STRATEGI KAMPANYE TATAP MUKA Jamil, S.E., S.Sos. DALAM PEMILIHAN LEGISLATIF KABUPATEN BEKASI 2024

SKRIPSI

Oleh :

Umie Astuti

NPM: 202110415044

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA

2025

UNIVERSITAS BHAYANGKARA
BIKSA MAHWASTU DASI
JAKARTA RAYA

STRATEGI KAMPANYE TATAP MUKA Jamil, S.E., S.Sos. DALAM PEMILIHAN LEGISLATIF KABUPATEN BEKASI 2024

SKRIPSI

Oleh :

Umie Astuti

202110415044

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA

2025

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi	: Strategi Kampanye Tatap Muka Jamil, S.E., S.Sos. Dalam Pemilihan Legislatif Kabupaten Bekasi 2024
Nama Mahasiswa	: Umie Astuti
Nomor Pokok Mahasiswa	: 202110415044
Program Studi/Fakultas	: Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Tanggal Sidang Skripsi	: 24 Juli 2025

Jakarta, 31 Juli 2025

MENYETUJUI,

Pembimbing

Dr. Diah Ayu Permatasari, S.T., S.I.P., S.H., M.IR.

NIDN. 0312077903

Strategi Kampanye.., Umie Astuti, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi	: Strategi Kampanye Tatap Muka Jamil, S.E., S.Sos. Dalam Pemilihan Legislatif Kabupaten Bekasi 2024
Nama Mahasiswa	: Umie Astuti
Nomor Pokok Mahasiswa	: 202110415044
Program Studi/Fakultas	: Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Tanggal Lulus Ujian Skripsi	: 24 Juli 2025

Jakarta, 31 Juli 2025
MENGESAHKAN,

Ketua Penguji : Saeful Mujab, S.Sos, M.I.Kom 4
NIDN. 0303108001

Penguji : Dr. Diah Ayu Permatasari, S.T., S.I.P., S.H., M.IR. .....
NIDN. 0312077903

Sekretaris Penguji : Novrian, S.Sos, M.I.Kom .....
NIDN. 0309097603

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi	Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi
Syahrul Hidayanto, S.Sos., M.Si	Dra. Truly Wangsalegwa, M.A., M.Ed., Ph.D
NIP. 2203551	NIP. 1908425

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi saya yang berjudul Strategi Kampanye Tatap Muka Jamil, S.E., S.Sos. dalam Pemilihan Legislatif Kabupaten Bekasi 2024 adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali, pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila dikemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberi izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 31 Juli 2025

Yang bertanda tangan dibawah



Umie Astuti

NPM; 202110415044

Strategi Kampanye... Umie Astuti, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

ABSTRAK

Umie Astuti, **202110415044**. *Strategi Kampanye Tatap Muka Jamil, S.E., S.Sos. dalam Pemilihan Legislatif Kabupaten Bekasi 2024*

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi kampanye yang dilakukan oleh Strategi Kampanye Tatap Muka Jamil, S.E., S.Sos. dalam Pemilihan Legislatif Kabupaten Bekasi 2024. Kampanye yang dilakukan melibatkan berbagai pendekatan, termasuk strategi lapangan yang mencakup tatap muka dengan konstituen, sosialisasi program kerja, serta pemanfaatan jaringan relawan dan komunitas lokal. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan informan kunci, observasi langsung terhadap kegiatan kampanye, serta analisis dokumentasi terkait strategi kampanye Jamil, S.E., S.Sos. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi kampanye yang diterapkan menitik beratkan pada interaksi langsung dengan masyarakat, penggunaan pesan kampanye yang relevan dengan isu-isu lokal, serta mobilisasi dukungan berbasis komunitas. Pendekatan ini terbukti efektif dalam membangun kedekatan dengan pemilih dan meningkatkan elektabilitas kandidat. Konsistensi dalam komunikasi serta keterlibatan aktif dalam kegiatan sosial menjadi faktor utama yang mendukung keberhasilan strategi kampanye Jamil, S.E., S.Sos. dalam pemilihan legislatif Kabupaten Bekasi 2024.

Kata kunci: Strategi kampanye, pemilihan legislatif, Bekasi, Jamil, S.E., S.Sos., politik lokal.

ABSTRACT

***Umie Astuti, 202110415044**, Face-to-Face Campaign Strategy of Jamil, S.E., S.Sos. in the 2024 Legislative Election of Bekasi Regency*

This study aims to analyze the face-to-face campaign strategy implemented by Jamil, S.E., S.Sos. in the 2024 Legislative Election of Bekasi Regency. The campaign involved various approaches, including field strategies such as direct interaction with constituents, socialization of work programs, and the utilization of volunteer networks and local communities. This research employs a qualitative method with a case study approach. Data were collected through in-depth interviews with key informants, direct observations of campaign activities, and document analysis related to Jamil, S.E., S.Sos.' campaign strategies.

The findings indicate that the campaign strategy focused on direct engagement with the public, the use of campaign messages relevant to local issues, and mobilizing community-based support. This approach proved effective in fostering voter engagement and increasing the candidate's electability. Consistency in communication and active involvement in social activities were key factors supporting the success of Jamil, S.E., S.Sos.' campaign strategy in the 2024 Legislative Election of Bekasi Regency.

Keywords: Campaign strategy, legislative election, Bekasi, Jamil, S.E., S.Sos., local politics.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, serta karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul "Strategi Kampanye Tatap Muka Jamil, S.E., S.Sos. dalam Pemilihan Legislatif Kabupaten Bekasi 2024". Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada program studi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari dukungan, bantuan, dan doa dari . Ayahanda Ibrahim Ma'arof dan Ibunda Salmah Abdul, yang selalu mendukung, mendoakan, dan memberikan cinta kasih tanpa batas. Tanpa doa dan restu mereka, penulis tidak akan pernah sampai pada titik ini. Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Irjen Pol (Purn) Prof.Dr.Drs H.Bambang Karsono, S.H., M.M., Ph.D.,Crim.,(HC) Selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
2. Ibu Dra. Truly Wangsalegwa, M.A., M.Ed., Ph.D., selaku ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Bapak Syahrul Hidayanto, S.Sos., M.Si., Selaku ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Ibu Dr. Diah Ayu Permatasari, S.T., S.I.P., S.H., M.IR., selaku pembimbing utama yang telah memberikan bimbingan, masukan, dan dukungan selama proses penyusunan skripsi ini.
5. Seluruh dosen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, yang telah membekali penulis dengan ilmu pengetahuan dan pengalaman selama masa studi.
6. Rekan-rekan seperjuanganku, Pikacu, Hayatin dan teman-teman seperjuanganku yang selalu memberikan semangat, bantuan, dan kebersamaan selama penulis menyelesaikan skripsi ini.
7. Terima kasih juga kepada Bapak Alfarno yang sudah banyak membantu penulis dalam proses pembuatan penulisan skripsi ini.

adalah penguat yang membuat penulis terus melangkah. Dukungan sederhana yang kalian berikan dari senyuman, sapaan, hingga perhatian kecil telah menjadi kekuatan besar yang tak tergantikan dalam menyelesaikan skripsi ini.

8. Terima kasih juga kepada Bapak Alfarno yang sudah banyak membantu penulis dalam proses pembuatan penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis sangat terbuka terhadap kritik dan saran yang membangun untuk perbaikan di masa yang akan datang. Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat, baik bagi pembaca, bagi penelitian selanjutnya, maupun bagi pengembangan ilmu pengetahuan di bidang ini.

Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu secara langsung maupun tidak langsung dalam penyelesaian skripsi ini. Semoga segala kebaikan yang telah diberikan mendapatkan balasan yang berlimpah dari Allah SWT.

Jakarta, 31 Juli 2025

Umie Astuti

202110415044

Strategi Kampanye... Umie Astuti, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL ..... **i**
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING ..... **ii**
LEMBAR PERNYATAAN ..... **iii**
ABSTRAK ..... **iv**
ABSTRACT ..... **v**
KATA PENGANTAR ..... **vi**
DAFTAR ISI ..... **viii**
DAFTAR TABEL ..... **xi**
DAFTAR GAMBAR ..... **xii**
DAFTAR BAGAN ..... **xiii**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xiv**
BAB I PENDAHULUAN **1**
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Fokus Penelitian 12
1.3 Pertanyaan Penelitian 12
1.4 Tujuan Penelitian 12
1.5 Manfaat Penelitian 13
1.5.1. Manfaat Teoritis 13
1.5.2. Manfaat Praktis 13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA **14**
2.1 Penelitian Terdahulu 14
2.2 Tinjauan Konseptual 26
2.2.1 Komunikasi 26
2.2.2 Komunikasi Politik 28
2.2.3 Strategi Kampanye Politik 30
2.2.4 Metode Kampanye Tatap Muka sebagai Strategi yang Digunakan Jamil, S.E., S.Sos. 31
2.2.5 Kampanye Tatap Muka (*Direct Campaign*) 32
2.3 Kerangka Berpikir 33
BAB III METODE PENELITIAN **34**
3.1 Pendekatan Penelitian 34
3.2 Desain Penelitian 34

Strategi Kampanye.., Umie Astuti, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

3.3 Subjek dan Objek Penelitian 34
3.4 Teknik Pengumpulan Data 35
3.4.1 Observasi Partisipatif (*Participant Observation*) 35
3.4.2 Wawancara Mendalam (*In-depth Interview*) 36
3.5 Teknik Analisis Data 36
3.5.1 Pengumpulan Data 37
3.5.2 Reduksi Data 37
3.5.3 Penyajian Data 38
3.5.4 Penarikan Kesimpulan 38
3.5.5 Keabsahan Data 38
3.6 Tempat dan Waktu Penelitian 40
3.6.1 Tempat Penelitian 40
3.6.2 Waktu Penelitian 40
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 34
4.1 Deskriptif Objek Penelitian 34
4.1.1 Profil Jamil, S.E., S.Sos. 34
4.2 Deskripsi Subjek Penelitian 51
4.2.1. Informan Penelitian 51
4.2.2 Profil Informan Kunci 52
4.2.3 Profil Informan Pendukung I 53
4.2.4 Profil Informan Pendukung II 54
4.3 Hasil Penelitian 54
4.3.1 Kampanye Tatap Muka 54
4.3.2 Kedekatan dengan Masyarakat Melalui Kampanye Tatap Muka 58
4.3.3 Penyebaran Informasi Politik 59
4.3.4 Strategi Kampanye Tatap Muka Jamil, S.E., S.Sos. 60
4.3.5 Pendekatan Melalui Silaturahmi sebagai Strategi Utama 67
4.4 Hasil Pembahasan 68
4.4.1 Kampanye Tatap Muka (*Direct Campaign*) 69
BAB V PENUTUP 76
5.1 Kesimpulan 76
5.2 Saran 77
5.2.1 Saran Akademik 77
5.2.2 Saran Praktis 77

Strategi Kampanye.., Umie Astuti, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Strategi Kampanye Jamil, S.E., S.Sos. melalui pekan olahraga 9
Gambar 1. 2 Strategi kampanye Jamil, S.E., S.Sos. melalui kegiatan keagamaan . 9
Gambar 4. 1 Profile Jamil, S.E., S.Sos 34
Gambar 4. 2 Strategi Kampanye Jamil, S.E., S.Sos. melalui kegiatan bersama masyarakat 35
Gambar 4. 3 Strategi Kampanye Jamil, S.E., S.Sos. melalui kegiatan keagamaan 44
Gambar 4. 4 Bukti Periode 1 44
Gambar 4. 5 Bukti Periode 2 45
Gambar 4. 6 Bukti Periode 3 46
Gambar 4. 7 Bukti periode 4 47
Gambar 4. 8 Sumber foto diambil dari informan pendukung 1 59
Gambar 4. 9 Foto diambil dari informan pendukung 1 59

Strategi Kampanye.., Umie Astuti, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu 15
Tabel 4. 1 pertemuan kampanye tatap muka Jamil, S.E., S.Sos. 70
Tabel 4. 2 Dialog Dua Arah 71
Tabel 4. 3 Dimensi Personal dan Emosional dalam Kampanye Tatap Muka 71
Tabel 4. 4 Manfaat Kampanye Tatap Muka – Menciptakan Interaksi Langsung .. 72
Tabel 4. 5 Manfaat Kampanye Tatap Muka – Menciptakan Interaksi Langsung .. 73
Tabel 4. 6 Manfaat Kampanye Tatap Muka – Mengatasi Keterbatasan Media Digital 74

Strategi Kampanye.., Umie Astuti, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR BAGAN

Bagan 2. 1 Kerangka Berpikir ..... **Error! Bookmark not defined.**

Strategi Kampanye.., Umie Astuti, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR LAMPIRAN

BIODATA MAHASISWA 81
PEDOMAN WAWANCARA 82
TRANSKRIP WAWANCARA 81
TRANSKRIP WAWANCARA 83
TRANSKRIP WAWANCARA 85
HASIL REDUKSI WAWANCARA 86

Strategi Kampanye.., Umie Astuti, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025