

## **Analisis Strategi Komunikasi Politik Ady Mahyudi dalam Pilkada Kabupaten Bima Berdasarkan Pemberitaan Media Sosial**

### ***Analysis of Ady Mahyudi's Political Communication Strategy in the Bima Regency Regional Election Based on Social Media Reporting***

**Yuyun Putri<sup>1</sup>, Muhammad Akbar<sup>2</sup>, Alem Febri Sonni<sup>3</sup>**  
Universitas Hasanuddin, Jl. Perintis Kemerdekaan KM 10 Makassar  
Korespondensi : [putriy24e@student.unhas.ac.id](mailto:putriy24e@student.unhas.ac.id)

#### ***Abstract***

*This study aims to analyze the political communication strategies implemented by Ady Mahyudi in the 2024 Bima Regency Regional Head Election (Pilkada) based on mass media coverage. Political communication is a crucial element in the campaign process because it plays a role in shaping public perception, conveying the candidate's vision and mission, and mobilizing voter support. This study used a qualitative approach with content analysis of mass media coverage covering the campaign and political activities of the Ady Mahyudi-Irfan ticket. The results indicate that the political communication strategies employed included the utilization of various communication channels, such as mass media, face-to-face communication, and community-based campaign activities. Furthermore, the political messages conveyed emphasized local issues relevant to community needs, such as the agricultural sector, economic development, and improving community welfare. This participatory, dialogical, and community-oriented communication strategy was deemed effective in building public trust and strengthening political support. These findings indicate that the combination of direct communication with the public and the use of mass media is a crucial factor in the success of political communication strategies in the 2024 Bima Regency Pilkada.*

**Keywords:** political communication, communication strategy, Pilkada, mass media, Bima Regency

#### **Abstrak**

Artikel ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi politik yang diterapkan oleh Ady Mahyudi dalam Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) Kabupaten Bima tahun 2024 berdasarkan pemberitaan media massa. Komunikasi politik menjadi elemen penting dalam proses kampanye karena berperan dalam membentuk persepsi publik, menyampaikan visi dan misi kandidat, serta memobilisasi dukungan pemilih. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan analisis isi terhadap pemberitaan media massa yang meliput kegiatan kampanye dan aktivitas politik pasangan Ady Mahyudi-Irfan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi politik yang digunakan meliputi pemanfaatan berbagai saluran komunikasi seperti media massa, komunikasi tatap muka, serta kegiatan kampanye berbasis masyarakat. Selain itu, pesan politik yang disampaikan menekankan isu-isu lokal yang relevan dengan kebutuhan masyarakat, seperti sektor pertanian, pembangunan ekonomi, dan peningkatan kesejahteraan masyarakat. Strategi komunikasi yang bersifat partisipatif, dialogis, dan berorientasi pada kedekatan dengan masyarakat dinilai mampu membangun kepercayaan publik dan memperkuat dukungan politik. Temuan ini menunjukkan bahwa kombinasi antara komunikasi langsung dengan masyarakat dan pemanfaatan media massa menjadi faktor penting dalam keberhasilan strategi komunikasi politik pada Pilkada Kabupaten Bima 2024.

**Kata Kunci:** Komunikasi politik, strategi komunikasi, Pilkada, media massa, Kabupaten Bima

## PENDAHULUAN

Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) merupakan salah satu pilar penting dalam sistem demokrasi lokal di Indonesia, yang memberikan kesempatan bagi masyarakat untuk memilih pemimpin daerah secara langsung. Dalam proses ini, komunikasi politik memegang peranan strategis karena menjadi sarana utama dalam menyampaikan visi, misi, serta membangun citra kandidat di hadapan publik. Dalam konteks Pilkada, efektivitas komunikasi politik sangat menentukan keberhasilan kandidat dalam membangun kepercayaan publik dan memobilisasi dukungan pemilih. Komunikasi politik tidak hanya berfungsi sebagai penyampaian informasi, tetapi juga sebagai proses yang membentuk persepsi, memengaruhi sikap, serta mendorong partisipasi politik masyarakat. Oleh karena itu, strategi komunikasi yang terencana dan kontekstual menjadi kunci dalam memenangkan kontestasi politik di tingkat lokal.

Pilkada Kabupaten Bima 2024 merupakan bagian dari Pilkada serentak nasional yang menghadirkan dinamika politik lokal yang menarik untuk dikaji. Salah satu pasangan calon yang berpartisipasi adalah Ady Mahyudi dan Irfan yang maju dengan nomor urut 1. Pasangan ini didukung oleh koalisi Partai Amanat Nasional (PAN) dan Partai Keadilan Sejahtera (PKS), yang telah memenuhi persyaratan pencalonan berdasarkan jumlah kursi di DPRD Kabupaten Bima. Secara struktural, Ady Mahyudi menjabat sebagai Ketua DPD PAN Kabupaten Bima, sementara Irfan merupakan Ketua DPD PKS Kabupaten Bima, Nusa Tenggara Barat, sehingga memberikan landasan politik yang kuat dalam kontestasi tersebut Akbar (2023).

Pelaksanaan Pilkada Kabupaten Bima 2024 melalui berbagai tahapan, mulai dari pendaftaran calon, penetapan pasangan calon, masa kampanye, hingga pemungutan suara. Seluruh tahapan ini menjadi ruang bagi kandidat untuk mengimplementasikan strategi komunikasi politik guna menarik

simpati dan dukungan masyarakat. Lebih lanjut, dalam konteks daerah dengan karakteristik budaya yang kuat seperti Kabupaten Bima, strategi komunikasi politik tidak dapat dilepaskan dari nilai-nilai lokal yang hidup di masyarakat. Masyarakat Bima dikenal memiliki pola relasi sosial yang erat, menjunjung tinggi nilai kekeluargaan, serta menghormati tokoh adat dan agama. Kondisi ini menjadikan pendekatan komunikasi yang bersifat personal, dialogis, dan berbasis kedekatan sosial lebih efektif dibandingkan komunikasi yang bersifat formal dan satu arah.

Dengan demikian, strategi komunikasi politik yang berhasil di daerah seperti Bima tidak hanya berfokus pada penyampaian pesan, tetapi juga pada kemampuan kandidat dalam membangun kedekatan emosional, memahami aspirasi masyarakat, serta menyesuaikan komunikasi dengan konteks sosial budaya setempat. Hal inilah yang menjadi dasar penting untuk menganalisis strategi komunikasi politik yang diterapkan oleh Ady Mahyudi dalam Pilkada Kabupaten Bima 2024.

### **Komunikasi Politik dan Pilkada**

Komunikasi politik secara umum didefinisikan sebagai proses penyampaian pesan-pesan politik oleh komunikator politik kepada audiens politik melalui berbagai media, dengan tujuan utama untuk memengaruhi sikap, pandangan, dan perilaku politik mereka Fuchs (2021).

Dalam konteks Pilkada, audiens politik yang menjadi target utama adalah masyarakat pemilih, yang keputusannya akan menentukan hasil kontestasi (Fadly, n.d.). Proses komunikasi ini melibatkan beberapa elemen kunci, termasuk sumber komunikator, pesan yang ingin disampaikan, proses penyandian pesan, saluran atau media yang digunakan, umpan depan informasi awal, penguraian sandi oleh penerima, penerima pesan itu sendiri, umpan balik dari penerima, potensi gangguan dalam proses, dan konteks di

mana komunikasi berlangsung Fuchs (2021) Para ahli teori politik telah lama mengakui urgensi komunikasi politik dalam sistem pemerintahan. Rothman (1971) mengkategorikan komunikasi politik sebagai salah satu dari empat fungsi input utama dalam sebuah sistem politik, yang esensial untuk memastikan berfungsinya seluruh komponen dalam sistem tersebut (Digilib UIN Sunan Gunung Djati, n.d.). Tanpa aliran komunikasi yang efektif, sistem politik tidak dapat mengumpulkan aspirasi, memproses kebijakan, atau mengimplementasikannya.

Lebih lanjut, komunikasi politik dianalogikan sebagai sirkulasi darah dalam tubuh, yang secara terus-menerus mengalirkan pesan-pesan politik ke seluruh bagian sistem politik Ibrahim et al. (1991), yang secara terus-menerus membawa pesan-pesan politik, baik berupa tuntutan, protes, maupun dukungan aspirasi dan kepentingan, menuju pusat pemrosesan dalam sistem politik. Hasil dari pemrosesan ini kemudian dikembalikan kepada publik dalam bentuk umpan balik melalui berbagai saluran komunikasi politik. Analogi ini secara kuat menggambarkan bagaimana komunikasi politik menghubungkan semua sistem dalam sebuah entitas politik, memungkinkan aspirasi dari berbagai pemangku kepentingan untuk disampaikan dan diakomodasi dalam perumusan kebijakan.

Konsep teori kritis, yang berakar pada pemikiran Karl Marx, juga sangat relevan dalam menganalisis komunikasi politik. Teori kritis dipahami sebagai kritik terhadap masyarakat, yang mempertanyakan struktur kekuasaan, dominasi, dan eksploitasi, serta menuntut perjuangan politik untuk masyarakat yang Ady. Ini berbeda dengan pendekatan yang lebih administratif yang cenderung menerima struktur kekuasaan apa adanya. Dalam konteks komunikasi, teori kritis menganalisis peran komunikasi, budaya, informasi, dan media dalam kapitalisme, termasuk proses akumulasi modal, hubungan kelas, dominasi, dan ideologi.

Teori ini juga melihat potensi media alternatif dan peran media dalam perjuangan sosial untuk mencapai masyarakat sosialis yang demokratis Fuchs (2021).

### **Peran dan Pengaruh Media Massa dalam Kampanye Politik**

Media massa, baik dalam bentuk cetak maupun elektronik, memiliki kapasitas yang signifikan untuk memengaruhi khalayak luas. Media dapat memberikan tekanan pada suatu peristiwa, membentuk agenda publik, dan secara efektif mensosialisasikan program serta pesan pembangunan yang diusung oleh para kandidat. Oleh karena itu, kampanye politik yang disiarkan melalui media massa telah menjadi bagian integral dari strategi komunikasi modern dalam setiap kontestasi politik (Fadly, n.d.). Pesan-pesan yang disampaikan melalui media dapat bervariasi, baik dalam bentuk verbal maupun non-verbal, dan dapat bersifat disengaja atau tidak disengaja, menggunakan berbagai simbol seperti bahasa lisan atau tulisan, isyarat, gambar, dan tanda-tanda.

Namun, penting untuk dicatat bahwa efektivitas kampanye di Indonesia secara historis tidak hanya bergantung pada jangkauan media massa. Terdapat suatu dualitas strategis yang harus dinavigasi oleh para kandidat. Sejarah menunjukkan bahwa kampanye politik yang paling efektif di Indonesia seringkali dilakukan melalui kunjungan langsung ke tokoh-tokoh masyarakat berpengaruh atau kepala keluarga, memanfaatkan budaya paternalistik yang kuat dalam masyarakat (Digilib UIN Sunan Gunung Djati, n.d.).

Realitas ini menunjukkan bahwa meskipun kampanye modern semakin menekankan jangkauan luas melalui media massa dan digital, keterlibatan langsung, personal, dan peka budaya dengan para pemimpin opini lokal seperti ulama atau tokoh adat tetap memiliki dampak yang mendalam. Sebuah strategi yang benar-benar efektif mungkin melibatkan

perpaduan sinergis dari kedua pendekatan ini, di mana media massa membangun kesadaran luas, sementara keterlibatan langsung mengamankan kepercayaan yang lebih dalam dan memobilisasi segmen komunitas tertentu. Ini menunjukkan bahwa analisis yang hanya berfokus pada liputan media mungkin melewatkan aspek penting, bahkan mungkin dominan, dari komunikasi politik di tingkat akar rumput di daerah seperti Bima.

Media juga berperan dalam membentuk ideologi. Ideologi adalah strategi untuk mereproduksi dominasi dan eksploitasi yang beroperasi dalam ranah komunikasi, budaya, psikologi, emosi, dan keyakinan. Dalam masyarakat kelas, ideologi menyajikan eksploitasi dan dominasi sebagai sesuatu yang alami, statis, tidak dapat diubah, dan seperti benda. Oleh karena itu, kritik ideologi menjadi penting untuk mengungkap sifat sosial dan historis dari struktur-struktur ini Rusadi (2015).

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tujuan untuk memahami secara mendalam strategi komunikasi politik yang diterapkan oleh Ady Mahyudi dalam Pilkada Kabupaten Bima 2024. Pendekatan kualitatif dipilih karena mampu menggali makna, pola, dan konteks dari fenomena komunikasi politik yang terjadi di ruang publik. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis isi (*content analysis*) terhadap pemberitaan media massa. Data penelitian bersumber dari berbagai media yang meliputi aktivitas kampanye, pernyataan politik, serta dinamika Pilkada Kabupaten Bima 2024. Pemberitaan tersebut dipilih karena merepresentasikan bagaimana strategi komunikasi kandidat dikonstruksi dan disampaikan kepada publik.

Proses pengumpulan data dilakukan melalui dokumentasi berita dari media massa yang relevan, baik media daring maupun elektronik. Selanjutnya, data dianalisis dengan cara mengidentifikasi

tema-tema utama, pola komunikasi, jenis pesan politik, serta saluran komunikasi yang digunakan oleh kandidat. Analisis data dilakukan secara bertahap, meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Untuk menjaga validitas data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber, yaitu membandingkan informasi dari berbagai media yang berbeda. Dengan metode ini, penelitian diharapkan mampu memberikan gambaran yang komprehensif mengenai strategi komunikasi politik yang diterapkan serta faktor-faktor yang memengaruhi keberhasilannya dalam konteks lokal Kabupaten Bima.

## Komunikasi dalam Masyarakat Digital

Dalam era digital, pemahaman tentang komunikasi juga harus mencakup dinamika media baru dan media sosial. Media baru seringkali menekankan otonomi individu yang dihasilkan melalui otomatisasi teknologi dan budaya. Ini dapat mengarah pada penekanan pada konsumsi estetika perbedaan dan individualisme, yang terkadang mengabaikan determinisme sosial. Namun, teori kritis berpendapat bahwa teknologi dan media dalam kapitalisme dapat menjadi sarana eksploitasi dan dominasi, di mana kebebasan bertindak digantikan oleh pengambilan keputusan instrumental Sulianta (2025).

Meskipun demikian, media digital juga menawarkan potensi untuk partisipasi dan kolaborasi. Misalnya, konsep "kecerdasan kolektif" dan "pengumpulan pengetahuan" dalam media baru dapat menggantikan gagasan lama tentang pemikir individu dan ahli Samuels (2009). Ini menciptakan ruang demokratis untuk pertukaran budaya, di mana individu yang bekerja sama dapat menolak "determinisme teknologi atau ekonomi" dengan mengubah struktur "pengetahuan dan kekuasaan" yang ada. Oleh karena itu, etika digital berfokus pada bagaimana memajukan *digital commons*, *digital public sphere*, dan

demokrasi digital sebagai tujuan akhir Fuchs (2021).

### Garis Waktu dan Tahapan Pilkada Bima 2024

Pilkada Serentak 2024 di seluruh Indonesia, termasuk Kabupaten Bima, dijadwalkan berlangsung pada tanggal 27 November 2024. Berbagai tahapan penting telah dilalui dalam proses ini. Periode pendaftaran calon berlangsung dari 27 hingga 29 Agustus, diikuti dengan konfirmasi calon resmi pada 22 September. Masa kampanye yang intensif ditetapkan dari 25 September hingga 23 November (Wikipedia, 2024).

Pasangan Ady-Irfan secara resmi menerima nomor urut 1 pada tanggal 23 September 2024, setelah proses pengundian nomor urut di kantor KPU Kabupaten Bima. KPU juga telah menetapkan zona kampanye untuk Pilbup Bima 2024, membagi wilayah menjadi Zona Timur, Zona Tengah, Zona Selatan, dan Zona Barat. Pasangan Ady-Irfan dijadwalkan berkampanye di Zona Timur, yang meliputi Wawo, Sape, Lambu, Ambalawi, dan Wera, dari tanggal 25 September hingga 2 Oktober (Rafiin, 2024). Linimasa ini sangat penting untuk memahami konteks waktu dari berbagai strategi komunikasi yang diterapkan.

**Tabel 1. Linimasa Pilkada Kabupaten Bima 2024**

Tanggal	Peristiwa Kunci
27 – 29 Agustus 2024	Pendaftaran Calon
22 September 2024	Konfirmasi Calon Resmi
23 September 2024	Pengundian & Penetapan Nomor Urut Paslon
25 September – 23 November 2024	Periode Kampanye
25 September – 2 Oktober 2024	Kampanye Ady-Irfan di Zona Timur
27 November 2024	Hari Pemilihan
30 November 2024	Pengakuan Kemenangan oleh Paslon Yandi-Ros
9 Januari 2025	Penetapan Pemenang oleh KPU Kabupaten Bima
10 Februari 2025	Ady Mahyudi Mulai Menjabat (Petahana)
27 – 29 Agustus 2024	Pendaftaran Calon
22 September 2024	Konfirmasi Calon Resmi
23 September 2024	Pengundian & Penetapan Nomor Urut Paslon
25 September – 23 November 2024	Periode Kampanye
25 September – 2 Oktober 2024	Kampanye Ady-Irfan di Zona Timur
27 November 2024	Hari Pemilihan
30 November 2024	Pengakuan Kemenangan oleh Paslon Yandi-Ros

### Hasil Akhir dan Kemenangan Ady Mahyudi

Pasangan Ady Mahyudi-Irfan berhasil memenangkan Pilbup Bima 2024 dan secara resmi ditetapkan sebagai Bupati dan Wakil Bupati Bima terpilih oleh KPU Kabupaten Bima pada tanggal 9 Januari 2025, berdasarkan Keputusan KPU

Kabupaten Bima No. 7 Tahun 2025. Kemenangan ini sangat meyakinkan, dengan perolehan 167.668 suara atau 56,62% dari total suara sah (KPU Kabupaten Bima, 2025).

Hasil *quick count* internal tim Ady-Irfan juga menunjukkan keunggulan signifikan, meraih 167.935 suara atau

56,77%, dengan keunggulan di 16 dari 18 kecamatan di Kabupaten Bima. Sementara itu, pasangan lawan mereka, Yandi-Ros, hanya memperoleh 127.892 suara atau 43,23%, dan hanya unggul di dua kecamatan, dengan selisih suara mencapai 40.043 atau 13,54% (Rafiin, 2024). Kemenangan yang bersifat mayoritas di sebagian besar kecamatan ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi pasangan Ady-Irfan tidak hanya efektif di kantong-kantong suara tertentu, tetapi juga mampu mencapai resonansi yang luas di berbagai segmen geografis dan demografis Kabupaten Bima. Hal ini mengindikasikan adanya pendekatan komunikasi yang terkoordinasi dengan baik dan adaptif, yang berhasil menjawab berbagai kekhawatiran lokal dan memanfaatkan berbagai saluran untuk menjangkau pemilih secara luas. Ini menunjukkan adanya infrastruktur kampanye yang kuat dan konsistensi pesan yang mampu melampaui perbedaan lokal, menghasilkan penerimaan pemilih yang meluas.

Pengakuan kemenangan Ady-Irfan juga datang dari pasangan lawan, Yandi-Ros, yang disampaikan melalui sebuah video pada tanggal 30 November 2024. Setelah kemenangan tersebut, Ady Mahyudi menyatakan dalam konferensi pers di kediamannya pada Kamis, 28 November, bahwa keunggulan yang diraih adalah kemenangan bagi seluruh masyarakat Kabupaten Bima, terutama mereka yang menginginkan perubahan (Rafiin, 2024). Pernyataan pasca-kemenangan yang menekankan narasi "perubahan" ini mengindikasikan bahwa "perubahan" kemungkinan besar merupakan pesan inti yang menyatukan sepanjang kampanye mereka. Keberhasilan narasi ini menunjukkan adanya keputusan strategis untuk memanfaatkan ketidakpuasan publik terhadap status quo atau keinginan akan kepemimpinan dan arah baru. Kesuksesan narasi ini menyiratkan bahwa sebagian besar pemilih di Bima terbuka terhadap pesan transformasi, menjadikannya alat

komunikasi yang kuat yang melampaui proposal kebijakan spesifik dan beresonansi pada tingkat emosional atau aspiratif. Ini menyoroti pentingnya tema kampanye yang menyeluruh dalam membentuk sentimen pemilih.

### **Analisis Strategi Komunikasi Politik Ady Mahyudi Berdasarkan Pemberitaan Media Massa**

Bagian ini menyajikan analisis mendalam mengenai strategi komunikasi politik yang diterapkan oleh Ady Mahyudi, didukung oleh laporan dari berbagai media massa.

Pemanfaatan Saluran Komunikasi (Media Massa, Digital, dan Tatap Muka)

Pasangan Ady-Irfan menunjukkan pendekatan multichannel dalam strategi komunikasi mereka, dengan penekanan yang jelas pada interaksi langsung dengan masyarakat.

#### **Kampanye Tatap Muka dan *Grassroots***

Salah satu pilar utama strategi komunikasi Ady Mahyudi adalah kampanye tatap muka dan *grassroots* yang intensif. Pasangan Ady-Irfan secara terstruktur menerapkan strategi kampanye berbasis zona (Rafiin, 2024). Mereka aktif melakukan kunjungan ke berbagai daerah, seperti Kecamatan Wawo, di mana mereka secara spesifik berjanji untuk memperhatikan para petani. Komitmen ini diperkuat dengan program "Selasa Menyapa", di mana calon bupati dan wakil bupati akan "mengingat di rumah warga untuk mendengar aspirasi masyarakat" (detikBali, 2024).

Pendekatan komunikasi yang sangat personal dan mendalam ini bertujuan untuk membangun koneksi emosional yang kuat dengan pemilih, sejalan dengan pentingnya modal sosial dan jaringan dalam keberhasilan Pilkada (Fadly, n.d.).

Taktik ini tidak hanya sekadar kegiatan kampanye, tetapi juga merupakan komitmen strategis untuk mendengarkan secara aktif dan mencari solusi langsung di tingkat akar rumput. Pendekatan ini sangat efektif dalam membangun kepercayaan dan

hubungan baik di komunitas yang memiliki ikatan sosial yang kuat dan kecenderungan paternalistik, yang berpotensi melengkapi atau bahkan mengkompensasi kurangnya laporan detail tentang strategi digital. Hal ini menunjukkan prioritas strategis pada kualitas interaksi dibandingkan sekadar jangkauan digital yang luas, terutama dalam konteks lokal.

### **Pemanfaatan Media Massa Konvensional**

Media massa konvensional memainkan peran krusial dalam menyebarkan informasi dan membentuk persepsi publik terhadap kampanye Ady-Irfan. Berbagai media, seperti DetikBali dan RRI, secara ekstensif meliput berbagai kegiatan pasangan ini, mulai dari pengundian nomor urut, penerimaan rekomendasi partai pengusung, hingga pengakuan kemenangan dari lawan politik (Rafiin, 2024). Debat terbuka calon bupati dan wakil bupati Bima juga disiarkan secara luas (KPU Kabupaten Bima, 2024, 2024), menunjukkan pemanfaatan media sebagai saluran utama untuk menyampaikan pesan dan program kepada khalayak yang lebih luas. Liputan yang konsisten ini memastikan visibilitas kandidat dan penyebaran pesan kampanye secara efektif.

### **Pemanfaatan Media Digital/Sosial**

Meskipun pemberitaan media massa yang tersedia tidak memberikan rincian spesifik mengenai taktik kampanye media sosial yang eksplisit, beberapa indikasi menunjukkan adanya aktivitas digital. Misalnya, kegiatan "Ngopi Bareng Anak Muda" yang bertujuan menyerap aspirasi masyarakat, dilaporkan di situs resmi pemerintah daerah (Tim Komunikasi Publik, Dinas Kominfo dan Statistik Kab.Bima, 2025). Secara umum, penggunaan media sosial untuk kampanye daring juga diakui sebagai cara untuk mengatasi hambatan ruang gerak langsung, seperti yang terjadi selama pandemi (Fadly, n.d.).

Namun, dalam konteks Pilkada Bima 2024, tidak ada laporan yang secara

eksplisit menyebutkan pembatasan pandemi yang mempengaruhi strategi komunikasi digital Ady Mahyudi. Keterbatasan informasi ini menunjukkan bahwa mungkin ada celah dalam liputan media atau peran strategi media sosial yang kurang dominan dalam pemberitaan yang tersedia dibandingkan dengan kampanye tatap muka.

### **Pesan dan Program Unggulan Kampanye (Visi-Misi, Isu Pertanian, Sinergi)**

Pesan-pesan kampanye Ady Mahyudi dirancang untuk beresonansi dengan kebutuhan dan aspirasi masyarakat Kabupaten Bima, dengan fokus pada beberapa area kunci.

#### **Visi dan Misi**

Visi utama Ady Mahyudi adalah mewujudkan "*Bima Bermartabat yang Berkemajuan, Makmur, Tangguh, dan Berkelanjutan.*" Visi ini didukung oleh beberapa misi utama yang berfokus pada pembangunan sumber daya manusia, penguatan ekonomi masyarakat, tata kelola pemerintahan yang transparan dan akuntabel, serta pembangunan infrastruktur yang merata (Goodkind, n.d.). Secara umum, visi dan misi tersebut mencerminkan nilai-nilai pembangunan yang berorientasi pada kesejahteraan, religiusitas, dan keberlanjutan, yang menjadi dasar dalam penyusunan pesan kampanye Ady Mahyudi.

**Tabel 2. Visi dan Misi Ady Mahyudi dalam Pilkada Bima 2024**

Kategori	Deskripsi
Visi	BIMA BERMARTABAT YANG BERKEMAJUAN, MAKMUR, TANGGUH DAN BERKELANJUTAN
Misi	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Membangun Sumber Daya Manusia Bima yang Berkemajuan, Makmur, Tangguh dan Berkelanjutan.</li> <li>2. Membangun Kemandirian Daerah untuk Meningkatkan Ekonomi Masyarakat.</li> <li>3. Mewujudkan Tata Kelola Pemerintahan yang Bersih, Transparan dan Akuntabel.</li> <li>4. Membangun Kapasitas Pemahaman dan Pengamalan Kegamaan untuk Mewujudkan Masyarakat yang Berahlaq, Aman dan Harmonis;</li> <li>5. Memantapkan Pembangunan Infrastruktur Dasar dan Infrastruktur Pendukung yang merata dan Berkelanjutan.</li> </ol>
Pokok-pokok Visi "Bima Bermartabat" (konteks lebih luas)	<p>Religius: Ketaatan pada nilai keagamaan dan budaya Mbojo.</p> <p>Aman: Terwujudnya pemerintah dan masyarakat yang mampu menegakkan keamanan dan ketertiban.</p> <p>Makmur: Terciptanya masyarakat sejahtera dengan peningkatan pendapatan dan terpenuhinya kebutuhan dasar.</p> <p>Amanah: Terselenggaranya sistem pemerintahan yang transparan, akuntabel, dan melayani.</p> <p>Handal: Terwujudnya SDM yang unggul dan berdaya saing.</p>
Visi	BIMA BERMARTABAT YANG BERKEMAJUAN, MAKMUR, TANGGUH DAN BERKELANJUTAN
Misi	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Membangun Sumber Daya Manusia Bima yang Berkemajuan, Makmur, Tangguh dan Berkelanjutan.</li> <li>2. Membangun Kemandirian Daerah untuk Meningkatkan Ekonomi Masyarakat.</li> <li>3. Mewujudkan Tata Kelola Pemerintahan yang Bersih, Transparan dan Akuntabel.</li> <li>4. Membangun Kapasitas Pemahaman dan Pengamalan Kegamaan untuk Mewujudkan Masyarakat yang Berahlaq, Aman dan Harmonis</li> <li>5. Memantapkan Pembangunan Infrastruktur Dasar dan Infrastruktur Pendukung yang merata dan Berkelanjutan.</li> </ol>
Pokok-pokok Visi "Bima Bermartabat" (konteks lebih luas)	<p>Religius: Ketaatan pada nilai keagamaan dan budaya Mbojo.</p> <p>Aman: Terwujudnya pemerintah dan masyarakat yang mampu menegakkan keamanan dan ketertiban.</p> <p>Makmur: Terciptanya masyarakat sejahtera dengan peningkatan pendapatan dan terpenuhinya kebutuhan dasar.</p> <p>Amanah: Terselenggaranya sistem pemerintahan yang transparan, akuntabel, dan melayani.</p> <p>Handal: Terwujudnya SDM yang unggul dan berdaya saing.</p>

### Fokus pada Isu Pertanian

Salah satu pesan kunci yang disampaikan Ady Mahyudi adalah komitmen kuatnya untuk memperhatikan para petani, yang merupakan sektor ekonomi vital di Kabupaten Bima. Pesan ini secara spesifik menyoroti permasalahan yang dihadapi petani, seperti harga jagung yang anjlok, serta mahalannya pestisida dan

pupuk . Untuk mengatasi masalah ini, kampanye Ady Mahyudi menawarkan program-program konkret, termasuk peningkatan kesejahteraan petani melalui peningkatan hasil produksi, fasilitasi percepatan adopsi inovasi teknologi pertanian, industrialisasi pengolahan hasil pascapanen untuk menambah nilai produk, pemberian dana bergulir pro usaha tani



untuk dukungan permodalan, dan pembangunan gudang penampung hasil produk unggulan di setiap wilayah sentra produksi komoditas (detikBali, 2024).

Strategi pesan yang sangat terlokalisasi dan berorientasi pada solusi ini menunjukkan pemahaman yang tajam terhadap kekhawatiran langsung para pemilih. Dengan secara langsung mengakui dan mengusulkan solusi untuk keluhan spesifik, kampanye Ady Mahyudi berhasil membangun kredibilitas dan relevansi, yang merupakan penentu kritis efektivitas komunikasi dan keberhasilan elektoral di Pilkada lokal.

### **Narasi Sinergi dan Kolaborasi**

Ady Mahyudi secara konsisten menekankan pentingnya "penguatan sinergi dan kolaborasi dari semua pihak" dalam berbagai kesempatan (HUMAS PRO, 2025). Frasa ini bukan hanya sekadar poin kebijakan, melainkan sebuah retorika yang berulang dan strategis. Penekanan yang konsisten pada "sinergi dan kolaborasi" berfungsi sebagai taktik komunikasi strategis untuk memproyeksikan citra kepemimpinan yang inklusif, berorientasi konsensus, dan non-konfrontatif.

Dalam lanskap politik yang kompetitif, narasi ini kemungkinan besar bertujuan untuk menarik spektrum pemilih yang luas dengan menjanjikan persatuan dan kemajuan kolektif, alih-alih perpecahan partisan. Hal ini menunjukkan upaya yang disengaja untuk membingkai gaya kepemimpinannya sebagai gaya yang melampaui perbedaan politik dan berfokus pada tindakan kolektif untuk pembangunan daerah, sehingga meningkatkan daya tariknya dan meminimalkan potensi oposisi. Konsistensi retorik ini berkontribusi pada citra publik yang kohesif dan positif.

### **Isu-isu Lain**

Selain pertanian, kampanye Ady Mahyudi juga menunjukkan responsivitas terhadap berbagai kebutuhan masyarakat lainnya. Isu-isu seperti kesehatan, pendidikan, keamanan, dan peluang investasi juga diserap dalam diskusi "Ngopi

Bareng Anak Muda" (Tim Komunikasi Publik, Dinas Kominfo dan Statistik Kab.Bima, 2025). Ini menunjukkan bahwa kandidat tidak hanya fokus pada satu sektor, tetapi juga memiliki agenda kebijakan yang lebih luas dan mekanisme untuk keterlibatan publik langsung guna mengidentifikasi beragam kekhawatiran komunitas.

### **Gaya dan Taktik Komunikasi yang Diterapkan**

Gaya komunikasi Ady Mahyudi dalam Pilkada Kabupaten Bima 2024 dicirikan oleh pendekatan yang personal, partisipatif, dan berlandaskan pada nilai-nilai lokal.

### **Pendekatan "Selasa Menyapa"**

Program "Selasa Menyapa" merupakan taktik komunikasi yang sangat personal dan mendalam (detikBali, 2024). Program ini melibatkan calon bupati dan wakil bupati untuk menginap di rumah warga, bertujuan untuk menyerap keluhan dan aspirasi secara langsung. Pendekatan ini secara efektif membangun empati dan menunjukkan komitmen nyata untuk memahami permasalahan masyarakat dari dekat.

### **Penekanan pada Dialog dan Penyerapan Aspirasi**

Kegiatan seperti "Ngopi Bareng Anak Muda" (Tim Komunikasi Publik, Dinas Kominfo dan Statistik Kab.Bima, 2025) menunjukkan komitmen Ady Mahyudi untuk lebih banyak mendengar daripada hanya berbicara. Dalam forum ini, ia menekankan pentingnya energi dan gagasan anak muda dalam proses pembangunan daerah. Pendekatan ini sejalan dengan konsep komunikasi dua arah yang ideal dalam sistem demokrasi, di mana umpan balik dari publik menjadi masukan penting bagi perumusan kebijakan (Digilib UIN Sunan Gunung Djati, n.d.).

### **Gaya Komunikasi "Santun" dan Menghormati**

Meskipun tidak ada kutipan langsung dari Ady Mahyudi yang secara

eksplisit menggunakan frasa "politik santun", konsep ini sangat ditekankan dalam konteks Pilkada di daerah dengan karakteristik budaya dan religius yang kuat (Wulandari, 2024). Kemenangan Ady Mahyudi yang signifikan, tanpa adanya isu kontroversial yang dilaporkan secara luas dalam pemberitaan media yang tersedia (Suadnyana & Rafiin, 2024; Rafiin, 2024;

KPU Kabupaten Bima, 2024, 2024), dapat diinterpretasikan sebagai indikasi kepatuhan terhadap norma komunikasi yang beretika dan menghormati. Hal ini menunjukkan bahwa dalam konteks budaya yang menghargai kesantunan, cara kandidat berkomunikasi dan citra yang mereka proyeksikan sama pentingnya dengan isi pesan mereka.

**Tabel 3**

**Ringkasan Strategi Komunikasi Politik Ady Mahyudi Berdasarkan Pemberitaan Media**

Kategori Strategi	Taktik/Kegiatan Spesifik	Deskripsi Singkat
Komunikasi Tatap Muka & Grassroots	Kampanye Berbasis Zona	Pembagian wilayah kampanye untuk jangkauan yang terstruktur
Komunikasi Tatap Muka & Grassroots	Program "Selasa Menyapa"	Menginap di rumah warga untuk mendengarkan aspirasi dan keluhan secara langsung
Komunikasi Tatap Muka & Grassroots	"Ngopi Bareng Anak Muda"	Diskusi informal untuk menyerap aspirasi pemuda dan menunjukkan komitmen mendengarkan
Pesan & Program Unggulan	Visi "Bima Bermartabat"	Visi pembangunan komprehensif: berkemajuan, makmur, tangguh, berkelanjutan, religius, aman, amanah, handal
Pesan & Program Unggulan	Fokus Isu Pertanian	Komitmen memperhatikan petani dan mengatasi harga anjlok serta mahalnya pupuk dan pestisida dengan solusi seperti industrialisasi, dana bergulir, dan gudang
Pesan & Program Unggulan	Narasi Sinergi & Kolaborasi	Penekanan konsisten pada pentingnya kerjasama dari semua pihak untuk pembangunan daerah
Pesan & Program Unggulan	Narasi "Perubahan"	Mengartikulasikan kemenangan sebagai keinginan masyarakat untuk perubahan
Pemanfaatan Media Massa Konvensional	Liputan Berita Ekstensif	Peliputan kegiatan kampanye oleh media seperti DetikBali dan RRI
Pemanfaatan Media Massa Konvensional	Debat Publik	Partisipasi dalam debat yang disiarkan untuk menyampaikan visi dan misi kepada khalayak luas

### Peran Dukungan Partai Politik dan Koalisi

Dukungan dari Partai Amanat Nasional (PAN) dan Partai Keadilan Sejahtera (PKS) merupakan fondasi krusial bagi pencalonan Ady Mahyudi dan Irfan. Koalisi ini berhasil memenuhi syarat pencalonan yang ditetapkan oleh KPU (Rafiin, 2024). Meskipun pasangan lawan didukung oleh koalisi yang lebih besar sembilan partai, dukungan dari PAN dan PKS memberikan landasan politik yang kuat bagi kampanye Ady Mahyudi, memungkinkan mereka untuk bersaing secara efektif. Dukungan partai tidak hanya memberikan legitimasi formal, tetapi juga menyediakan struktur dan jaringan yang penting untuk mobilisasi pemilih di tingkat akar rumput.

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### Implikasi Strategi Komunikasi dalam Konteks Lokal

Analisis strategi komunikasi politik Ady Mahyudi dalam Pilkada Kabupaten Bima 2024 mengungkapkan beberapa implikasi penting dalam konteks lokal dan hubungannya dengan kerangka teoretis komunikasi politik.

#### Kesesuaian Strategi dengan Karakteristik Masyarakat Bima

Strategi komunikasi Ady Mahyudi yang secara kuat menekankan interaksi langsung, mendengarkan aspirasi masyarakat, dan program-program seperti "Selasa Menyapa" (detikBali, 2024; Tim Komunikasi Publik, Dinas Kominfo dan Statistik Kab.Bima, 2025) sangat selaras dengan karakteristik masyarakat Indonesia yang cenderung paternalistik. Dalam budaya ini, kedekatan pemimpin dengan rakyatnya sangat dihargai dan menjadi faktor penting dalam membangun kepercayaan (Digilib UIN Sunan Gunung Djati, n.d.). Pendekatan personal ini memungkinkan pembangunan koneksi emosional yang mendalam dan memperkuat kepercayaan publik, yang merupakan elemen kunci dari komunikasi politik yang ideal (Wulandari, 2024). Dengan mengadopsi gaya komunikasi yang responsif dan inklusif, Ady Mahyudi berhasil menunjukkan bahwa ia adalah pemimpin yang peduli dan mau mendengarkan, sebuah atribut yang sangat dihargai dalam konteks sosial budaya Bima.

#### Faktor-faktor Penentu Keberhasilan Komunikasi Politik Ady Mahyudi

Keberhasilan Ady Mahyudi dalam Pilkada Kabupaten Bima dapat diatribusikan pada beberapa faktor komunikasi politik yang saling terkait:

- **Relevansi Pesan:** Kampanye Ady Mahyudi secara cerdas memfokuskan pada isu-isu konkret yang secara langsung memengaruhi kehidupan sehari-hari masyarakat, seperti permasalahan pertanian harga jagung yang anjlok, biaya pupuk dan pestisida yang tinggi. Penawaran solusi yang spesifik, seperti industrialisasi pascapanen, dana bergulir, dan pembangunan gudang penampung, menunjukkan tingkat relevansi pesan yang tinggi dengan kebutuhan riil masyarakat (detikBali, 2024). Strategi pesan yang sangat terlokalisasi dan berorientasi pada solusi ini menunjukkan pemahaman yang tajam terhadap kekhawatiran langsung para pemilih. Dengan secara langsung mengakui dan mengusulkan solusi untuk keluhan spesifik, kampanye Ady Mahyudi berhasil membangun kredibilitas dan relevansi, yang merupakan penentu kritis efektivitas komunikasi dan keberhasilan elektoral di Pilkada lokal.
- **Kredibilitas Komunikator:** Posisi Ady Mahyudi sebagai Ketua DPD PAN Kabupaten Bima dan Irfan sebagai Ketua DPD PKS Kabupaten Bima (Suadnyana & Rafiin, 2024) memberikan legitimasi dan dukungan struktural partai yang kuat. Kemenangan mereka dengan selisih suara yang signifikan (KPU Kabupaten Bima, 2025; Rafiin, 2024) secara empiris menunjukkan bahwa pesan yang disampaikan diterima secara luas dan bahwa komunikator memiliki kredibilitas tinggi di mata pemilih. Kredibilitas ini diperkuat oleh pendekatan komunikasi yang transparan dan responsif.
- **Pendekatan Partisipatif:** Program "Selasa Menyapa" dan "Ngopi Bareng Anak Muda" (detikBali, 2024; Tim Komunikasi Publik, Dinas Kominfo dan

Statistik Kab.Bima, 2025) mencerminkan pendekatan komunikasi yang partisipatif. Strategi ini tidak hanya bersifat informatif tetapi juga relevan dengan kebutuhan masyarakat, karena secara aktif melibatkan mereka dalam proses identifikasi masalah dan pencarian solusi (Wulandari, 2024). Pendekatan ini membangun rasa kepemilikan dan keterlibatan di kalangan pemilih, mengubah mereka dari sekadar audiens pasif menjadi partisipan aktif dalam agenda pembangunan.

### Refleksi Teoretis dari Praktik Komunikasi Politik

Kasus Ady Mahyudi di Pilkada Kabupaten Bima 2024 menyajikan studi kasus empiris yang memperkuat teori bahwa komunikasi politik yang efektif dalam konteks lokal memerlukan adaptasi yang cermat terhadap nilai-nilai budaya dan sosial setempat (Fuchs, 2021; Wulandari, 2024; Digilib UIN Sunan Gunung Djati, n.d.). Ini menunjukkan model komunikasi politik lokal yang holistik, di mana keberhasilan tidak hanya disebabkan oleh satu strategi dominan, melainkan oleh interaksi sinergis dari berbagai pendekatan. **Model komunikasi yang diterapkan dapat dikategorikan sebagai model komunikasi politik partisipatif berbasis interaksi langsung** ini memprioritaskan interaksi otentik dan langsung keterlibatan akar rumput dan paternalistik untuk membangun kepercayaan yang mendalam dan mengumpulkan umpan balik secara *real-time*, sambil secara bersamaan memanfaatkan media massa untuk kesadaran luas dan legitimasi. Implikasi yang mendasar adalah bahwa studi masa depan tentang pemilihan lokal dalam konteks budaya yang kaya harus melampaui analisis terpisah dari saluran komunikasi individu atau jenis pesan, dan sebaliknya berfokus pada bagaimana elemen-elemen ini diintegrasikan ke dalam ekosistem komunikasi yang komprehensif, adaptif, dan beresonansi secara budaya.

Pemanfaatan kombinasi media massa untuk jangkauan luas dan komunikasi tatap muka untuk kedalaman interaksi (Fadly, n.d.; Digilib UIN Sunan Gunung Djati, n.d.;

detikBali, 2024) menunjukkan strategi komunikasi yang komprehensif. Ini mengintegrasikan teori difusi inovasi, yang menekankan penyebaran informasi melalui berbagai saluran, dan komunikasi interpersonal, yang berfokus pada pengaruh langsung dan personal, dalam kerangka kampanye politik. Sinergi antara komunikasi formal dan informal dalam membangun legitimasi dan kepercayaan terbukti menjadi kunci. Kampanye Ady Mahyudi secara efektif menggunakan saluran formal seperti debat dan pengumuman media (Rafiin, 2024, 2024; Azmy, 2024) untuk visibilitas luas dan penyebaran kebijakan. Bersamaan dengan itu, pendekatan yang sangat informal dan personal seperti "menginap di rumah warga" dan "Ngopi Bareng Anak Muda" (detikBali, 2024; Tim Komunikasi Publik, Dinas Kominfo dan Statistik Kab.Bima, 2025) juga digunakan. Keberhasilan kampanye Ady Mahyudi menunjukkan bahwa sinergi antara komunikasi massa dan komunikasi interpersonal merupakan faktor yang krusial dalam strategi komunikasi politik. Hal ini sejalan dengan teori *two-step flow of communication* yang menjelaskan bahwa pengaruh media massa menjadi lebih efektif ketika diperkuat melalui interaksi langsung dengan tokoh atau jaringan sosial di tingkat masyarakat.

Narasi "sinergi dan kolaborasi" (HUMAS PRO, 2025) dan "perubahan" (Rafiin, 2024) berfungsi sebagai kerangka pesan yang kuat, mencerminkan pentingnya *framing* dalam komunikasi politik untuk membentuk persepsi publik. Penggunaan narasi "perubahan" sebagai pesan sentral menunjukkan bahwa hal itu berfungsi sebagai pesan payung yang kuat dan menyatukan, mampu mengumpulkan berbagai aspirasi dan ketidakpuasan publik menjadi visi tunggal yang berorientasi ke depan.

Berbeda dengan janji kebijakan spesifik, "perubahan" beresonansi pada tingkat emosional, memanfaatkan harapan untuk masa depan yang lebih baik dan ketidakpuasan terhadap kondisi yang ada. Hal ini menyiratkan bahwa komunikasi politik yang efektif dalam konteks lokal seringkali bergantung pada perumusan narasi aspiratif yang menarik yang dapat memobilisasi sentimen kolektif, bahkan lebih dari cetak biru kebijakan yang terperinci,

terutama ketika dikombinasikan dengan pendekatan yang responsif dan mendengarkan. Narasi ini bertindak sebagai jangkar psikologis bagi pemilih yang mencari arah baru.

### KESIMPULAN

Analisis strategi komunikasi politik Ady Mahyudi dalam Pilkada Kabupaten Bima 2024 menunjukkan sebuah pendekatan yang komprehensif dan adaptif. Strategi ini dicirikan oleh pemanfaatan multichannel yang kuat, dengan penekanan signifikan pada komunikasi tatap muka dan *grassroots* melalui program-program seperti "Selasa Menyapa" dan kegiatan "mengingat di rumah warga" (detikBali, 2024). Pesan kampanye difokuskan pada isu-isu lokal yang sangat relevan, khususnya permasalahan pertanian, serta narasi yang konsisten tentang sinergi, kolaborasi, dan janji perubahan (Rafiin, 2024; HUMAS PRO, 2025).

Keberhasilan Ady Mahyudi dalam memenangkan kontestasi ini mengindikasikan efektivitas strategi yang selaras dengan karakteristik budaya paternalistik masyarakat Bima, serta kemampuannya untuk membangun kepercayaan melalui kedekatan personal dan responsivitas terhadap aspirasi masyarakat. Media massa berperan penting dalam meliput dan menyebarkan informasi kampanye, memberikan visibilitas yang luas bagi kandidat. Meskipun demikian, detail mengenai strategi komunikasi digital spesifik tidak terekam secara mendalam dalam pemberitaan media yang tersedia, menunjukkan adanya potensi kesenjangan dalam liputan media terhadap aspek ini.

### SARAN

Berdasarkan temuan dan keterbatasan yang ada, beberapa arah penelitian lanjutan dapat diusulkan untuk memperkaya pemahaman mengenai strategi komunikasi politik dalam Pilkada:

- Analisis Isi Media yang Lebih Mendalam: Penelitian selanjutnya dapat melakukan analisis isi media yang lebih terperinci untuk mengidentifikasi *framing* media terhadap Ady Mahyudi dan lawan politiknya. Hal ini akan membantu memahami bagaimana media membentuk persepsi publik dan memengaruhi narasi kampanye.

- Studi Kualitatif Berbasis Wawancara: Melakukan studi kualitatif melalui wawancara mendalam dengan anggota tim kampanye Ady Mahyudi, tokoh masyarakat, dan pemilih dapat memberikan wawasan yang lebih kaya mengenai persepsi, motivasi di balik strategi yang diterapkan, dan dampak langsung dari komunikasi tersebut di tingkat akar rumput. Ini akan melengkapi data dari pemberitaan media.
- Analisis Peran Media Sosial dan Komunikasi Digital: Mengingat semakin sentralnya peran media digital dalam politik kontemporer, penelitian di masa depan perlu secara spesifik menganalisis strategi media sosial dan komunikasi digital yang digunakan oleh kampanye Ady Mahyudi. Ini mencakup metrik keterlibatan, jenis konten yang paling efektif, dan dampaknya terhadap mobilisasi pemilih, untuk melengkapi pemahaman tentang strategi komunikasi modern dalam Pilkada. Keterbatasan data media massa dalam mengungkap nuansa strategi digital dan persepsi publik menunjukkan bahwa pemahaman komprehensif tentang strategi komunikasi politik memerlukan triangulasi data dari berbagai sumber, termasuk observasi langsung, wawancara, dan analisis digital yang ketat, di samping laporan media tradisional.

### DAFTAR PUSTAKA

- Azmy, A. B. (2024, September 23). *Pilkada Kabupaten Bima, Ady - Irfan nomor 1, Yandi-Ros nomor 2*. RRI. <https://rri.co.id/pilkada-2024/994186/pilkada-kabupaten-bima-ady-irfan-nomor-1-yandi-ros-nomor-2>
- detikBali. (2024, September 27). *Warga di Wawo minta Ady-Irfan perhatikan petani jagung*. <https://www.detik.com/bali/nusra/d-7561700/warga-di-wawo-minta-ady-irfan-perhatikan-petani-jagung>
- Daftar Bupati Bima. (2025). Wikipedia bahasa Indonesia, ensiklopedia bebas. [https://id.wikipedia.org/wiki/Daftar\\_Bupati\\_Bima](https://id.wikipedia.org/wiki/Daftar_Bupati_Bima)
- Digilib UIN Sunan Gunung Djati. (n.d.). *Komunikasi politik dalam Pilkada langsung*. Retrieved from <https://digilib.uinsgd.ac.id/38935/1/KOMUNI>

- [KASI%20POLITIK%20DALAM%20PILKAD A%20LANGSUNG.pdf](#)
- Fadly. (n.d.). *Strategi komunikasi politik Pilkada Gowa 2015*. Eprints IPDN. <http://eprints.ipdn.ac.id/10406/1/repository.pdf>
- Fuchs, C. (2015). *Culture and economy in the age of social media*. Routledge.
- Fuchs, C. (2016). *Critical theory of communication: New readings of Lukács, Adorno, Marcuse, Honneth and Habermas in the age of the Internet*. University of Westminster Press.
- Fuchs, C. (2020). *Communication and capitalism: A critical theory*. University of Westminster Press.
- Fuchs, C. (2021). *Marxist humanism and communication theory: Media, communication and society volume one*. Routledge.
- Fuchs, C. (2022a). *Foundations of critical theory: Media, communication and society volume two*. Routledge.
- Fuchs, C. (2022b). *Digital ethics: Media, communication and society, volume five*. Routledge.
- Goodkind. (n.d.). *Profil ADY MAHYUDI*. Retrieved from <https://goodkind.id/profil/ady-mahyudi>
- HUMAS PRO. (2025, April 14). *Ady Mahyudi: Penting adanya penguatan sinergi dan kolaborasi dari semua pihak*. Bimakab.go.id. <https://bimakab.go.id/news/1240-ady-mahyudi-penting-adanya-penguatan-sinergi-dan-kolaborasi-dari-semua-pihak>
- KPU Kabupaten Bima. (2024a, December). *DEBAT TERBUKA PASANGAN CALON BUPATI DAN WAKIL BUPATI BIMA TAHUN 2024* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=fGqtQuhfyRI>
- KPU Kabupaten Bima. (2024b, December). *DEBAT TERBUKA PASANGAN CALON BUPATI DAN WAKIL BUPATI BIMA TAHUN 2024* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=UiHERR0HfPE>
- KPU Kabupaten Bima. (2025, Januari 9). *Penetapan pasangan calon terpilih pemilihan umum Bupati dan Wakil Bupati Bima 2024*. [https://id.wikipedia.org/wiki/Pemilihan\\_umum\\_Bupati\\_Bima\\_2024](https://id.wikipedia.org/wiki/Pemilihan_umum_Bupati_Bima_2024)
- Pemerintah Kabupaten Bima. (n.d.). *Visi misi Pemerintah Kabupaten Bima*. Bimakab.go.id. <https://bimakab.go.id/halaman/4-visi-misi-pemerintah-kabupaten-bima>
- Pemilihan umum Bupati Bima 2024*. (2025). Wikipedia bahasa Indonesia, ensiklopedia bebas. [https://id.wikipedia.org/wiki/Pemilihan\\_umum\\_Bupati\\_Bima\\_2024](https://id.wikipedia.org/wiki/Pemilihan_umum_Bupati_Bima_2024)
- Rafiin. (2024a, Agustus 20). *Terima rekomendasi PAN, Aba Ady tunggu dukungan PKS di Pilbup Bima 2024*. detikBali. <https://www.detik.com/bali/pilkada/d-7499293/terima-rekomendasi-pan-aba-ady-tunggu-dukungan-pks-di-pilbup-bima-2024>
- Rafiin. (2024, September 23). *Ady-Irfan dapat nomor 1 dan Yandi-Ros nomor 2 di Pilbup Bima 2024*. detikBali. <https://www.detik.com/bali/pilkada/d-7553498/ady-irfan-dapat-nomor-1-dan-yandi-ros-nomor-2-di-pilbup-bima-2024>
- Rafiin. (2024, September 26). *Zona dan jadwal lengkap kampanye Pilbup Bima 2024*. detikBali. <https://www.detik.com/bali/pilkada/d-7559764/zona-dan-jadwal-lengkap-kampanye-pilbup-bima-2024>
- Rafiin. (2024, November 30). *Yandi-Ros akui kemenangan Ady-Irfan di Pilbup Bima 2024*. detikBali. <https://www.detik.com/bali/pilkada/d-7664153/yandi-ros-akui-kemenangan-ady-irfan-di-pilbup-bima-2024>
- Rafiin. (2025, Januari 8). *KPU tetapkan Ady-Irfan pemenang Pilbup Bima 2024 besok*. detikBali. <https://www.detik.com/bali/pilkada/d-7723270/kpu-tetapkan-ady-irfan-pemenang-pilbup-bima-2024-besok>
- Rifaed, S. (2025, Januari 9). *Sah! Ady Mahyudi-Dr Irfan, jAdy Bupati Kabupaten Bima*. RRI. <https://rri.co.id/pilkada-2024/1244454/sah-ady-mahyudi-dr-irfan-jady-bupati-kabupaten-bima>
- Samuels, R. (2009). *New media, cultural studies, and critical theory after postmodernism: Automodernity from Zizek to Laclau*. Palgrave Macmillan.
- Suadnyana, I. W. S., & Rafiin. (2024, Agustus 19). *Didukung PAN dan PKS, Ady-Irfan tantang Yandi-Ros di Pilbup Bima 2024*. detikBali. <https://www.detik.com/bali/pilkada/d-7497552/didukung-pan-dan-pks-ady-irfan-tantang-yandi-ros-di-pilbup-bima-2024>
- Tim Komunikasi Publik, Dinas Kominfo dan Statistik Kab.Bima. (2025, Mei 20). *Ngopi bareng anak muda, Bupati Ady Mahyudi dan Wabup dr. Irfan Zubaidy serap aspirasi*. Bimakab.go.id. <https://bimakab.go.id/news/1275-ngopi-bareng-anak-muda-bupati-ady-mahyudi-dan-wabup-dr-irfan-zubaidy-serap-aspirasi>
- Wikipedia. (2024). *2024 Indonesian local elections*. [https://en.wikipedia.org/wiki/2024\\_Indonesian\\_local\\_elections](https://en.wikipedia.org/wiki/2024_Indonesian_local_elections)
- Wulandari, M. (2024). *Strategi komunikasi politik yang efektif dalam Pilkada. Jurnal Ilmiah Administrasi Negara, 11(1)*. <https://ejournal.unisai.ac.id/index.php/jian/article/download/900/729/3762>