

KOMUNIKASI POLITIK TIM PEMENANGAN UNTUK ABDUL WAHID DAN SF HARIYANTO DALAM PEMILIHAN GUBERNUR DAN WAKIL GUBERNUR PROVINSI RIAU TAHUN 2024

Oleh: Pauzia Latifah Isrul

Pembimbing: Sofyan Hadi, S. Sos., M. Si

Jurusan Ilmu Pemerintahan

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Riau

Kampus Bina Widya, Jl. H.R. Soebrantas Km 12,5 Simp. Baru, Pekanbaru 28293

Telp/Fax. 0761-63277

ABSTRACT

Political communication is very important in every political process, especially during election campaigns. Through political communication, candidates and their campaign teams convey ideas, visions, missions, and work programs to the public as potential voters. The main objective is to build public understanding, create a positive image, and gain political support for the candidates.

This study aims to analyze how the elements of political communication—communicator, communicant, message, and media— influence Generation Z's voting decisions in the 2024 Riau Gubernatorial Election. This research uses a qualitative descriptive approach, with data collected through in-depth interviews, observation, and documentation. The study applies Political Communication Theory, Uses and Gratifications Theory, and Agenda Setting Theory as analytical frameworks. Informants consist of academics, members of the campaign team, and Generation Z voters in Pekanbaru City.

The results show that political communicators, such as the candidates and religious figures (notably Ustaz Abdul Somad), play a significant role in shaping public trust and attracting young voters' sympathy. The political messages emphasized themes of change and social justice, presented in simple and inspiring ways that were easily accepted by Generation Z as the communicants. Meanwhile, social media platforms such as TikTok, Instagram, and YouTube served as the primary channels for disseminating political messages effectively, aligning with Generation Z's digital communication habits.

Keywords: *Communicator, Communicant, Political Message, Social Media*

ABSTRAK

Komunikasi politik sangat penting dalam setiap proses politik, terutama pada masa kampanye pemilihan umum atau pemilihan kepala daerah. Melalui komunikasi politik, kandidat dan tim pemenangan dapat menyampaikan gagasan, visi, misi, serta program kerja kepada masyarakat sebagai calon pemilih. Tujuan utamanya adalah membentuk pemahaman, citra positif, dan dukungan politik dari masyarakat terhadap kandidat yang bersangkutan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana unsur komunikasi politik, meliputi komunikator, komunikan, pesan, dan media, berperan dalam memengaruhi keputusan memilih Generasi Z pada Pilkada Riau 2024.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif, dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Teori yang digunakan meliputi Teori Komunikasi Politik, Uses and Gratifications, dan Agenda Setting sebagai landasan analisis. Informan terdiri atas akademisi, tim sukses pasangan calon, serta pemilih Generasi Z di Kota Pekanbaru.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikator politik, seperti pasangan calon dan tokoh agama (Ustaz Abdul Somad), berperan penting dalam membentuk kepercayaan publik dan menarik simpati pemilih muda. Pesan politik yang disampaikan mengusung tema perubahan dan keadilan sosial, dikemas secara sederhana dan inspiratif agar mudah diterima oleh Generasi Z sebagai komunikan. Sementara itu, media sosial seperti TikTok, Instagram, dan YouTube menjadi saluran utama penyebaran pesan politik yang efektif karena sesuai dengan gaya komunikasi digital Generasi Z.

Kata Kunci: *Komunikator, Komunikan, Media Sosial, Pesan Politik*

PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Komunikasi politik merupakan elemen fundamental dalam proses kampanye pemilihan umum, yang bertujuan menyampaikan informasi, membentuk persepsi, serta memengaruhi sikap dan perilaku pemilih agar sejalan dengan kepentingan kandidat atau tim pemenangan. Melalui berbagai strategi dan media, komunikasi politik diharapkan mampu mengarahkan pemilih untuk mengambil keputusan politik sesuai dengan pesan yang disampaikan. Salah satu strategi yang kerap digunakan dalam praktik kampanye kontemporer adalah pemanfaatan politik identitas, yang disisipkan ke dalam pesan-pesan kampanye dan melibatkan tokoh, kelompok, maupun individu tertentu sebagai komunikator politik.

Dalam konteks pemilihan kepala daerah, perubahan regulasi terkait mekanisme pemilihan turut memengaruhi dinamika kampanye politik. Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah menandai pelaksanaan pemilihan kepala daerah secara langsung sebagai wujud demokratisasi di tingkat lokal. Namun, perubahan kembali terjadi melalui Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 yang mengatur mekanisme pemilihan kepala daerah secara tidak langsung melalui DPRD. Dinamika regulasi ini menunjukkan bahwa proses pemilihan kepala daerah tidak hanya bersifat prosedural, tetapi juga sarat dengan kepentingan politik yang memerlukan strategi komunikasi yang efektif agar dapat diterima oleh masyarakat.

Pemilih dalam sistem demokrasi merupakan subjek politik yang memiliki peran strategis dalam menentukan arah kepemimpinan daerah. Oleh karena itu, kualitas pilihan politik masyarakat tidak seharusnya didasarkan semata-mata pada faktor popularitas, kharisma, atau kedekatan emosional, melainkan pada

kapasitas, integritas, ideologi, dan rekam jejak kandidat. Dalam konteks ini, komunikasi politik memiliki peran penting dalam membangun kesadaran politik pemilih agar mampu menilai calon secara rasional dan kritis.

Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur Provinsi Riau Tahun 2024 yang dilaksanakan pada 27 November 2024 menjadi salah satu momentum penting dalam praktik demokrasi lokal. Berdasarkan data Komisi Pemilihan Umum (KPU) Provinsi Riau, jumlah Daftar Pemilih Tetap (DPT) mencapai 4.827.022 pemilih. Hasil rekapitulasi suara menunjukkan bahwa pasangan calon nomor urut 1, Abdul Wahid dan SF Hariyanto, memperoleh suara terbanyak dan ditetapkan sebagai pemenang Pilgub Riau 2024. Kemenangan tersebut tidak terlepas dari strategi kampanye dan peran komunikator politik yang efektif dalam membangun opini publik.

Dalam pelaksanaan kampanye, komunikator politik—yang sering disebut juru kampanye (jurkam)—memiliki peran strategis dalam merumuskan pesan, tema, dan model kampanye, baik secara langsung (offline) maupun melalui media digital (online). Perkembangan teknologi komunikasi dan media sosial telah menggeser pola kampanye politik ke arah yang lebih interaktif dan masif. Media sosial tidak hanya digunakan oleh kandidat dan tim sukses, tetapi juga melibatkan tokoh-tokoh berpengaruh atau influencer yang memiliki kemampuan memengaruhi opini publik secara signifikan.

Salah satu figur yang berperan penting dalam Pilgub Riau 2024 adalah Ustadz Abdul Somad (UAS), yang secara terbuka memberikan dukungan kepada pasangan Abdul Wahid dan SF Hariyanto. Dukungan tersebut disampaikan melalui berbagai kegiatan kampanye dan tabligh akbar, serta memiliki daya pengaruh kuat terhadap masyarakat. Kehadiran tokoh agama sebagai komunikator politik menunjukkan bagaimana politik identitas

dan pengaruh figur publik dimanfaatkan dalam strategi komunikasi tim pemenangan untuk membangun legitimasi dan kepercayaan pemilih.

Berdasarkan fenomena tersebut, kampanye politik tidak hanya menjadi sarana penyampaian visi dan misi kandidat, tetapi juga menjadi instrumen strategis dalam membentuk citra, memobilisasi dukungan, serta meningkatkan partisipasi politik masyarakat. Oleh karena itu, penting untuk mengkaji secara mendalam bagaimana komunikasi tim pemenangan dijalankan dalam memenangkan kontestasi politik. Atas dasar tersebut, penelitian ini berjudul “Komunikasi Tim Pemenangan Abdul Wahid dan SF Hariyanto dalam Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur Provinsi Riau Tahun 2024.”.

2. Urgensi Penelitian

Penelitian ini memiliki urgensi yang tinggi karena komunikasi politik dalam kampanye pemilihan kepala daerah semakin kompleks seiring berkembangnya media digital, politik identitas, serta keterlibatan tokoh berpengaruh dalam membentuk opini publik. Kemenangan pasangan Abdul Wahid dan SF Hariyanto pada Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur Provinsi Riau Tahun 2024 menunjukkan bahwa keberhasilan elektoral tidak hanya ditentukan oleh visi dan program kandidat, tetapi juga oleh efektivitas komunikasi tim pemenangan dalam memanfaatkan figur komunikator politik dan media kampanye. Minimnya kajian empiris yang secara khusus mengkaji strategi komunikasi tim pemenangan pada konteks pilkada di tingkat daerah menjadikan penelitian ini penting untuk memperkaya literatur komunikasi politik lokal, sekaligus memberikan kontribusi praktis bagi partai politik, tim kampanye, dan penyelenggara pemilu dalam merancang kampanye yang lebih etis, edukatif, dan berorientasi pada penguatan kualitas demokrasi..

3. Rumusan Masalah

Bagaimana Komunikasi politik Tim Pemenangan untuk Abdul Wahid dan Sf hariyanto dalam Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur Provinsi Riau Tahun 2024?

4. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk Menganalisis Komunikasi politik terhadap perilaku pemilih dalam Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur Provinsi Riau Tahun 2024. Manfaat Penelitian.

5. Manfaat Penulisan

Manfaat Akademis sebagai bahan referennsi bagi peneliti-peneliti selanjutnya yang sejenis. Manfaat Praktis sebagai bahan literasi bagi masyarakat umum, pemerintah, serta aktor politik di Provinsi Pekanbaru.

B. TINJAUAN PUSTAKA

1. Kerangka Teori

a. Komunikasi Politik

Komunikasi politik adalah proses penyampaian informasi dan pesan politik melalui media dan saluran komunikasi untuk mempengaruhi pendapat publik, membentuk opini, dan memperoleh dukungan politik. Komunikasi politik juga melibatkan interaksi antara politisi, partai politik, media massa, dan masyarakat dalam rangka menciptakan, mempertahankan, dan mengembangkan kekuasaan politik. (Mc Quail, 2010).

Unsur-unsur komunikasi politik, yaitu:

1) Komunikator Politik

Komunukasi politik tidak hanya menyangkut partai politik melaikan juga Individu, organisasi, kelompok atau pemerintah yang membuat pesan politik. Dengan demikian , sumber atau komunikator politik adalah mereka yang apat memberi informasi tentang hal-hal yang mengandung makna atau bobot politik.

2) Pesan Politik

Pesan politik ialah pernyataan yang disampaikan, baik secara tertulis maupun tidak tertulis, baik secara

verbal maupun non-verbal, tersembunyi maupun terang-terangan, baik yang disadari maupun tidak disadari yang isinya mengandung bobot politik.

3) Saluran dan Media Politik

Saluran atau media politik ialah alat atau sarana yang digunakan oleh para komunikator dalam menyampaikan pesan-pesan politiknya.

4) Sasaran dan Target Politik

Sasaran adalah anggota masyarakat yang diharapkan dapat memberi dukungan dalam bentuk pemberian suara (vote) kepada partai atau kandidat dalam pemilihan umum.

5) Efek dan Pengaruh

Efek komunikasi politik yang diharapkan adalah terciptanya pemahaman terhadap sistem pemerintahan dan partai-partai politik, dimana masyarakat akan bermuara pada pemberian suara (vote) dalam pemilihan umum.

2. Studi Terdahulu

Penelitian yang dijadikan acuan oleh peneliti adalah studi yang berhubungan dengan pengelolaan keuangan di desa.:

- a) Mohamad Ikrom Arasid, Yusa Djuyandi, dan R. Widya Setiabudi Sumadinata (2022) yang mengkaji komunikasi politik dalam memperoleh dukungan pemuda pada Pilgub Kota Serang melalui studi pada pasangan Syafrudin–Subadri. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dukungan kelompok pemuda Jaringan Muda Kota Serang (Jarkot) terhadap pasangan calon tersebut diberikan secara terbuka melalui strategi komunikasi politik yang terorganisasi.
- b) Nur Alfiyani (2018) yang menyoroti peran media sosial sebagai strategi komunikasi politik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perkembangan teknologi komunikasi telah mendorong pergeseran pola kampanye dari media konvensional ke media sosial yang dinilai lebih efektif dalam membentuk

opini publik dan memobilisasi dukungan politik. Media sosial memberikan kekuatan besar bagi aktor politik untuk melakukan propaganda politik secara luas dan cepat, terutama melalui akun dengan jumlah pengikut yang besar.

- c) Rully, Guntur, Irwansyah, dan Safira Husnah (2021) yang membahas strategi komunikasi politik berbasis relawan dalam pemenangan pemilihan gubernur. Penelitian ini menegaskan bahwa keberhasilan komunikasi politik sangat ditentukan oleh keterpaduan unsur komunikator, pesan, media, penerima, dan efek. Apabila salah satu unsur tidak berfungsi secara optimal, maka tujuan komunikasi politik sulit tercapai.
- d) Andi Mutamir dan Fitriana (2020) yang mengkaji strategi komunikasi politik pemenangan pasangan Zainal–Yansen pada Pilkada Kalimantan Utara Tahun 2020. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pencitraan menjadi faktor utama dalam kemenangan pasangan tersebut, yang meliputi penguatan ketokohan, branding politik, perumusan visi dan misi, pembentukan tim pemenangan dan relawan, pemanfaatan media massa, serta dukungan partai politik.

C. METODE

1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif, yakni penelitian yang bertujuan untuk mendeskripsikan apa-apa yang saat ini berlaku. Didalamnya terdapat upaya mendeskripsikan, mencatat, analisis dan menginterpretasikan kondisi-kondisi yang sekarang ini terjadi atau ada (Mardalis,2010:26).

Sehingga peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dalam penelitian Pengaruh Komunikasi Politik Tim Pemenangan untuk Abdul Wahid dan SF Hariyanto dalam Pemilihan Gubernur Dan Wakil Gubernur Provinsi Riau Tahun

2024.

2. Lokasi Penelitian

Menurut Hamid (dalam Insani et al., 2023), lokasi penelitian merupakan tempat berlangsungnya proses penelitian yang digunakan untuk memecahkan permasalahan yang dikaji. Penelitian ini dilaksanakan di Kota Pekanbaru. Pemilihan Kota Pekanbaru sebagai lokasi penelitian didasarkan pada tingginya tingkat penggunaan media sosial di Provinsi Riau, yang berimplikasi langsung terhadap dinamika komunikasi politik dalam Pemilihan Kepala Daerah Provinsi Riau. Melalui media sosial, masyarakat terpapar berbagai pesan dan aktivitas komunikator politik yang berpartisipasi dalam pilkada, sehingga berpotensi memengaruhi preferensi dan pilihan politik pemilih.

Selain itu, Kota Pekanbaru memiliki jumlah Daftar Pemilih Tetap (DPT) terbesar di Provinsi Riau, sehingga menjadikannya wilayah yang strategis dan relevan untuk dikaji. Besarnya jumlah pemilih di Kota Pekanbaru memberikan pengaruh signifikan terhadap proses kampanye, pembentukan opini publik, serta hasil pemilihan kepala daerah secara keseluruhan..

3. Sumber Data

Sumber data yang digunakan adalah sumber data yang diperoleh melalui informan. Dalam hal ini juga yang menjadi sumber data adalah orang, tempat dan dapat diperoleh melalui kata-kata serta tindakan yang didapatkan di lapangan. Selain itu juga yang bisa dijadikan sumber data dalam penelitian ini dapat berupa dokumen. Dalam hal ini juga terdapat sumber data pembanding untuk menentukan dan memastikan keabsahan data yang diperoleh. Informan pada

penelitian ini, yaitu:

1. Nieson, S.Sos. – Kepala Bagian Teknis Penyelenggaraan Pemilu, Partisipasi dan Humas KPU Provinsi Riau
2. Alfa Mery Delfita, S.Sos., M.Si. – Kepala Subbagian Partisipasi dan Hubungan Masyarakat KPU Provinsi Riau
3. Syamsul Rahmat, S.E., A.K. – Tim sukses pasangan calon Gubernur dan Wakil Gubernur Provinsi Riau
4. Dr. Auradian Marta, M.A. – Akademisi Universitas Riau
5. Dan beberapa Gen Z.

4. Teknik Pengumpulan Data

- a. Teknik pengumpulan data pada penelitian kualitatif dengan mengedepankan wawancara, khususnya wawancara mendalam. Wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab dan bertatap muka antara pewawancara dan informan, dengan atau tanpa pedoman wawancara, dimana pewawancara dan informan terlibat dalam kehidupan sosial yang relatif lama.
- b. Observasi merupakan pemusatan secara mendalam terhadap objek yang dihadapi. Objek dalam hal ini adalah tokoh agama dan masyarakat di Kota Pekanbaru. Dalam hal juga objek observasi bervariasi dan harus diteliti mulai dari perilaku, tempat, serta kondisi yang ada pada masalah atau objek yang dihadapi. Observasi dilaksanakan mulai pada tanggal 15 Juli 2025-25 Desember 2025.
- c. Dokumentasi adalah metode yang digunakan untuk menelusuri data historis. Dengan hal itu, sejumlah

besar data dapat diperoleh melalui bahan yang berbentuk dokumentasi seperti halnya dengan surat-surat, catatan harian, cendramata, foto dan sebagainya. Data yang diperoleh dalam penelitian ini seperti dokumentasi data jumlah pemilih, jumlah hasil suara, foto-foto yang berkaitan dengan pemilihan mulai dari kampanye sampai kepada penempatan Gubernur Dan Wakil Gubernur Provinsi Riau tahun 2024.

- d. Peneliti juga mengumpulkan data melalui media massa yaitu sejumlah media yang digunakan untuk mengakses data yang ada dalam hal ini terdapat surat kabar, majalah, film, radio, televisi, internet, dan lainnya.

5. Teknik Analisis Data

Metode penelitian yang digunakan dengan penelitian ini adalah metode dengan penelitian analisis kualitatif. Analisis kualitatif dilakukan apabila data empiris yang diperoleh adalah data kualitatif berupa kumpulan berwujud kata-kata dan bukan rangkaian angka dan tidak data juga disusun dalam kategori/struktur klasifikasi. Data (dalam wujud kata-kata) mungkin telah dikumpulkan dengan berbagai teknik dan cara (observasi, wawancara, inti sari dokumen, pita rekaman) dan biasanya diproses (melalui pencatatan, pengetikan, penyuntingan, atau alih alat tulis). Akan tetapi dalam hal ini analisis kualitatif tetap menggunakan kata-kata yang disusun dalam teks yang diperluas, serta tidak menggunakan perhitungan matematis atau statistika. Menurut Miles dan Huberman, kegiatan analisis terdiri dari tiga yaitu redaksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Bentuk dan Strategi Komunikasi Politik dalam Pilgub Riau 2024

Pemilihan Gubernur (Pilgub) merupakan bagian dari Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada), yaitu proses demokratis untuk memilih pemimpin daerah seperti gubernur, bupati, dan wali kota secara langsung oleh masyarakat. Pilgub diselenggarakan berdasarkan Undang-Undang dan dilaksanakan setiap lima tahun sekali sebagai wujud pelaksanaan demokrasi di Indonesia.

KPU Provinsi Riau menetapkan Daftar Pemilih Tetap (DPT) Pilgub Riau Tahun 2024 sebanyak 4.827.022 pemilih melalui Rapat Pleno Terbuka pada 22 September 2024 sebagaimana tertuang dalam Keputusan KPU Nomor 349 Tahun 2024. Berdasarkan data KPU Riau, pemilih Generasi Z berjumlah 1.198.742 orang atau sekitar 25 persen dari total DPT. Jika digabungkan dengan Generasi Milenial, lebih dari 60 persen pemilih di Provinsi Riau berasal dari generasi muda, yang menunjukkan besarnya potensi kelompok ini dalam memengaruhi keputusan politik.

Generasi Z, yang menurut BPS lahir antara tahun 1997 hingga 2012, tumbuh seiring perkembangan teknologi informasi sehingga akrab dengan media digital dan media sosial. Kondisi ini menjadikan platform seperti Instagram, TikTok, dan YouTube sebagai sarana yang efektif dalam penyampaian pesan politik dan kampanye.

Dalam pelaksanaan Pilgub Riau 2024, KPU Provinsi Riau berperan penting dalam mengatur dan mengawasi pola komunikasi politik pasangan calon selama masa kampanye. Peran tersebut berlandaskan pada Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2016, PKPU Nomor 15 Tahun 2023 tentang Kampanye Pemilihan Umum, serta PKPU Nomor 4 Tahun 2022 tentang Tahapan dan Jadwal Pemilu. Melalui regulasi ini, KPU menetapkan ketentuan

mengenai waktu, metode, materi, dan media kampanye, serta larangan terhadap praktik kampanye yang melanggar ketentuan, seperti penyebaran hoaks dan ujaran kebencian.

Pola komunikasi antara KPU dan pasangan calon disampaikan melalui *Liaison Officer* (LO) sebagai penghubung resmi. LO berperan mengoordinasikan seluruh proses komunikasi dan administrasi kampanye, mulai dari tahap pendaftaran hingga akhir tahapan Pilgub. KPU juga menyediakan fasilitas administrasi melalui aplikasi SIKADEKA untuk pelaporan jadwal dan pelaksanaan kampanye oleh pasangan calon.

Secara nasional, PKPU Nomor 13 Tahun 2024 menjadi dasar pengaturan komunikasi politik selama masa kampanye, yang kemudian diterapkan oleh KPU Provinsi Riau melalui kegiatan sosialisasi, pendidikan politik bagi pemilih muda, pemanfaatan media sosial, serta pengawasan konten kampanye. Dengan demikian, pengaturan pola komunikasi politik oleh KPU Provinsi Riau memiliki dasar regulatif yang jelas dan diterapkan secara konkret.

Komunikasi politik yang efektif berperan penting dalam meningkatkan partisipasi masyarakat dan mencegah terjadinya miskomunikasi selama masa kampanye. Penyampaian pesan yang jelas, transparan, dan dialogis diperlukan agar masyarakat dapat memahami visi dan program calon pemimpin secara utuh serta menumbuhkan kepercayaan publik terhadap proses demokrasi..

1. Komunikator Politik

Dalam proses komunikasi politik, komunikator merupakan elemen fundamental yang menentukan arah dan efektivitas penyampaian pesan politik kepada masyarakat. Komunikator politik adalah aktor yang secara aktif menyampaikan pesan-pesan politik melalui berbagai media dan saluran dengan tujuan membentuk opini, sikap, dan perilaku

politik khalayak. Perannya menjadi sangat sentral dalam konteks kontestasi politik seperti pemilihan kepala daerah (Pilkada), di mana kandidat bersaing untuk memperoleh dukungan publik. Strategi kemenangan Pilkada sangat dipengaruhi oleh kemampuan pasangan calon dalam memengaruhi pemilih, sehingga kandidat dapat dipandang sebagai produsen yang memasarkan diri melalui proses pemasaran politik.

Menurut McNair (2011), komunikator politik mencakup seluruh aktor yang terlibat dalam produksi dan distribusi pesan politik, termasuk politisi, partai politik, media massa, jurnalis, tokoh masyarakat, hingga influencer. Mereka berfungsi sebagai penghubung antara elite politik dan masyarakat serta berperan dalam membentuk opini publik, membangun citra politik, dan mengarahkan pilihan pemilih. Fungsi komunikator politik meliputi penyampaian visi, misi, dan program pasangan calon, pembentukan citra positif, pembangunan kedekatan emosional dengan masyarakat, klarifikasi isu negatif, serta pengaruh terhadap arah suara melalui pendekatan langsung maupun digital.

Tokoh masyarakat dan pemuka pendapat (*opinion leader*) memiliki posisi strategis dalam komunikasi politik karena memiliki legitimasi sosial dan tingkat kepercayaan yang tinggi. Gollust et al. (2020) menyatakan bahwa pengakuan publik terhadap partai politik dan calon yang diusung dapat diperkuat melalui publikasi yang efektif serta dukungan tokoh berpengaruh. Dalam konteks ini, masyarakat cenderung mengikuti arahan *opinion leader* yang mereka percayai, sehingga peran pemimpin informal di masyarakat menjadi faktor penting dalam memobilisasi dukungan politik.

Pada Pilgub Riau Tahun 2024, setiap pasangan calon menerapkan strategi komunikasi politik dengan melibatkan berbagai jenis komunikator politik,

khususnya untuk menjangkau pemilih Generasi Z sebagai segmen terbesar. Komunikator politik yang digunakan tidak hanya pasangan calon, tetapi juga tokoh agama, partai politik, tim sukses, influencer digital, dan tokoh masyarakat. Pasangan Abdul Wahid–SF Hariyanto secara menonjol mengedepankan pendekatan komunikasi politik bernuansa religius dengan melibatkan Ustaz Abdul Somad (UAS) sebagai komunikator politik utama. UAS tidak hanya berperan sebagai pendukung simbolik, tetapi aktif menyampaikan pesan politik melalui ceramah, media sosial, dan kegiatan keagamaan, sehingga memiliki kredibilitas dan otoritas moral yang kuat di mata pemilih, khususnya masyarakat Muslim tradisional.

Peningkatan elektabilitas pasangan Abdul Wahid–SF Hariyanto tidak terlepas dari pengaruh UAS. Berdasarkan survei Lingkaran Survei Indonesia (LSI), pasangan ini unggul dibandingkan dua pesaingnya. Direktur SIGI LSI Denny JA menyebutkan bahwa endorsement UAS menjadi faktor dominan dalam peningkatan elektabilitas tersebut. Meskipun terdapat dukungan dari sejumlah tokoh politik lainnya, pengaruh mereka dinilai tidak signifikan dalam menarik massa dibandingkan peran UAS sebagai figur sentral yang mampu memobilisasi dukungan masyarakat secara luas.

Hasil survei menunjukkan bahwa tingkat pengenalan UAS di masyarakat Riau mencapai 95,8 persen, dengan sekitar 60 persen responden menyatakan cenderung mengikuti arah pilihan politik beliau. Hal ini memperlihatkan tingginya tingkat kepercayaan publik terhadap UAS. Temuan ini diperkuat oleh hasil wawancara dengan tim sukses dan akademisi Universitas Riau yang menyatakan bahwa komunikasi politik berbasis tokoh agama memainkan peran dominan dalam kemenangan pasangan Abdul Wahid–SF Hariyanto.

Selain faktor tokoh agama, dukungan partai politik juga memengaruhi preferensi pemilih. Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP) sebagai partai pengusung memiliki mesin politik yang kuat dan basis massa yang luas, termasuk dari komunitas Kristen. Dukungan terhadap Abdul Wahid di kalangan pemilih Kristen, khususnya generasi muda, lebih didorong oleh kepercayaan terhadap keputusan politik PDIP dibandingkan faktor personal kandidat. Fenomena ini menunjukkan bahwa dinamika politik tidak hanya ditentukan oleh figur calon, tetapi juga oleh kekuatan dan legitimasi partai politik dalam membentuk opini publik.

Secara keseluruhan, Pilgub Riau 2024 menegaskan bahwa kredibilitas komunikator politik merupakan kunci dalam membangun kepercayaan publik terhadap pesan politik. Komunikator yang memiliki legitimasi moral, kedekatan sosial, dan konsistensi nilai lebih mudah memengaruhi persepsi pemilih, terutama pemilih muda seperti Generasi Z yang cenderung kritis terhadap retorika politik, namun responsif terhadap pesan yang autentik dan berbasis nilai.

2. Pesan Politik

Pesan politik merupakan elemen kunci dalam proses komunikasi politik karena tidak hanya berfungsi menyampaikan informasi, tetapi juga membentuk opini, sikap, dan perilaku politik masyarakat. Pesan politik menjadi penghubung utama antara komunikator politik—seperti kandidat, partai politik, atau tim kampanye dengan komunikan, yaitu publik atau pemilih. Keberhasilan komunikasi politik sangat ditentukan oleh bagaimana pesan tersebut dirancang dan disampaikan sesuai dengan karakteristik khalayak sasaran.

Menurut Dan Nimmo (2008), pesan politik merupakan simbol-simbol verbal dan nonverbal yang disampaikan oleh aktor politik dengan tujuan memengaruhi sikap politik, membentuk opini publik, serta memperoleh dukungan. Pesan politik dapat

diwujudkan dalam berbagai bentuk, seperti pidato, slogan, poster, iklan politik, simbol visual, program kerja, hingga narasi yang disebarkan melalui media massa dan media sosial. Fungsi utama pesan politik adalah menyosialisasikan visi, misi, dan program kandidat, membangun identitas serta citra politik, dan mendorong partisipasi publik dalam proses demokrasi. Oleh karena itu, efektivitas pesan sangat bergantung pada kesesuaiannya dengan nilai, kebutuhan, dan karakter audiens.

Dalam konteks Pilgub Riau 2024, Generasi Z merupakan salah satu segmen pemilih terbesar. Pesan politik yang ditujukan kepada kelompok ini cenderung dikemas secara visual, interaktif, dan disampaikan melalui media sosial seperti Instagram, TikTok, dan YouTube. Gaya penyampaian yang ringan, lugas, dan bernuansa kekinian menjadi ciri utama pesan politik yang diarahkan kepada Generasi Z, sejalan dengan karakter mereka yang akrab dengan teknologi digital dan konten audiovisual.

Pasangan Abdul Wahid–SF Hariyanto dalam Pilgub Riau 2024 mengusung pesan utama “Perubahan untuk Riau yang Maju, Bersih, dan Berkeadilan”. Pesan ini merepresentasikan komitmen terhadap pemerintahan yang transparan, berintegritas, serta berpihak kepada kepentingan masyarakat. Pesan tersebut disampaikan secara konsisten melalui berbagai saluran komunikasi, baik media sosial, media massa, maupun kampanye tatap muka, dengan gaya yang sederhana dan mudah dipahami oleh seluruh lapisan masyarakat, termasuk Generasi Z.

Selain itu, pasangan Wahid–SF juga menonjolkan pesan politik bernuansa religius dan moral melalui dukungan Ustaz Abdul Somad (UAS). Pendekatan ini bertujuan memperkuat dukungan dari masyarakat religius dan membangun citra pemimpin yang berakhlak, adil, dan amanah. Strategi tersebut sejalan dengan teori *Agenda Setting* (McCombs & Shaw,

1972), di mana isu moral dan keagamaan ditempatkan sebagai topik utama dalam diskursus politik lokal. Di sisi lain, pesan “pemerintah untuk semua” menegaskan komitmen pasangan ini terhadap inklusivitas dan keadilan sosial bagi seluruh kelompok masyarakat.

Pasangan Abdul Wahid–SF Hariyanto juga menyampaikan pesan yang menekankan pemberdayaan generasi muda dan transformasi digital, seperti isu lapangan kerja, peningkatan kualitas pendidikan, serta pemanfaatan teknologi untuk pembangunan daerah. Pesan ini dirancang untuk menarik perhatian Generasi Z yang identik dengan semangat inovasi dan perubahan. Pendekatan tersebut sejalan dengan teori *Uses and Gratifications* (Katz, Blumler, & Gurevitch, 1974), yang menekankan bahwa pesan akan lebih efektif jika sesuai dengan kebutuhan dan pengalaman audiens. Temuan ini diperkuat oleh hasil wawancara dengan pemilih Generasi Z yang menyatakan bahwa pesan terkait masa depan dan peluang kerja menjadi faktor penting dalam menentukan pilihan politik.

Secara keseluruhan, strategi pesan politik Abdul Wahid–SF Hariyanto menunjukkan bahwa pesan yang relevan, konsisten, dan berbasis nilai mampu membangun ikatan emosional dengan pemilih, memperkuat kredibilitas kandidat, serta meningkatkan kepercayaan publik. Pilgub Riau 2024 membuktikan bahwa keberhasilan pesan politik tidak hanya terletak pada isi program, tetapi juga pada kemampuan kandidat dan komunikator pendukungnya dalam mengaitkan pesan dengan kebutuhan nyata masyarakat.

3. Media atau Saluran Politik

Sejumlah politisi memanfaatkan media sosial sebagai strategi kampanye politik, khususnya untuk menjangkau Generasi Z (Gen Z) yang dikenal aktif di ruang digital. Gen Z, yang tumbuh seiring pesatnya perkembangan teknologi informasi, memiliki kedekatan yang kuat dengan

platform media sosial seperti Instagram, TikTok, dan YouTube, sehingga menjadikannya sasaran potensial dalam kampanye politik. Menurut analisis Drone Emprit oleh Nova Mujahid, konten kampanye politik di media sosial semakin beragam, mulai dari narasi, infografis, hingga foto dan video berbasis kecerdasan buatan (AI). Hal ini menuntut politisi dan tim kampanye untuk merancang konten yang kreatif, menarik, dan mampu memengaruhi opini Gen Z. Dengan demikian, pemanfaatan media sosial menjadi salah satu kunci keberhasilan kampanye politik pada Pemilu 2024.

Media sosial telah menjadi kebutuhan penting bagi Gen Z dan berperan signifikan dalam membentuk sikap serta partisipasi politik mereka. Platform digital memungkinkan Gen Z terlibat aktif dalam diskusi politik, kampanye, dan gerakan sosial yang berdampak pada pembentukan opini publik. Namun, penggunaan media sosial juga memiliki potensi dampak negatif, sehingga diperlukan kajian yang komprehensif untuk memahami pengaruhnya secara menyeluruh dan merumuskan strategi kampanye yang efektif.

Konten kampanye yang kreatif dan relevan dapat membangun citra positif politisi serta meningkatkan partisipasi politik Gen Z, sementara konten yang kurang bijaksana berpotensi merusak reputasi dan menurunkan partisipasi. Oleh karena itu, politisi perlu berhati-hati dalam mengelola konten kampanye agar tetap informatif, menarik, dan tidak menimbulkan dampak negatif.

Penelitian ini membatasi kajian pada peran media sosial dalam membentuk partisipasi politik Gen Z, dengan fokus pada pengaruh konten kampanye dan citra politisi di platform yang populer di kalangan Gen Z, seperti Instagram, Twitter, dan TikTok. Hasil wawancara menunjukkan bahwa media sosial, terutama Instagram dan TikTok, dinilai

efektif sebagai sarana komunikasi politik karena tingginya aktivitas Gen Z di platform tersebut dibandingkan media konvensional.

Dalam Pilgub Riau 2024, pasangan Abdul Wahid–SF Hariyanto memanfaatkan berbagai saluran komunikasi politik, baik media digital maupun konvensional, untuk menjangkau masyarakat luas, khususnya Gen Z. Media sosial digunakan untuk menyampaikan pesan visual, program kerja, dan citra kandidat secara menarik, sementara media massa daring seperti *Tribunpekanbaru.com* berperan strategis dalam membentuk persepsi publik melalui pemberitaan yang cepat dan kredibel. Selain itu, komunikasi tatap muka, dukungan tokoh agama, serta pemanfaatan media tradisional turut melengkapi strategi kampanye mereka. Kombinasi berbagai saluran komunikasi ini dinilai efektif dalam membangun kedekatan emosional dengan Gen Z dan meningkatkan partisipasi politik pemilih muda di era digital..

4. Sasaran dan Target

Penentuan sasaran atau target audiens merupakan langkah strategis yang sangat menentukan efektivitas penyampaian pesan politik. Dalam Pilgub Riau 2024, setiap pasangan calon merancang pendekatan komunikasi berdasarkan karakteristik demografis dan psikografis masyarakat, tidak hanya mencakup usia, tetapi juga lokasi geografis, tingkat pendidikan, akses media, serta latar belakang ideologis. Ketepatan dalam menjangkau kelompok audiens prioritas menjadi faktor penting dalam keberhasilan strategi kampanye politik.

Segmen pemilih yang paling dominan adalah pemilih muda, khususnya Generasi Z dan milenial, yang berdasarkan data KPU Riau mencapai sekitar 59,7% dari total Daftar Pemilih Tetap (DPT). Menyadari potensi tersebut, pasangan Abdul Wahid–SF Hariyanto menempatkan pemilih muda sebagai target utama

kampanye. Pendekatan yang digunakan tidak hanya melalui media digital seperti Instagram, TikTok, dan YouTube, tetapi juga dikombinasikan dengan pesan moral dan nilai keagamaan yang sesuai dengan citra religius pasangan ini. Pesan politik dikemas secara ringan, visual, dan relevan dengan isu-isu yang dekat dengan kehidupan anak muda, seperti lapangan kerja, pendidikan, digitalisasi, dan pemberdayaan UMKM.

Salah satu bentuk pendekatan kepada pemilih muda terlihat dalam kegiatan “Sikat Wahid” di Dumai, yang dikemas secara santai melalui diskusi ketenagakerjaan dan UMKM serta hiburan stand-up comedy. Dalam kesempatan tersebut, Abdul Wahid menekankan pentingnya peran anak muda dalam pembangunan Riau, khususnya melalui program pertanian milenial yang didukung oleh fasilitas, teknologi, dan pengelolaan lingkungan. Interaksi dialogis ini menunjukkan upaya pasangan Wahid–SF membangun kedekatan emosional dan komunikasi dua arah dengan Gen Z.

Selain pemilih muda, pasangan Wahid–SF juga menargetkan kelompok masyarakat religius dengan dukungan tokoh berpengaruh seperti Ustaz Abdul Somad (UAS). Dukungan ini memperkuat citra pasangan sebagai pemimpin yang berakhlak dan sejalan dengan nilai keislaman masyarakat Riau. Di sisi lain, masyarakat pedesaan dan lapisan menengah bawah turut menjadi sasaran penting melalui kegiatan blusukan, dialog publik, dan komunikasi tatap muka yang menekankan program pembangunan infrastruktur desa, penguatan ekonomi lokal, dan UMKM.

Strategi ini mencerminkan penerapan prinsip *segmentation targeting* dalam komunikasi politik (Nimmo, 2001), di mana pesan dan saluran komunikasi disesuaikan dengan karakteristik setiap segmen pemilih. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pasangan Abdul

Wahid–SF Hariyanto menerapkan strategi kampanye yang terencana dan tersegmentasi dengan menjadikan Gen Z sebagai pemilih digital utama, kelompok religius sebagai basis moral, serta masyarakat akar rumput sebagai kekuatan massa pendukung dalam Pilgub Riau 2024.

5. Efek dan Pengaruh

Efek komunikasi politik terhadap pemilih, khususnya Generasi Z, menjadi aspek penting dalam menganalisis Pilgub Riau 2024. Generasi Z, yang lahir antara 1997–2012, memiliki karakteristik terbuka terhadap isu sosial, aktif di media sosial, serta cenderung kritis dalam menyaring informasi. Oleh karena itu, strategi komunikasi politik tidak hanya berfungsi menyampaikan pesan, tetapi juga membentuk opini, sikap, dan keputusan memilih kelompok pemilih muda ini.

Kampanye pasangan Abdul Wahid–SF Hariyanto menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap perilaku politik Gen Z. Melalui strategi komunikasi yang adaptif dan berbasis digital, pasangan ini berhasil membangun kedekatan emosional dan kepercayaan publik. Pemanfaatan media sosial seperti TikTok, Instagram, dan YouTube membuat pesan kampanye lebih mudah diterima karena dikemas secara ringan, kreatif, dan relevan dengan isu anak muda. Hal ini sejalan dengan teori *Uses and Gratifications* (Katz, Blumler & Gurevitch, 1974), yang menempatkan audiens sebagai pihak aktif dalam memilih dan memaknai pesan sesuai kebutuhan dan minat mereka.

Selain melalui media digital, pendekatan dialogis dengan mahasiswa dan pemilih muda juga memperkuat efek komunikasi politik Wahid–SF. Kegiatan diskusi, deklarasi dukungan, serta kontrak politik dengan aktivis mahasiswa

mencerminkan keterbukaan kandidat terhadap aspirasi anak muda dan mendorong partisipasi politik yang lebih aktif. Interaksi langsung ini turut membentuk persepsi positif terhadap karakter kepemimpinan Abdul Wahid sebagai figur yang komunikatif dan inklusif.

Dukungan tokoh agama seperti Ustaz Abdul Somad (UAS) juga memberikan pengaruh kuat terhadap citra dan kredibilitas pasangan Wahid-SF. Melalui perspektif teori *Agenda Setting* (McCombs & Shaw, 1972), dukungan tokoh berpengaruh membantu menonjolkan nilai religiusitas dan integritas sebagai isu utama, sehingga membentuk opini publik, khususnya di kalangan masyarakat religius. Selain itu, komunikasi tatap muka melalui dialog publik dan kegiatan sosial memperkuat kepercayaan sosial yang berpengaruh pada keputusan memilih.

Secara keseluruhan, efek komunikasi politik Wahid-SF dapat diklasifikasikan ke dalam tiga aspek, yaitu efek kognitif berupa meningkatnya pengetahuan politik pemilih, efek afektif berupa munculnya simpati dan kepercayaan, serta efek konatif berupa peningkatan partisipasi dan keputusan memilih. Pendekatan kampanye yang mengombinasikan media digital, figur berpengaruh, dan komunikasi langsung terbukti relevan dengan karakteristik pemilih modern dan berkontribusi terhadap kemenangan pasangan Abdul Wahid-SF Hariyanto dalam Pilgub Riau 2024.

E. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian berjudul “Komunikasi Politik Tim Pemenangan untuk Abdul Wahid-SF Hariyanto dalam Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur Riau Tahun 2024”, dapat disimpulkan

bahwa pasangan Abdul Wahid-SF Hariyanto berhasil menerapkan strategi komunikasi politik yang efektif dan adaptif, khususnya dalam menjangkau pemilih muda Generasi Z. Strategi ini diwujudkan melalui pemanfaatan berbagai saluran komunikasi, terutama media sosial seperti TikTok, Instagram, dan YouTube yang menjadi sumber utama informasi politik bagi generasi muda. Penyajian konten yang kreatif, informatif, dan interaktif mampu meningkatkan perhatian serta partisipasi politik Gen Z dalam Pilgub Riau 2024.

Selain media digital, pasangan Wahid-SF juga mengombinasikan komunikasi tatap muka melalui kunjungan masyarakat, diskusi publik, dan dialog dengan mahasiswa di berbagai kampus di Riau. Dukungan tokoh agama Ustaz Abdul Somad (UAS) turut memperkuat kepercayaan publik, khususnya di kalangan masyarakat religius. Keberadaan UAS sebagai figur berpengaruh mempertegas citra Wahid-SF sebagai pemimpin yang religius, berintegritas, dan dekat dengan masyarakat. Pesan politik yang menekankan perubahan, pemerintahan yang bersih, serta pemberdayaan generasi muda berhasil membangun simpati, kepercayaan, dan dukungan luas terhadap pasangan ini..

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Abdussamad, H. Zuchri. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif ke Satu* : Makassar : Cv. Syakir Media Press
- Heryanto Gun Gun. (2018). *Media Komunikasi Politik : Relasi Kuasa Media di Panggung Politik*. Yogyakarta : IRCiSpD.
- Noor Zulkifli, Zulki. (2023). *Political Marketing Management 5.0*. Yogyakarta : CV Budi Utama.
- Rizkia Dwi , Nanda, Basri Hasan, Dewi Sinta Putu , Ni, Falimu, Asmaret , Desi, Fardiansyah Hardi, Hanika Musfirowanti, Ita, Subandi Yeyen,

- Dawami, Ramadhani Mutharir, Muhammad. (2022). *Marketing Politik*. Bandung : Widina Bhakti Persada Bandung.
- Soyomukti Nurani. (2013). *Komunikasi Politik : Kudeta Politik Media, Analisa Komunikasi Rakyat & Penguasa*. Malang : Intrans Publishing.
- Suryana Cecep. (2019). *Komunikasi Politik Teori dan Praktik* : CV. Mimbar Pustaka.
- Syauket Amalia, Indriasari Ratna, Prayito Budi, Rahadi, Mendrofa Kartini Endrina, Definitif, Cabui Evelin Cornelia. (2024). *Komunikasi Politik Pemerintahan*. Malang : CV. Literasi Nusantara Abadi.
- Jurnal**
- Aya, Demianus. (2010). Peranan Tokoh Agama Dalam Meningkatkan Partisipasi Politik Masyarakat Pada Pilkada Bupati 2010 di Kabupaten Halmahera Selatan.
- Amrie Fajar. M & Yantos. (2025). Pengaruh Pemanfaatan Riau Pos Sebagai Media Komunikasi Politik Calon Gubernur Riau Abdul Wahid Pada Pemilihan Gubernur Riau Tahun 2024.
- Fery Gunawan. (2025). Strategi Bawaslu Provinsi Riau Dalam Mengawasi Pelaksanaan Pilkada Serentak Tahun 2024.
- Haryanto, A., & Rumar, D. (2012). *Komunikasi Politik: Sebuah Pengantar*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Muazzin, Khairulyadi, Nuzuary, Firdaus Mirza. (2022). Partisipasi Politik Tokoh Agama Pada Pilkada Aceh Selatan Tahun 2018. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP Unsyiah*, 7 (1).
- Partasari, Yel, Mahsyur, Fikri, M. Sifrajudin. (2021). Peran Tokoh Agama Dalam Meningkatkan Partisipasi Politik di Pilkada 2018 di sDesa Batung. *Journal on Politics and Islamic Civilization*, 2 (2), 133-142
- Pradana, MYA. (2020). Relasi Kuasa Politik Tokoh Agama Dalam Hegemoni Pemilukada 2020. *Living Islam: Journal of Islamic Discourses*, 3 (2), 417-438
- Putra, R. A., & Agustin, S. (2023). Partisipasi Politik Generasi Z dalam Pemilihan Umum di Era Digital. *Jurnal Komunikasi Politik Indonesia*, 8(1), 12–25.
- Putra Herinda Fiarientino Rendi Dimas. (2022). *KOMUNIKASI POLITIK PADA PEMILIHAN KEPALA DAERAH (Studi Kasus Kemenangan Pasangan AA Umbara dan Hengky Kurniawan dalam Pilkada .Serentak Tahun 2018 di Kabupaten Bandung Barat)*.
- Rahayu Puji. (2025). *Komunikasi Politik Tokoh Masyarakat pada PILKADA 2024*. *Jurnal Pendidikan, Sosial dan Humaniora*.
- Sunata Ivan, Nuzul Khairul Ahmad, Munir Muhammad. (2022). *Komunikasi Politik Tokoh Agama Pada Pilkada Serentak Tahun 2020 (Studi Ustad Abdul Somad)*. *Jurnal Dakwah dan Komunikasi* 7(1).
- Wahyudi Very. (2018). Politik Digital di Era Revolusi Industri 4.0 Marketing & Komunikasi Politik. *Jurnal Politik Isalm* 1(2), 149-168.
- Wahdiyana, Desy. (2019). *Peran Tokoh Agama di Kecamatan Pahae Jae Kabupaten Tapanuli Utara Dalam Mewujudkan Pemilu Damai Pada Pemilihan Gubernur Sumatera Utara Tahun 2018*. Skripsi. Medan. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
- Zulfikar, Abda Yusfriadi. (2024). *Strategi Komunikasi Politik Ideal Bagi Calon Wakil kota dalam Pilkada Aceh 2024*: *Jurnal Dakwah Dalam Mata Tinta*
- Media Online**
- Cakaplah.com. 13 November 2024, “UAS

- Serukan Dukungan dan Doa Untuk Kemenangan Wahid-Hariyanto di Pilgub Riau”, dari <https://www.cakaplah.com/berita/baca/116979/2024/11/13/uas-serukan-dukungan-dan-doa-untuk-kemenangan-wahidhariyanto-di-pilgub-riau>
- Cakaplah.com (2024). “Dukungan UAS Dongkrak Elektabilitas Wahid-SF di Kalangan Pemilih Religius.” Diakses dari www.cakaplah.com
- Cakaplah.com (2024). “Wahid-SF Gaet Pemilih Muda Lewat Kampanye Digital dan Festival Rakyat.” Diakses dari www.cakaplah.com
- Cakaplah.com (2024). “Selain UAS, Ribuan Relawan Berbagai Kalangan Ikut antar Abdul Wahid-SF Hariyanto Mendaftar ke KPU” www.cakaplah.com
- Cakaplah.com (2024). “Milenial Maju dan Bermartabar Pindah Haluan, Deklarasi Dukung Abdul Wahid-SF Hariyanto” www.cakaplah.com
- Kabaran.id Sumatra.bisnis.com. 25 November 2024, Pilgub Riau, “Ini 3 Profil Paslon Pemilihan Gubernur Riau”, dari Pilgub Riau, Profil Paslon Pemilihan Gubernur Riau.
- Kompas.com. 14 April 2022, “Pengertian Opini Publik Menurut Para Ahli”, Dari <https://nasional.kompas.com/read/2022/04/14/03000091/pengertian-opini-publik-menurut-ahli>
- Liputan6.com. 25 November 2024, “Profil Singkat Paslon Pilgub Riau 2024, Berikut Partai Pengusungnya”, dari Profil Singkat Paslon Pilgub Riau 2024, Berikut Partai Pengusungnya - Regional Liputan6.com
- Liputanoke.com. 12 November 2024. “Pindah Dukungan ke Abdul Wahid, Ratusan Mahasiswa Berikrar Turun ke Akar Rumput” www.liputanoke.com
- Media Center Riau. 6 Desember 2024, “Pleno Rekapitulasi Pilkada Gubernur Riau Selesai, Ini Rincia Perolehan Suara Paslon”, dari <https://mediacenter.riau.go.id/amp/read/89173/pleno-rekapitulasi-pilkada-gubernur-riau-sele>
- Pekanbarupos.co. 14 November 2024, “Tabligh Akbar Bersama UAS, Ribuan Pendukung Teriakan Kemenangan Addul Wahid-SF Hariyanto” <https://pekanbarupos.co/2024/11/14/32141/>
- Riaubernas.com. 11 November 2024. “Abdul Wahid dan SF Hariyanto di Sikat Anak Muda Dumai, Tawarkan Program Petani Milenial”. <https://riaubernas.com/news/detail/13670/abdul-wahid-dan-sf-hariyanto-di-sikat-anak-muda-dumai-tawarkan-program-petani-milenial>
- RRI.co.id. 22 September 2024, “KPU Riau Tetapkan DPT Pilgub Riau 4.827.022 Pemilih”, dari <https://www.rri.co.id/index.php/pekanbaru/pilkada-2024/992802/kpu-riau-tetapkan-dpt-pilgub-riau-4-827-022-pemilih>
- Riaupos.Jawapos.com. 28 Agustus 2024, “Hadiri Deklarasi, Ini Alasan UAS Mendukung Abdul Wahid-SF Hariyanto”, dari Hadiri Deklarasi, Ini Alasan UAS Mendukung Abdul Wahid-SF Hariyanto - Riau Pos
- Riauaktual.com. 28 November 2024, “Data Hasil Pemungutan Suara Sudah 98,5 Persen, Abdul Wahid-Sf Hariyanto Unggul 9 Kabupaten” <https://riauaktual.com/news/detail/101957/data-hasil-pemungutan-suara-sudah-985-persen-abdul-wahidsf-hariyanto-unggul-di-9-kabupaten>
- Riau Pos (2024). “UAS Nyatakan Dukungan untuk Abdul Wahid dan SF Hariyanto di Pilgub Riau.” Diakses dari www.riaupos.jawapos.com
- Sumatra.bisnis.com. 25 November 2024,

Pilgub Riau, “Ini 3 Profil Paslon
Pemilihan Gubernur Riau”, dari
Pilgub Riau, Profil Paslon Pemilihan
Gubernur Riau.