

**PENERAPAN STRATEGI KOMUNIKASI PEMENANGAN PASLON
BENNY-RADI DI PILKADA KABUPATEN SIJUNJUNG TAHUN 2024
MELALUI RELASI MASYARAKAT**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisis strategi komunikasi pemenangan Pasangan Calon Benny–Radi pada Pemilihan Kepala Daerah Kabupaten Sijunjung Tahun 2024 dengan menitikberatkan pada perencanaan, implementasi, evaluasi, serta pencapaian hasil kampanye politik. Latar belakang penelitian didasarkan pada pentingnya komunikasi politik sebagai instrumen utama dalam membangun citra kandidat, memengaruhi persepsi publik, serta menggerakkan dukungan elektoral masyarakat. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, dokumentasi, dan analisis aktivitas kampanye, baik melalui media sosial maupun relasi masyarakat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang diterapkan bersifat hibrida dengan memadukan komunikasi digital dan tatap muka sehingga mampu menjangkau khalayak luas sekaligus membangun kedekatan emosional dengan pemilih. Media sosial berperan dalam memperluas distribusi informasi dan pengelolaan opini publik, sedangkan pendekatan interpersonal melalui blusukan, dialog warga, dan keterlibatan tokoh masyarakat efektif dalam membangun kepercayaan. Evaluasi kampanye juga memperlihatkan bahwa kendala seperti keterbatasan akses digital, isu negatif, dan koordinasi tim dapat diatasi melalui strategi adaptif dan manajemen komunikasi yang terstruktur. Temuan penelitian menyimpulkan bahwa integrasi komunikasi digital dan relasi masyarakat merupakan faktor kunci keberhasilan pemenangan Benny–Radi, serta menjadi model strategi komunikasi yang relevan

untuk kampanye politik lokal di daerah dengan karakter sosial berbasis kedekatan personal.

Kata kunci: komunikasi politik, strategi komunikasi, kampanye politik, relasi masyarakat, media sosial, pilkada

**IMPLEMENTATION OF THE BENNY-RADI CANDIDATE PAIR'S
WINNING COMMUNICATION STRATEGY IN THE 2024 SIJUNJUNG
REGENCY ELECTION THROUGH PUBLIC RELATIONS**

ABSTRACT

This study aims to analyze the winning communication strategy of the Benny–Radi candidate pair in the 2024 Regional Head Election of Sijunjung Regency, focusing on the planning, implementation, evaluation, and outcomes of the political campaign. The research is grounded in the understanding that political communication plays a crucial role in shaping candidate image, influencing public perception, and mobilizing electoral support. A descriptive qualitative approach was employed, with data collected through observation, documentation, and analysis of campaign activities conducted both on social media and through community relations. The findings reveal that the campaign adopted a hybrid communication strategy by integrating digital media and face-to-face interactions, enabling the team to reach a broader audience while simultaneously fostering emotional closeness with voters. Social media functioned as a tool for information dissemination and public opinion management, whereas interpersonal communication through direct visits, community dialogues, and the involvement of local opinion leaders effectively built trust and credibility. The evaluation phase also indicated that challenges such as limited digital access, negative issues, and team coordination problems were addressed through adaptive strategies and structured communication management. The study concludes that the integration of digital communication and community-based relations served as a key factor in the

electoral success of Benny–Radi and provides a relevant model for local political campaigns in socially cohesive communities.

Keywords: political communication, communication strategy, political campaign, community relations, social media, local election