



Dinamika Internal Tim Kampanye Rojikin-Vina dalam Kampanye Politik Digital 2024

Hafi Mahyudi*, Annisa Rizki Ananda

Universitas Muhammadiyah Palangkaraya

Abstrak: Penelitian ini bertujuan mengkaji bagaimana dinamika internal dalam tim kampanye Rojikin-Vina memengaruhi efektivitas strategi kampanye politik digital pada Pilkada Palangka Raya 2024, dengan fokus pada ketimpangan literasi digital, pola koordinasi, konflik peran, serta resistensi terhadap teknologi yang muncul selama proses kampanye. Menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, data dikumpulkan melalui wawancara mendalam terhadap sepuluh informan yang dipilih secara purposif, observasi partisipatif selama dua bulan masa kampanye, dan studi dokumentasi terhadap materi digital serta aktivitas media sosial tim. Hasil penelitian menunjukkan bahwa rendahnya literasi digital pada pimpinan dan beberapa anggota senior melahirkan ketergantungan terhadap anggota muda yang lebih menguasai teknologi, sehingga strategi digital berjalan secara situasional dan baru memproduksi konten ketika muncul kebutuhan tertentu, bukan berdasarkan perencanaan yang matang. Kondisi ini berdampak langsung pada terkendalanya kontinuitas narasi kampanye dan hilangnya peluang untuk memanfaatkan momentum digital secara optimal. Dominasi kepemimpinan senior turut menghambat munculnya ide kreatif dari generasi muda, menyebabkan inovasi konten tidak berkembang dan fitur strategis seperti iklan berbayar, analitik media sosial, serta perencanaan narasi tidak dimanfaatkan secara optimal. Selain itu, penelitian menemukan adanya konflik peran dan miskomunikasi yang muncul akibat perbedaan visi antara relawan, pengurus partai, dan tim profesional, sehingga proses pengambilan keputusan sering tidak selaras, memperlemah koordinasi vertikal maupun horizontal. Ketidakterbukaan dalam komunikasi internal semakin memperparah fragmentasi kerja dan menciptakan ketidakkonsistenan pesan yang disampaikan kepada publik. Akibatnya, konten kampanye tidak mampu menarik perhatian pemilih digital, terutama generasi muda yang sangat aktif di media sosial. Temuan ini menegaskan bahwa kualitas manajemen internal, kolaborasi lintas generasi, pemanfaatan teknologi secara komprehensif, serta kemampuan beradaptasi dengan dinamika digital merupakan faktor mendasar yang menentukan keberhasilan kampanye politik digital di tingkat lokal.

Kata kunci: Dinamika Internal, Literasi Digital, Konflik Peran, Kampanye Digital

DOI:

<https://doi.org/10.47134/interaction.v2i3.5103>

*Correspondence: Hafi Mahyudi

Email: hafimahyudi06@gmail.com

Received: 25-09-2025

Accepted: 25-10-2025

Published: 25-11-2025



Copyright: © 2025 by the authors.

Submitted for open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license

(<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Abstract: This study aims to examine how internal dynamics within the Rojikin-Vina campaign team influenced the effectiveness of their digital political campaign strategy during the 2024 mayoral election in Palangka Raya. The analysis focuses on disparities in digital literacy, coordination patterns, role conflicts, and resistance to technology that emerged throughout the campaign process. Using a descriptive qualitative approach, data were collected through in-depth interviews with ten purposively selected informants, two months of participatory observation during the official campaign period, and documentation of digital materials and social media activities. The findings indicate that limited digital literacy among senior leaders and some older team members created a dependency on younger, digitally proficient members, resulting in a situational approach where content was produced only when prompted by specific needs rather than through structured planning. This condition disrupted the continuity of campaign narratives and reduced opportunities to leverage digital momentum effectively. The dominance of senior leadership also constrained creative contributions from younger members, hampering content innovation and leading to the underuse of strategic digital tools such as paid advertisements, social media analytics, and structured narrative planning. Additionally, the study identifies role conflicts and miscommunication driven by differing visions among volunteers, party officials, and professional staff, causing unsynchronized decision-making processes and weakening both vertical and horizontal coordination. Limited openness in internal communication further intensified fragmentation, resulting in inconsistent public messaging that struggled to engage digital-native voters. Overall, the study highlights that effective digital campaigning at the local level is highly dependent on strong internal management, cross-generational collaboration, comprehensive technological adaptation, and organizational responsiveness to digital dynamics.

Keywords: Internal Dynamics, Digital Literacy, Role Conflict, Digital Campaigning

Pendahuluan

Transformasi digital dalam beberapa tahun terakhir benar-benar mengubah cara kampanye politik dijalankan. Media sosial seperti Instagram, Facebook, dan Twitter tidak lagi sekadar ruang berbagi informasi, melainkan telah menjadi arena utama bagi para kandidat untuk membangun citra, menyampaikan visi, dan berkomunikasi langsung dengan pemilih. Melalui pendekatan digital, pesan kampanye dapat tersebar dengan cepat dan menjangkau audiens yang jauh lebih luas. Afrita (2024) menegaskan bahwa media sosial menjadi faktor penting dalam membentuk preferensi politik masyarakat dan mendorong meningkatnya partisipasi politik, terutama menjelang Pemilu 2024.

Perubahan pola komunikasi ini sejalan dengan pandangan Falah (2024), yang menyatakan bahwa politik digital telah mendorong pergeseran besar dari strategi kampanye konvensional menuju pemanfaatan media sosial sebagai saluran komunikasi utama. Media sosial tidak hanya mempermudah interaksi, tetapi juga memberi ruang bagi distribusi pesan yang lebih cepat dan responsif. Dalam praktiknya, komunikasi politik kini tidak berhenti pada penyampaian pesan, melainkan berkembang menjadi proses membangun hubungan dan persepsi publik secara berkelanjutan. Temuan Kreiss & McGregor (2019) turut memperkuat hal ini, khususnya bahwa platform digital sudah membentuk ulang cara kandidat menjalin hubungan dengan pemilih melalui pola komunikasi yang responsif dan terukur.

Meskipun demikian, keberhasilan kampanye digital tidak hanya bertumpu pada strategi komunikasi eksternal. Faktor internal, terutama dinamika yang terjadi di dalam tim kampanye, ikut menentukan efektivitas strategi yang diterapkan. Dinamika ini mencakup bagaimana anggota tim bekerja sama, mengambil keputusan, dan berkomunikasi satu sama lain. Meifilina (2021) mencatat bahwa konflik internal, ketidakjelasan struktur kerja, serta kurangnya keterbukaan komunikasi sering menjadi penyebab utama strategi kampanye tidak berjalan optimal. Temuan Syam (2020) dalam studi Pilkada Makassar 2018 juga menunjukkan bahwa ketidaksepahaman visi dan lemahnya kepemimpinan dapat menghambat jalannya kampanye di lapangan.

Dalam tim kampanye yang melibatkan berbagai generasi, potensi munculnya konflik peran dan ketidakseimbangan kepemimpinan juga semakin besar. Perbedaan pandangan mengenai pembagian tugas serta dominasi pihak tertentu dapat memicu gesekan internal yang merusak kerja tim. Falah (2024) menegaskan bahwa kondisi seperti ini dapat menghambat munculnya ide-ide baru, terutama dari anggota muda yang umumnya lebih memahami budaya dan pola komunikasi digital. Hal ini sejalan dengan Nielsen (2020), yang menyebut bahwa ketimpangan struktur kekuasaan dalam organisasi politik sering menjadi hambatan bagi inovasi dan adaptasi terhadap dinamika kampanye.

Aspek lain yang turut memengaruhi dinamika internal adalah kesenjangan kompetensi digital di antara anggota tim. Kurnia dan Astuti (2017) menunjukkan bahwa perbedaan penguasaan teknologi antara anggota senior dan junior dapat menimbulkan miskomunikasi dan resistensi terhadap penggunaan strategi digital. Lathiffah dan Astuti (2021) menambahkan bahwa ketidakseimbangan literasi digital dapat melemahkan kolaborasi dan menurunkan kemampuan tim dalam merespons dinamika publik. Temuan Van Dijk (2020) memperluas perspektif ini dengan menunjukkan bahwa kesenjangan

penguasaan teknologi bukan sekadar persoalan teknis, tetapi juga dapat membentuk pola relasi kekuasaan dalam organisasi politik.

Gambaran dinamika tersebut terlihat jelas dalam tim kampanye Rojikin–Vina pada Pilkada Palangka Raya 2024. Berbagai hambatan internal muncul, seperti ketidakharmonisan antara anggota senior dan muda, lemahnya koordinasi, dan terbatasnya pemanfaatan media sosial secara efektif. Dominasi kepemimpinan senior juga membuat banyak gagasan kreatif dari anggota muda tidak terakomodasi, meskipun mereka lebih memahami cara berkomunikasi dengan pemilih digital. Selain itu, terdapat pula kecenderungan sebagian anggota untuk lebih mementingkan kepentingan pribadi daripada tujuan kolektif. Anggraini et al. (2023) menemukan bahwa rendahnya literasi digital di kalangan pimpinan serta ketegangan internal dapat melemahkan konsistensi komunikasi politik dan menghambat kolaborasi.

Jika melihat penelitian-penelitian sebelumnya, banyak kajian berfokus pada aspek komunikasi digital, hambatan organisasi, atau literasi digital secara terpisah. Namun, masih jarang penelitian yang menggabungkan ketiga aspek tersebut literasi digital, konflik peran, dan dinamika internal dalam konteks kampanye politik daerah. Selain itu, belum banyak studi yang menyoroti bagaimana dinamika internal tersebut benar-benar memengaruhi kualitas narasi digital, efektivitas konten, serta kemampuan tim beradaptasi dengan ritme kampanye yang berubah cepat.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan mengkaji secara mendalam bagaimana dinamika internal dalam tim kampanye mempengaruhi efektivitas strategi kampanye digital, dengan fokus pada perbedaan peran, pola koordinasi, resistensi terhadap teknologi, dan konflik nilai yang muncul dalam tim kampanye Rojikin–Vina, sekaligus menggambarkan bagaimana struktur komunikasi internal dan relasi antaraktor mempengaruhi keberhasilan kampanye digital yang dijalankan pada Pilkada 2024. Dengan menelaah berbagai dimensi tersebut secara menyeluruh, penelitian ini diharapkan mampu memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai pengelolaan tim kampanye di era digital, serta mengisi celah literatur terkait dinamika internal organisasi politik lokal yang beroperasi dalam lingkungan media sosial yang semakin kompleks dan kompetitif.

Metodologi

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk mengkaji secara mendalam dinamika internal tim kampanye Rojikin–Vina dalam pelaksanaan kampanye politik digital pada Pilkada 2024. Pendekatan ini dipilih karena sesuai dengan tujuan penelitian yang ingin memahami realitas sosial dan hubungan antaraktor secara kontekstual, terutama menyangkut komunikasi internal, ketimpangan literasi digital, serta hambatan struktural dalam organisasi tim kampanye. Metode ini memungkinkan peneliti menangkap berbagai dinamika dan persepsi yang muncul selama proses kampanye. Sebagaimana ditegaskan oleh Ardianto dan Pranowo (2021), pendekatan kualitatif sangat sesuai digunakan untuk menelusuri pola komunikasi dan proses sosial yang bersifat kompleks dan tidak dapat diukur dengan angka.

Penelitian ini difokuskan pada proses, bukan sekadar hasil akhir, dengan mempertimbangkan dimensi sosial dan budaya yang membentuk cara kerja tim kampanye di era digital. Selain itu, peneliti juga menelaah faktor-faktor kontekstual seperti kesenjangan generasi, gaya kepemimpinan, dan resistensi terhadap penggunaan teknologi digital, yang turut membentuk dinamika internal tersebut. Dalam konteks penelitian komunikasi politik, pendekatan semacam ini diperlukan untuk memahami dimensi relasional dan struktural dari sebuah tim kampanye (Falah & Wicaksono, 2022). Oleh karena itu, studi ini tidak hanya menjelaskan hubungan antarvariabel, tetapi juga menyusun pemahaman menyeluruh yang dapat dijadikan dasar pengambilan keputusan strategis.

Pengumpulan data dilakukan melalui tiga teknik utama, yaitu wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan studi dokumentasi. Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur kepada sepuluh informan yang dipilih secara purposif, dengan kriteria meliputi: (1) petinggi tim kampanye, (2) pengelola akun media sosial kampanye, dan (3) anggota tim dari berbagai generasi. Teknik purposive sampling umum digunakan dalam pendekatan kualitatif untuk memilih informan yang memiliki pengalaman atau informasi mendalam tentang objek studi (Nugroho, 2020). Wawancara ini bertujuan untuk menggali pandangan, pengalaman, dan kendala yang dirasakan oleh masing-masing pihak terkait komunikasi internal, literasi digital, serta strategi digital yang dijalankan selama masa kampanye.

Observasi dilakukan selama dua bulan yang bertepatan dengan masa kampanye resmi sesuai jadwal Komisi Pemilihan Umum (KPU). Observasi difokuskan pada interaksi antaranggota tim, proses pengambilan keputusan, pola koordinasi, serta aktivitas digital kampanye, khususnya dalam manajemen konten media sosial. Dalam praktik penelitian lapangan, observasi partisipatif penting dilakukan untuk menangkap gejala sosial dan dinamika kelompok secara langsung (Syam, 2020). Peneliti mencatat dinamika yang muncul selama kegiatan operasional kampanye, termasuk bentuk komunikasi verbal dan nonverbal, serta peran masing-masing individu dalam proses kerja tim yang menggambarkan sejauh mana struktur internal berfungsi dengan efektif.

Studi dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan materi kampanye digital seperti unggahan media sosial, data interaksi publik (suka, komentar, dan bagikan), serta catatan internal tim kampanye jika tersedia. Menurut Hidayat dan Lestari (2021), dokumentasi menjadi sumber penting dalam penelitian kualitatif karena dapat merekam jejak digital dan memperkaya konteks analisis, khususnya pada kampanye berbasis media sosial. Data ini digunakan untuk mendukung temuan dari wawancara dan observasi, serta menjadi dasar untuk mengevaluasi efektivitas strategi digital yang digunakan selama masa kampanye berlangsung.

Analisis data dilakukan menggunakan teknik triangulasi, yaitu membandingkan temuan dari ketiga metode pengumpulan data untuk memastikan validitas dan konsistensi informasi. Tahapan analisis dimulai dengan pengorganisasian data dalam kategori tematik (coding), seperti: konflik peran, hambatan komunikasi, dan dominasi generasi. Teknik triangulasi dianggap krusial dalam pendekatan kualitatif karena mampu mengurangi bias dan meningkatkan keabsahan interpretasi data (Damayanti & Hamzah, 2017). Melalui tahapan ini, peneliti memperoleh pemahaman mendalam mengenai keterkaitan antara

ketimpangan literasi digital, dinamika internal, dan efektivitas kampanye politik digital yang dijalankan oleh tim kampanye Rojikin–Vina.

Hasil dan Pembahasan

Keterbatasan Literasi Digital dan Dampaknya pada Dinamika Tim Kampanye

Salah satu temuan penting dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kemampuan digital para pimpinan dan sebagian anggota tim kampanye Rojikin–Vina masih terbatas, sehingga berdampak langsung pada pola kerja di dalam tim. Ketua tim kampanye sendiri mengakui bahwa ia menggunakan media sosial hanya sebatas melihat unggahan tanpa memahami cara membuat atau mengelola konten. Ia menuturkan, “Saya ini menggunakan media sosial hanya bisa membuka dan melihat postingan saja. Jangankan untuk membuat postingan, akun Facebook saya saja yang membuatnya adalah bawahan saya ketika saya menjabat dulu.” Ungkapan tersebut menunjukkan bahwa penguasaan teknologi digital yang semestinya menjadi fondasi kampanye modern belum sepenuhnya dimiliki oleh beberapa figur penting dalam tim.

Kondisi ini menimbulkan ketergantungan pada anggota tim yang lebih melek digital. Dari pengamatan selama dua bulan masa kampanye, terlihat bahwa aktivitas media sosial lebih cenderung hanya memposting atau membuat konten ketika ada situasi yang menuntut, bukan berdasarkan perencanaan yang matang. Fitur-fitur seperti Instagram Ads, insight analytics, hingga desain konten visual tidak dimanfaatkan secara maksimal. Temuan ini menguatkan argumen Hayat et al. (2021) yang menyatakan bahwa literasi digital yang rendah dapat menghambat penyampaian pesan politik secara efektif. Pandangan tersebut sejalan dengan pernyataan van Deursen & van Dijk (2014), yang menjelaskan bahwa keterampilan digital yang terbatas dapat sangat menghambat kemampuan seseorang untuk berpartisipasi secara efektif dalam lingkungan yang serba digital menggarisbawahi bagaimana kemampuan digital yang terbatas dapat melemahkan komunikasi politik di ruang online.

Data dari akun Instagram resmi @rojikinvinaforpky_official juga memperlihatkan pola interaksi audiens yang rendah. Dari total 71 unggahan selama masa kampanye, rata-rata interaksinya minim. Unggahan dengan performa tertinggi hanya memperoleh 244 suka, 10 komentar, dan empat kali dibagikan. Angka tersebut menunjukkan bahwa narasi dan konten politik yang disajikan belum cukup menarik perhatian pemilih, terutama generasi muda yang lebih aktif mengonsumsi informasi digital.

Wawancara dengan pengelola media sosial turut memperjelas persoalan ini. Ia mengatakan, “Kami sering kebingungan harus posting apa. Kadang sudah dibuat caption oleh anak muda, tapi tidak disetujui oleh pimpinan karena dianggap terlalu nyeleneh.” Situasi tersebut mencerminkan ketegangan antar generasi dalam tim, yang pada akhirnya menghambat kreativitas dan inovasi. Limilia dan Fuady (2021) juga mencatat bahwa perbedaan kemampuan digital antargenerasi sering memicu ketidakseimbangan peran dan mengurangi efektivitas organisasi kampanye.

Hambatan Komunikasi dan Konflik Peran dalam Dinamika Internal Tim

Selain kendala teknis, dinamika internal tim kampanye juga dipengaruhi oleh pola komunikasi yang kurang terarah dan gaya kepemimpinan yang tidak adaptif. Berdasarkan wawancara dan observasi lapangan, terlihat bahwa perbedaan visi antara kelompok relawan, pengurus partai, dan tim profesional menjadi sumber munculnya konflik. Salah satu anggota tim menuturkan, “Kadang satu pihak ingin narasi tegas lawan petahana, yang lain minta narasi kampanye yang santai saja. Akhirnya bingung, mana yang mau dipakai.”

Situasi tersebut menggambarkan ketidaksinkronan komunikasi vertikal maupun horizontal dalam tim. Meifilina (2021) menjelaskan bahwa struktur komunikasi internal yang lemah dapat menimbulkan konflik peran dan memperlambat proses pengambilan keputusan. Selain itu, adanya persaingan antarindividu untuk memperoleh posisi strategis sering kali membuat strategi komunikasi berjalan tidak konsisten. Seorang informan mengungkapkan, “Kadang yang diangkat ke media bukan hasil keputusan rapat, tapi siapa yang punya koneksi lebih kuat.” Hal ini menunjukkan bahwa faktor personal dan kelompok kecil turut mempengaruhi arah komunikasi politik.

Setiawan et al. (2022) menyebutkan bahwa ketika kepemimpinan strategis dan komunikasi operasional tidak berjalan seimbang, tim akan sulit menghadapi tekanan dari luar. Men et al. (2020) juga menegaskan bahwa kualitas komunikasi internal berperan besar dalam membentuk kekompakan tim serta mengurangi potensi konflik dalam organisasi yang menjalankan fungsi strategis sehingga kualitas komunikasi internal memegang peran penting dalam menjaga kekompakan tim.

Keterkaitan antara Literasi Digital dan Hambatan Komunikasi Internal

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa literasi digital bukan sekadar kemampuan teknis, tetapi berkaitan erat dengan pola komunikasi dalam tim. Salah satu informan berkata, “Kadang pimpinan cuma bilang, ‘buat konten yang bagus,’ tapi tidak jelas seperti apa yang dimaksud. Begitu kami buat dan menurut kami itu bagus, malah tidak disetujui.” Situasi ini mencerminkan tidak adanya kejelasan instruksi yang akhirnya memicu salah paham.

Khalyubi et al. (2021) menyebut bahwa kurangnya kompetensi digital pada pimpinan dapat menimbulkan bias otoritas dan ketidakjelasan dalam pembagian tugas. Penelitian internasional oleh Leonardi (2020) juga menguatkan bahwa kemampuan komunikasi digital memiliki pengaruh besar terhadap efektivitas koordinasi, pertukaran informasi, dan pengurangan ambiguitas dalam proses kerja tim sehingga kemampuan komunikasi digital sangat menentukan kelancaran arus informasi.

Keterbatasan literasi digital juga menyebabkan strategi kampanye tidak berjalan berbasis data. Fitur analitik yang seharusnya menjadi alat evaluasi tidak digunakan, sehingga tim kehilangan peluang untuk menyesuaikan strategi secara cepat. Utoyo (2024) menegaskan bahwa organisasi politik yang tidak memanfaatkan data-driven campaign akan kesulitan merespons dinamika preferensi pemilih.

Dampak Dinamika Internal terhadap Efektivitas Kampanye

Perpaduan antara konflik peran, ketimpangan literasi digital, dan komunikasi yang tidak efektif menciptakan suasana internal yang tidak stabil. Kurangnya keterbukaan antaranggota, dominasi kelompok tertentu, dan lemahnya kerja sama pada akhirnya menurunkan kualitas strategi kampanye digital.

Rosdiana (2024) menyatakan bahwa efektivitas kampanye digital bergantung pada soliditas tim dan kualitas komunikasi internal. Ketika koordinasi tidak berjalan baik, pesan politik yang disampaikan menjadi tidak konsisten. Firmansyah dan Utami (2022) pun menekankan bahwa dinamika internal yang tidak terkelola dengan baik dapat menghambat kemampuan tim untuk menyesuaikan diri dengan tantangan kampanye digital yang bergerak cepat. Einwiller & Kim (2020) juga menambahkan bahwa lemahnya komunikasi internal dapat melemahkan ketahanan organisasi dan menurunkan efektivitas strategi, terutama ketika organisasi berada dalam situasi penuh tekanan sehingga komunikasi internal yang tidak optimal jelas berdampak pada stabilitas dan efektivitas tim kampanye.

Simpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa dinamika internal tim kampanye Rojikin–Vina memainkan peran krusial dalam menentukan efektivitas kampanye politik digital mereka pada Pilkada 2024. Terdapat keterbatasan signifikan dalam literasi digital di kalangan pimpinan dan beberapa anggota tim, yang berdampak pada kurangnya penguasaan strategi media sosial, ketergantungan pada anggota muda, dan tidak optimalnya pemanfaatan fitur-fitur digital seperti iklan berbayar dan data analitik. Selain itu, hambatan komunikasi yang muncul akibat perbedaan visi, ketidakjelasan peran, dan persaingan individu turut memperlemah koordinasi serta menciptakan fragmentasi dalam penyampaian pesan politik. Keterkaitan antara rendahnya literasi digital dan buruknya komunikasi internal menyebabkan miskomunikasi dan pengambilan keputusan yang tidak terstruktur, yang pada akhirnya mengurangi efektivitas kampanye secara keseluruhan.

Penelitian ini memiliki beberapa kelebihan, di antaranya penggunaan pendekatan kualitatif dengan teknik triangulasi data yang memperkuat validitas temuan, serta fokus pada isu internal tim kampanye lokal yang masih jarang diteliti secara mendalam. Namun, terdapat pula keterbatasan, seperti cakupan studi yang hanya mencakup satu tim kampanye sehingga belum dapat digeneralisasi, dan kurangnya pelibatan perspektif dari pihak eksternal seperti pemilih atau pengamat politik. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan studi dengan membandingkan dinamika internal beberapa tim kampanye dalam satu wilayah, serta melibatkan pendekatan kuantitatif untuk mengukur hubungan antarvariabel secara statistik. Selain itu, dimensi lain seperti budaya organisasi, gaya kepemimpinan, dan persepsi publik terhadap strategi kampanye digital juga dapat dieksplorasi lebih lanjut untuk mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif. Pendekatan berbasis data digital real-time dengan bantuan teknologi analitik juga dapat menjadi alternatif pengembangan kajian pada masa mendatang.

Daftar Pustaka

- Afrita, J. (2024). *Pemilu 2024: Meninjau Dampak Kampanye Media Sosial terhadap Partisipasi Politik*. Gema Publica, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro. <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/gp/article/view/65349>
- Anggraini, M., Rasyid, A., & Dewi, N. (2023). *Konflik Internal dalam Tim Kampanye Politik Digital*. *Jurnal Komunikasi Politik*, 8(2), 56–70. <https://doi.org/10.25077/jkp.8.2.2023.56-70>
- Ardianto, E., & Pranowo, A. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif dalam Studi Komunikasi Politik*. *Jurnal Komunikasi Politik*, 9(1), 12–25.
- Damayanti, D., & Hamzah, H. (2017). *Validitas Data Kualitatif melalui Pendekatan Triangulasi dalam Penelitian Sosial*. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 6(2), 45–59.
- Einwiller, S., & Kim, S. (2020). How internal communication fosters organizational resilience. *Journal of Communication Management*, 24(3), 1–15.
- Falah, R. (2024). *Komunikasi Politik dalam Dinamika Demokrasi Digital*. *Jurnal Ilmu Sosial dan Politik*, 12(1), 1–13.
- Falah, R., & Wicaksono, T. (2022). *Pendekatan Kualitatif dalam Kajian Dinamika Politik Lokal*. *Jurnal Ilmu Pemerintahan*, 14(2), 99–112.
- Firmansyah, H., & Utami, D. (2022). *Strategi Kampanye Politik Digital di Daerah: Peluang dan Tantangan*. *Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi*, 17(1), 34–47. <https://doi.org/10.31289/jipk.v17i1.2022>
- Hayat, M., Sari, D., & Rachman, H. (2021). *Literasi Digital dan Strategi Komunikasi Politik di Era Media Sosial*. *Jurnal Komunikasi Politik*, 5(2), 89–104.
- Hidayat, A., & Lestari, R. (2021). *Media Sosial dan Dokumentasi Digital dalam Penelitian Politik*. *Jurnal Teknologi dan Komunikasi Politik*, 7(1), 77–88.
- Khalyubi, A., Nugroho, Y., & Fauzan, M. (2021). *Komunikasi Strategis dalam Tim Kampanye Politik Digital*. *Jurnal Manajemen Politik*, 3(1), 23–38.
- Kreiss, D., & McGregor, S. C. (2019). The “Arbiters of What Our Voters See”: Facebook and Google’s Struggle with Policy, Process, and Enforcement Around Political Advertising. *Political Communication*, 36(4), 499–522.
- Kurnia, N., & Astuti, R. (2017). *Strategi Literasi Digital dalam Konteks Kampanye Politik*. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 5(2), 115–128.
- Lathiffah, N., & Astuti, Y. (2021). *Peran Literasi Digital dalam Efektivitas Kampanye Politik di Media Sosial*. *Jurnal Ilmu Komunikasi Digital*, 6(1), 22–35.
- Leonardi, P. M. (2020). COVID-19 and the new technologies of organizing: digital communication and collaboration in pandemic times. *Journal of Management Studies*, 57(8), 1313–1317.
- Limilia, A., & Fuady, H. (2021). *Literasi Digital sebagai Faktor Penentu Efektivitas Kampanye Politik Digital*. *Jurnal Teknologi dan Politik*, 9(1), 55–72.
- Meifilina, R. (2021). *Komunikasi Internal dalam Organisasi Politik*. *Jurnal Kepemimpinan dan Komunikasi*, 9(1), 66–78.
- Men, L. R., Yue, C. A., & Liu, Y. (2020). Internal communication and organizational effectiveness: a systematic review. *Public Relations Review*, 46(3), 101–110.

- Nielsen, R. K. (2020). Political Communication and Organizational Power: Inequalities in Decision-Making within Campaign Teams. *International Journal of Communication*, 14, 2234–2251.
- Nugroho, Y. (2020). *Teknik Pemilihan Informan dalam Penelitian Kualitatif: Kajian Teoritis dan Praktis*. *Jurnal Riset Komunikasi*, 10(2), 112–126.
- Nugroho, Y., & Utomo, B. (2022). *Koordinasi dan Dinamika Internal Tim Kampanye pada Pilkada Digital*. *Jurnal Administrasi dan Politik*, 9(1), 25–38. <https://doi.org/10.31289/jap.v9i1.2022>
- Rosdiana, T. (2024). *Narasi Politik di Era Digital: Strategi, Konten, dan Relevansi*. *Jurnal Komunikasi Visual Politik*, 2(1), 45–59.
- Setiawan, R., Latifah, U., & Marwan, A. (2022). *Manajemen Strategis dan Dinamika Organisasi Politik*. *Jurnal Ilmu Organisasi*, 8(1), 21–34.
- Syam, H. (2020). *Dinamika Proses Penyelenggaraan Pemilihan Wali Kota di Kota Makassar Tahun 2018*. *Jurnal Ilmu Politik dan Pemerintahan Lokal*, 7(2), 22–37.
- Utoyo, P. (2024). *Pengelolaan Data dan Konflik Peran dalam Tim Politik Digital*. *Jurnal Politik dan Teknologi*, 3(1), 17–29.
- Van Deursen, A. J., & Van Dijk, J. A. (2014). The digital divide shifts to differences in usage. *New Media & Society*, 16(3), 507–526.
- Van Dijk, J. (2020). Inequalities in the Digital Society: Political Organizations and the Digital Divide. *New Media & Society*, 22(7), 1245–1263.