi yang sehat dan substantif. Dalam konteks Indonesia, pendidikan politik tidak hanya menjadi tanggung jawab institusi formal seperti partai politik, tetapi juga bagian dari peran aktif masyarakat sipil, media, dan lembaga pendidikan. Pendidikan politik

---

<sup>21</sup> Dewi Rahmawati, "Pendidikan Politik dan Literasi Media," *Jurnal Pendidikan Politik* 14, no. 1 (2022): h. 56.

<sup>22</sup> Jimly Asshiddiqie, *Hukum Tata Negara Dan Pilar-Pilar Demokrasi Serpiban Pemikiran Hukum, Media dan HAM* (Jakarta: Konstitusi Press, 2005). h 244.

<sup>23</sup> Jimly Asshiddiqie, *Konstitusi dan Konstitusionalisme Indonesia* (Jakarta: Konstitusi Press, 2005). h 101-105.

bertujuan untuk membentuk kesadaran warga negara tentang hak dan kewajiban politiknya, menumbuhkan sikap kritis, serta membangun partisipasi politik yang rasional dan bertanggung jawab. Namun, dalam praktiknya, pendidikan politik sering kali terdistorsi oleh strategi propaganda yang digunakan dalam kampanye politik. Alih-alih mendorong pencerdasan politik rakyat, kampanye kerap menjadi sarana pembentukan opini yang manipulatif dan penuh kepentingan elektoral. Ketika propaganda mendominasi ruang publik tanpa kontrol nilai, pendidikan politik gagal menjalankan fungsinya sebagai alat pencerahan dan pembebasan politik masyarakat. Sebaliknya, rakyat justru terjebak dalam pola partisipasi politik yang pasif, emosional, dan pragmatis.<sup>24</sup>

Dalam kerangka demokrasi substantif berdasarkan Pancasila, pendidikan politik idealnya berlandaskan pada penghormatan terhadap martabat manusia, keadilan sosial, dan penguatan partisipasi publik yang cerdas. Pendidikan politik harus memperkenalkan nilai-nilai moral politik seperti kejujuran, tanggung jawab, dan kesadaran kolektif yang menjadi bagian dari Kerakyatan yang Dipimpin oleh Hikmat Kebijaksanaan dalam Permusyawaratan/Perwakilan. Dengan demikian, pendidikan politik bukan hanya memperluas pengetahuan warga negara tentang sistem politik, tetapi juga mengajarkan mereka bagaimana menjadi subjek politik yang berdaya, kritis, dan beretika.

### **Strategi Kampanye Politik: Antara Manipulasi dan Persuasi**

Strategi dalam kampanye politik memiliki peran yang sangat penting dalam sistem demokrasi, di mana calon atau partai politik berusaha mempengaruhi pilihan pemilih untuk meraih dukungan. Menurut Nugroho, terdapat dua pendekatan utama dalam merancang strategi kampanye, yakni persuasi dan manipulasi.<sup>25</sup> Pendekatan persuasif bertujuan untuk meyakinkan pemilih melalui argumen yang rasional dan logis, sedangkan manipulasi lebih berfokus pada penggunaan emosi atau penyajian informasi yang tidak seimbang.

---

<sup>24</sup> Muhamad Husein dan Syahril Syarbaini, "Propaganda Buzzer Politik Pada Pemilihan Presiden 2024," *Jurnal Peurawi:Media Kajian Komunikasi Islam* 7, no. 2 (2024).

<sup>25</sup> Budi Nugroho, *Strategi Kampanye Politik di Era Digital* (Jakarta: Pustaka LP3ES, 2020), h. 34. 1

Kedua pendekatan ini memiliki konsekuensi yang berbeda terhadap keutuhan proses politik.

Persuasi dalam kampanye politik adalah usaha untuk mempengaruhi pemilih dengan menyajikan argumen yang logis dan didukung oleh fakta. Berdasarkan penelitian Sari, persuasi dianggap berhasil ketika kandidat dapat mengajukan program kerja yang terperinci dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat.<sup>26</sup> Pendekatan ini dianggap lebih etis karena memberikan ruang bagi pemilih untuk membuat keputusan secara bebas.

Berbagai teknik persuasi yang umum diterapkan dalam kampanye politik meliputi pemanfaatan data statistik, testimoni dari publik, dan penjelasan terkait program kerja. Menurut Wibowo, teknik-teknik ini efektif karena menyajikan bukti yang dapat dipercaya oleh pemilih.<sup>27</sup> Contohnya, seorang kandidat dapat menunjukkan data pertumbuhan ekonomi untuk meyakinkan pemilih mengenai kemampuannya dalam memimpin. Manipulasi dalam kampanye politik mengacu pada usaha untuk mempengaruhi pemilih dengan cara yang tidak terbuka, seperti menyebarkan informasi yang salah atau memanfaatkan perasaan emosional. Berdasarkan penelitian Ramadhan, manipulasi sering digunakan untuk menimbulkan rasa takut atau kebencian terhadap pesaing politik.<sup>28</sup> Pendekatan ini dianggap tidak etis karena dapat merusak keabsahan proses demokrasi.

Metode manipulasi yang umum digunakan dalam kampanye politik meliputi penyebaran informasi palsu, kampanye hitam, dan eksploitasi isu identitas. Menurut Fadli, teknik-teknik ini efektif dalam menarik perhatian dan memicu reaksi emosional pemilih dalam waktu singkat.<sup>29</sup> Namun, efek jangka panjangnya dapat merusak kepercayaan masyarakat terhadap sistem politik. Aturan sangat diperlukan untuk menjaga agar strategi kampanye politik tidak merusak integritas demokrasi. Berdasarkan penelitian Kurniawan, peraturan yang lebih

---

<sup>26</sup> Dian Sari, "Strategi Persuasi dalam Kampanye Politik," *Jurnal Ilmu Politik* 20, no. 1 (2021), h. 45.

<sup>27</sup> Adi Wibowo, h. 78

<sup>28</sup> Ahmad Ramadhan, h. 102.

<sup>29</sup> Muhammad Fadli, h. 89.

ketat dapat mengurangi penggunaan teknik manipulasi serta mendorong kandidat untuk mengutamakan pendekatan persuasif.<sup>30</sup> Ini sangat penting untuk menciptakan suasana politik yang sehat dan adil.

### **Pemanfaatan Media Sosial sebagai Alat Propaganda Politik Modern**

Media sosial kini menjadi sarana propaganda politik yang sangat kuat atau powerful di zaman gen z dan gen alpha ini. Berdasarkan penelitian Susanto, platform seperti TikTok, Twitter, Facebook, dan Instagram memberikan peluang bagi kandidat atau partai politik untuk menyampaikan pesan langsung kepada pemilih dengan biaya yang terjangkau.<sup>31</sup> Selain itu, media sosial juga membuka ruang untuk interaksi dua arah, di mana kandidat dapat langsung menanggapi harapan masyarakat. Dengan demikian, media sosial menjadi alat propaganda yang lebih luwes dan interaktif. Media sosial memberikan peluang bagi kandidat untuk membentuk citra yang lebih akrab dan bersahabat dengan pemilih. Berdasarkan penelitian Wijaya, konten seperti siaran langsung (*live streaming*) dan pembaruan rutin poatingan di media sosial dapat menumbuhkan kesan bahwa kandidat adalah sosok yang mudah dijangkau dan peduli terhadap kebutuhan masyarakat.<sup>32</sup> Citra semacam ini sangat krusial untuk menciptakan kepercayaan dan menarik simpati dari masyarakat.

Salah satu keunggulan media sosial terletak pada kemampuannya untuk menyebarkan pesan propaganda secara cepat dan luas. Berdasarkan penelitian Hartanto, pesan politik yang menjadi viral dapat mencapai jutaan penonton orang hanya dalam beberapa jam.<sup>33</sup> Hal ini memberi peluang bagi kandidat atau partai politik untuk mempengaruhi pandangan publik dalam waktu yang sangat singkat. Media sosial memberikan peluang bagi kandidat untuk menyesuaikan

---

<sup>30</sup> Eko Kurniawan, h. 89.

<sup>31</sup> Edy Susanto, *Media Sosial dan Politik: Transformasi Komunikasi Politik di Era Digital* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2021), h. 56.

<sup>32</sup> Bambang Wijaya, *Digital Campaigning: Strategi Kampanye Politik di Era Media Sosial* (Jakarta: Gramedia, 2022), h. 78.

<sup>33</sup> Agus Hartanto, *Politik Viral: Strategi Kampanye di Era Digital* (Surabaya: Airlangga University Press, 2020), h. 45.

pesan mereka kepada kelompok audiens yang lebih terperinci berdasarkan ciri-ciri demografis, preferensi, dan pola perilaku online. Berdasarkan kajian Siregar, fitur iklan berbayar pada platform seperti TikTok, Facebook dan Instagram memfasilitasi kandidat untuk menyasar segmen pemilih tertentu dengan pesan yang terpersonalisasi.<sup>34</sup> Hal tersebut mempertinggi daya guna dalam penyebaran propaganda politik. Selain itu, media sosial memfasilitasi keterlibatan aktif publik dalam kampanye politik. Berdasarkan penelitian Kusuma, fitur seperti komentar, *like*, dan *share* memberi kesempatan kepada pemilih untuk berpartisipasi langsung dalam penyebaran pesan propaganda.<sup>35</sup> Hal tersebut menghasilkan efek amplifikasi, di mana pesan politik dapat tersebar lebih luas melalui jaringan sosial pemilih.

Walaupun media sosial efektif, ia juga menjadi saluran untuk penyebaran disinformasi dalam propaganda politik. Berdasarkan penelitian Putra, hoaks dan berita palsu sering dimanfaatkan untuk memengaruhi pandangan publik.<sup>36</sup> Hal ini berisiko merusak kualitas demokrasi, karena pemilih bisa membuat keputusan berdasarkan informasi palsu. Pemanfaatan media sosial dalam propaganda politik menghadirkan dilema etis serta menuntut adanya pengaturan yang lebih ketat. Berdasarkan kajian Sari, platform media sosial memiliki kewajiban untuk mengawasi dan menghapus konten yang bersifat manipulatif atau menyesatkan.<sup>37</sup> Tanpa adanya regulasi yang memadai, media sosial berpotensi menjadi sarana yang merusak integritas demokrasi.

Media sosial telah mengubah cara propaganda politik dilakukan, dengan menawarkan kecepatan, jangkauan, dan interaktivitas yang belum pernah ada sebelumnya. Namun, penggunaan media sosial juga menimbulkan risiko, seperti penyebaran disinformasi dan tantangan

---

<sup>34</sup> Rina Siregar, *Kampanye Digital: Strategi dan Implementasi* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2023), h. 89.

<sup>35</sup> Dian Kusuma, *Politik 2.0: Kampanye Politik di Era Digital* (Jakarta: Kencana, 2021), h. 67.

<sup>36</sup> Andi Putra, *Hoaks dan Politik: Dampak Disinformasi pada Demokrasi* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2022), h. 102.

<sup>37</sup> Maya Sari, *Etika Komunikasi Politik di Era Digital* (Bandung: Refika Aditama, 2023), h. 112.

etis. Oleh karena itu, penting untuk memastikan bahwa media sosial digunakan secara bertanggung jawab dalam kampanye politik.

### ***Efektivitas Black Campaign dan Negative Campaign dalam Politik Kontemporer***

*Black campaign* dan *negative campaign* adalah taktik dalam kampanye politik yang dirancang untuk mengotori reputasi lawan politik. Menurut Hadi, strategi ini sering dipakai untuk mengalihkan fokus publik dari isu-isu penting dan membentuk pandangan jelek terhadap lawan.<sup>38</sup> Meskipun menimbulkan kontroversi, strategi ini terbukti sangat efektif dalam beberapa situasi. *Black campaign* mengacu pada penyebaran informasi yang tidak jelas atau menyesatkan tentang lawan politik, sedangkan *negative campaign* menggunakan fakta yang ada untuk menyerang lawan. Menurut Suryadi, meskipun keduanya bertujuan mengurangi dukungan terhadap lawan, metode yang digunakan tidak sama.<sup>39</sup>

*Black campaign* sering kali efektif dalam waktu singkat karena kemampuannya untuk menarik perhatian serta membangkitkan reaksi emosional dari pemilih. Berdasarkan penelitian Wulandari, pesan buruk yang cepat viral dapat mengubah persepsi publik terhadap pesaing politik dalam waktu yang relatif singkat.<sup>40</sup> Namun, dampak jangka panjangnya dapat menghancurkan kepercayaan masyarakat. *Negative campaign* dapat merusak reputasi kandidat yang menjadi sasaran, sekaligus berisiko merugikan pihak yang melakukannya. Menurut Nugraha, pemilih cenderung memiliki pandangan negatif terhadap kandidat yang kerap menggunakan strategi ini.<sup>41</sup> Ini menunjukkan bahwa penggunaan kampanye negatif harus dilakukan dengan hati-hati dan penuh pertimbangan.

---

<sup>38</sup> Rudi Hadi, *Kampanye Hitam: Strategi dan Dampaknya pada Politik* (Jakarta: Bumi Aksara, 2021), h. 34

<sup>39</sup> Ahmad Suryadi, *Strategi Kampanye Politik: Teori dan Praktik* (Surabaya: Airlangga University Press, 2022), h. 56.

<sup>40</sup> Fitri Wulandari, *Dampak Kampanye Hitam pada Opini Publik* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2023), h. 78.

<sup>41</sup> Dwi Nugraha, *Kampanye Negatif: Strategi dan Risiko* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2021), h. 89.

Media, terutama media sosial, memiliki peran krusial dalam menyebarkan *black campaign*. Menurut Ramadhani, platform digital memungkinkan pesan negatif tersebar dengan cepat dan sulit dikendalikan.<sup>42</sup> Hal ini menimbulkan tantangan serius bagi integritas proses politik. *Black campaign* dapat merusak kualitas demokrasi dengan menyebabkan polarisasi dan menurunkan tingkat kepercayaan publik. Menurut Sari, strategi ini kerap menimbulkan konflik sosial dan mengurangi partisipasi politik dalam jangka panjang.<sup>43</sup> Oleh karena itu, sangat penting untuk mengatur dan mengendalikan penggunaan kampanye hitam dalam proses politik. Regulasi diperlukan untuk membatasi penggunaan *black campaign* dalam kampanye politik. Menurut Kurniawan, lembaga pengawas pemilu harus memiliki kewenangan untuk menindak pelaku *black campaign*.<sup>44</sup> Tanpa regulasi yang kuat, *black campaign* dapat terus mengancam integritas demokrasi.

Dalam konteks politik Indonesia, propaganda dalam strategi kampanye politik kerap menjadi instrumen utama untuk memengaruhi persepsi publik. Kampanye tidak lagi sekadar penyampaian visi, misi, dan program, tetapi juga menjadi ajang pertarungan opini publik yang sering kali dibumbui dengan manipulasi informasi.<sup>45</sup> Jika dikaitkan dengan moral politik, propaganda yang berorientasi pada kepentingan elektoral semata sering kali melenceng dari prinsip kejujuran, tanggung jawab, dan penghormatan terhadap akal sehat publik. Dalam kerangka Pancasila, khususnya sila kedua tentang Kemanusiaan yang Adil dan Beradab dan sila keempat terkait Kerakyatan yang Dipimpin oleh Hikmat Kebijaksanaan dalam Permusyawaratan/Perwakilan, maka seharusnya kampanye politik seharusnya dijalankan dengan menjunjung tinggi etika dan tidak menjerumuskan masyarakat ke

---

<sup>42</sup> Rina Ramadhani, *Media Sosial dan Kampanye Hitam* (Jakarta: Kencana, 2022), h. 102.

<sup>43</sup> Maya Sari, *Dampak Kampanye Hitam pada Demokrasi* (Bandung: Refika Aditama, 2023), h. 112.

<sup>44</sup> Eko Kurniawan, *Regulasi Kampanye Politik di Indonesia* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2022), h. 67.

<sup>45</sup> Edy Chrisjanto, Carolus Evan Putra Edginio, dan Hartanto Hartanto, "Aspek Moralitas Dalam Politik di Indonesia," *Warta Dharmawangsa* 19, no. 1 (Januari 2025): 531–47, <https://doi.org/10.46576/wdw.v19i1.5930>.



dalam pembodohan politik melalui praktik propaganda yang menyesatkan.<sup>46</sup>

Secara teori, demokrasi substantif bukan hanya menilai demokrasi dari aspek prosedural seperti pemilu, tetapi juga dari kualitas etika politik, penghormatan terhadap hak-hak warga negara, dan penguatan nilai keadilan. Demokrasi substantif mendorong partisipasi politik yang sadar dan cerdas, bukan partisipasi yang dibangun atas dasar manipulasi. Namun, ketika propaganda digunakan secara eksekutif misalnya lewat hoaks, *black campaign*, dan politik identitas demokrasi substantif mengalami degradasi. Hal ini jelas bertentangan dengan nilai-nilai Pancasila, yang menempatkan keadilan sosial, persatuan, dan kebijaksanaan sebagai fondasi kehidupan berbangsa.<sup>47</sup> Dalam pemilu, seharusnya partai politik dan kandidat mempraktikkan demokrasi yang mencerdaskan, bukan justru menciptakan polarisasi demi keuntungan politik sesaat.

Dari perspektif dialektika moral politik dan demokrasi substantif, propaganda seharusnya dimaknai sebagai bagian dari komunikasi politik yang etis, bukan alat manipulasi. Dalam demokrasi Pancasila, ruang publik dijaga melalui keseimbangan antara kebebasan berpendapat dan tanggung jawab moral terhadap kebenaran.<sup>48</sup> Pemilu menjadi momentum untuk mempraktikkan politik bermartabat bukan hanya sebagai ajang mencari suara, tetapi sebagai sarana pendidikan politik bagi rakyat. Oleh karena itu, strategi kampanye yang berbasis propaganda manipulatif sejatinya bertentangan dengan cita-cita demokrasi substantif dan esensi nilai Pancasila, khususnya sila keempat yang menuntut adanya kebijaksanaan dalam pengambilan keputusan bersama.

---

<sup>46</sup> Abdul Gaffar Karim, "Mengelola Polarisasi Politik dalam Sirkulasi Kekuasaan di Indonesia: Catatan bagi Agenda Riset," *Politika: Jurnal Ilmu Politik* 10, no. 2 (2019), <https://doi.org/10.14710/politika.10.2.2019.200-210>.

<sup>47</sup> Ibnu Chaerul Mansyur, "Polarisasi Politik di Indonesia 2014-2019: Sebuah Kajian Pustaka," *Jurnal Politik Profetik* 11, no. 1 (Juni 2023): 1–22, <https://doi.org/10.24252/profetik.v11i1a1>.

<sup>48</sup> Arief Hidayat, "Revitalisasi Ideologi Pancasila dalam Aras Global Perspektif Negara Hukum: Sebuah Pandangan Indonesia Terkini," *Seminar Nasional Hukum Universitas Negeri Semarang* 2, no. 1 (2016), <https://doi.org/10.15294/snhunnes.v2i1.488>.

Dengan demikian, propaganda dalam kampanye politik di Indonesia harus dikontrol oleh prinsip moral politik yang berlandaskan Pancasila. Kampanye bukan sekadar alat menang, tetapi sarana membangun peradaban politik yang adil, beradab, dan demokratis. Jika propaganda terus digunakan sebagai senjata politik yang tidak etis, maka bukan hanya kualitas pemilu yang tergerus, tetapi juga masa depan demokrasi Indonesia yang berdasarkan Pancasila akan semakin terancam.

## **Kesimpulan**

Propaganda dan strategi kampanye politik menunjukkan bahwa kedua elemen ini memainkan peran yang sangat krusial dalam mempengaruhi opini publik dan menentukan hasil dari suatu pemilu atau pilkada. Propaganda dalam kampanye politik, baik itu melalui media sosial, media massa, atau metode lain, digunakan untuk membangun citra kandidat, menyebarkan pesan, dan memengaruhi pemilih. Namun, meskipun teknik propaganda yang digunakan dapat sangat efektif dalam menarik perhatian pemilih, ada risiko yang terkandung, terutama terkait dengan etika dan integritas dalam demokrasi. Strategi kampanye politik dapat dibagi menjadi dua pendekatan utama, yaitu persuasi dan manipulasi. Pendekatan persuasif berfokus pada meyakinkan pemilih dengan argumen yang rasional dan berbasis fakta, seperti menunjukkan data atau rekam jejak positif kandidat. Sebagai contoh, kampanye yang menampilkan kesuksesan ekonomi atau kebijakan sosial yang berhasil dapat meningkatkan citra kandidat. Di sisi lain, manipulasi yang sering kali digunakan dalam kampanye hitam atau penyebaran hoaks, lebih berfokus pada penggunaan informasi yang menyesatkan atau memicu emosi negatif untuk merusak reputasi lawan politik, seperti yang sering terjadi di platform media sosial. Pentingnya pengaturan yang ketat dalam penggunaan propaganda dan strategi kampanye politik semakin jelas. Tanpa regulasi yang tepat, praktik manipulatif seperti penyebaran hoaks, kampanye hitam, dan misi formasi lainnya dapat merusak proses demokrasi dan menurunkan kepercayaan publik. Oleh karena itu, untuk menjaga kualitas demokrasi dan partisipasi politik yang bersih, dibutuhkan regulasi yang lebih tegas yang mengatur penggunaan teknik-teknik ini. Sebagai contoh, beberapa negara telah menerapkan peraturan yang membatasi penyebaran berita palsu

selama masa kampanye untuk mengurangi dampak negatif terhadap pemilih. Hal tersebut selaras dengan prinsip moralitas dan demokrasi substantif dalam bingkai Negara Republik Indonesia berdasarkan Pancasila.

### Daftar Pustaka

- Abd Hannan. "Propaganda Politik Pascakebenaran (Posttruth) Menjelang Pemilu 2024 dan Ancamannya terhadap Demokrasi di Indonesia Kontemporer." *Politea : Jurnal Politik Islam* 6, no. 1 (Juni 2023): 51–82. <https://doi.org/10.20414/politea.v6i1.7252>.
- Amilin, Amilin. "Pengaruh Hoaks Politik dalam Era Post-Truth terhadap Ketahanan Nasional dan Dampaknya pada Kelangsungan Pembangunan Nasional." *Jurnal Lembannas RI* 7, no. 3 (Agustus 2020): 5–11. <https://doi.org/10.55960/jlri.v7i3.73>.
- Asshiddiqie, Jimly. *Hukum Tata Negara Dan Pilar-Pilar Demokrasi Serpihan Pemikiran Hukum, Media dan HAM*. Jakarta: Konstitusi Press, 2005.
- . *Konstitusi dan Konstitusionalisme Indonesia*. Jakarta: Konstitusi Press, 2005.
- Ari Kurnia, Rangga Fadhill, dan Idlan Dziqri. "Propaganda Politik Dalam Media Melalui Artikel Berita pada Kanal Sorot Politik Di Kompas.com." *COMMTEMPORER: Jurnal Komunikasi Kontemporer* 01, no. 01 (Juni 2024): 47–57. <https://doi.org/10.36782/cjik.v1i01.342>.
- Chrisjanto, Edy, Carolus Evan Putra Edginio, dan Hartanto Hartanto. "Aspek Moralitas Dalam Politik di Indonesia." *Warta Dharmawangsa* 19, no. 1 (Januari 2025): 531–47. <https://doi.org/10.46576/wdw.v19i1.5930>.
- Dai, Yaoyao, dan Luwei Luqiu. "Camouflaged Propaganda: A Survey Experiment on Political Native Advertising." *Research & Politics* 7, no. 3 (Juli 2020). <https://doi.org/10.1177/2053168020935250>.
- Fadli, Muhammad. "Propaganda Politik dalam Pemilu 2019." *Jurnal Ilmu Politik* 18, no. 3 (2020).

- Fitriani, Rina. "Peran Media Massa dalam Kampanye Politik." *Jurnal Komunikasi Indonesia* 12, no. 3 (2020).
- Hartanto, Agus. *Politik Viral: Strategi Kampanye di Era Digital*. Surabaya: Airlangga University Press, 2020.
- Hadi, Rudi. *Kampanye Hitam: Strategi dan Dampaknya pada Politik*. Jakarta: Bumi Aksara, 2021.
- Hidayat, Arief. "Revitalisasi Ideologi Pancasila dalam Aras Global Perspektif Negara Hukum: Sebuah Pandangan Indonesia Terkini." *Seminar Nasional Hukum Universitas Negeri Semarang* 2, no. 1 (2016). <https://doi.org/10.15294/snhunnes.v2i1.488>.
- Husein, Muhamad, dan Syahril Syarbaini. "Propaganda Buzzer Politik Pada Pemilihan Presiden 2024." *Jurnal Peurawi:Media Kajian Komunikasi Islam* 7, no. 2 (2024).
- Mansyur, Ibnu Chaerul, "Polarisasi Politik di Indonesia 2014-2019: Sebuah Kajian Pustaka," *Jurnal Politik Profetik* 11, no. 1 (Juni 2023): 1–22, <https://doi.org/10.24252/profetik.v11i1a1>.
- Nainggolan, Eny Theresia, Godliebe Godliebe, dan Wisman Hadi. "Analisis Penggunaan Bahasa dalam Propaganda Politik di Media Sosial." *Jurnal Bahasa Daerah Indonesia* 1, no. 3 (Juni 2024): 8. <https://doi.org/10.47134/jbdi.v1i3.2606>.
- Abdul Gaffar Karim, "Mengelola Polarisasi Politik dalam Sirkulasi Kekuasaan di Indonesia: Catatan bagi Agenda Riset," *Politika: Jurnal Ilmu Politik* 10, no. 2 (2019), <https://doi.org/10.14710/politika.10.2.2019.200-210>.
- Kurniawan, Eko. *Etika Komunikasi Politik*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2021.
- Kusuma, Dian. *Politik 2.0: Kampanye Politik di Era Digital*. Jakarta: Kencana, 2021.
- Nugraha, Dwi. *Kampanye Negatif: Strategi dan Risiko*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2021.
- Nugroho, Budi. *Strategi Kampanye Politik di Era Digital*. Jakarta: Pustaka LP3ES, 2020.

- Prasetyo, Agus. *Komunikasi Politik dan Propaganda di Era Digital*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2020.
- Putra, Andi. *Hoaks dan Politik: Dampak Disinformasi pada Demokrasi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2022.
- Rahmawati, Dewi. "Pendidikan Politik dan Literasi Media," *Jurnal Pendidikan Politik* 14, no. 1 (2022).
- Ramadhani, Rina. *Media Sosial dan Kampanye Hitam*. Jakarta: Kencana, 2022.
- Ramadhan, Ahmad. *Politik Identitas dan Propaganda*. Jakarta: Gramedia, 2023.
- Sari, Maya. *Dampak Kampanye Hitam pada Demokrasi*. Bandung: Refika Aditama, 2023.
- Sari, Dian. "Strategi Persuasi dalam Kampanye Politik," *Jurnal Ilmu Politik* 20, no. 1 (2021):.
- Sari, Dian, dan Budi Nugroho. "Propaganda Politik di Era Digital: Studi Kasus Pemilu 2019," *Jurnal Ilmu Komunikasi* 19, no. 2 (2021):67.
- Setiawan, Bambang. *Demokrasi dan Propaganda Politik*. Surabaya: Airlangga University Press, 2023.
- Siregar, Rina. *Kampanye Digital: Strategi dan Implementasi* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2023), h. 89.
- Susanto, Edy. *Media Sosial dan Politik: Transformasi Komunikasi Politik di Era Digital* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2021):56.
- Suryadi, Ahmad. *Strategi Kampanye Politik: Teori dan Praktik*. Surabaya: Airlangga University Press, 2022.
- Suryani, Linda. "Disinformasi dalam Kampanye Politik," *Jurnal Demokrasi dan HAM* 10, no. 2 (2022):45.
- Utami, Sri. "Dampak Propaganda Politik terhadap Perilaku Pemilih," *Jurnal Politik Indonesia* 15, no. 1 (2021):23.
- Wijaya, Bambang. *Digital Campaigning: Strategi Kampanye Politik di Era Media Sosial*. Jakarta: Gramedia, 2022.

- Wibowo, Adi. *Komunikasi Politik: Teori dan Praktik*. Jakarta: Kencana, 2019.
- Wulandari, Fitri. *Dampak Kampanye Hitam pada Opini Publik*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2023.
- Zulfadli, *Metode Penelitian Kualitatif: Konsep dan Aplikasi dalam Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2021.