JASIMA: JURNAL KOMUNIKASI KORPORASI DAN MEDIA
Vol. VII, No. 2, Desember 2026 | E-ISSN: 2723-0562

Hubungan Masyarakat Politik dan Komunikasi Pemerintah dalam Transisi Pascapemilu 2024 di Kalimantan Timur

Political Public Relations and Government Communication During East Kalimantan's Post-2024 Electoral Transition

Muhammad Faisal[1], Andi Alimuddin Unde[2], Muhammad Farid[3]
Universitas Hasanuddin, Makassar, Indonesia[1]
Universitas Hasanuddin, Makassar, Indonesia[2]
Universitas Hasanuddin, Makassar, Indonesia[3]
Email : faizpemkotsmd@gmail.com

Riwayat Artikel : Submission 21/09/2026, **Revision** 07/10/2026, **Accepted** 08/10/2026

Abstrak

Adopsi kecerdasan artifisial generatif yang luas mengharuskan adanya transisi dari Penelitian ini mengkaji hubungan masyarakat politik pada masa transisi pascapemilu setelah Pemilihan Gubernur Kalimantan Timur 2024, dengan memusatkan perhatian pada komunikasi Gubernur terpilih Rudy Mas'ud dan program unggulan beasiswa pendidikan Gratispol. Menggunakan etnografi digital dan analisis dokumen, penelitian mengeksplorasi pengorganisasian otoritas komunikatif pada periode antara kemenangan elektoral dan pelantikan formal, ketika legitimasi demokratis telah terbentuk tetapi kewenangan pemerintahan secara institusional belum dialihkan. Hasil penelitian menunjukkan, pertama, logika komunikasi kampanye berlanjut ke fase pemerintahan. Kedua, batas antara komunikasi partisan dan institusional melemah dalam sejumlah zona ambigu, disertai dominasi struktural aktor yang berafiliasi dengan kampanye atas lembaga kehumasan pemerintah yang memiliki mandat formal, terutama Diskominfo Kaltim. Ketiga, terdapat ketegangan mendasar antara prinsip komunikasi tata kelola demokratis dan logika platform media sosial. Kondisi tersebut memungkinkan Gratispol memperoleh legitimasi pragmatis melalui media sosial dengan register kampanye, tetapi tidak sepenuhnya memperoleh legitimasi moral dan kognitif yang biasanya ditopang oleh komunikasi yang berakar pada institusi. Situasi ini menghasilkan legitimasi yang asimetris. Studi ini memperluas kajian tentang kampanye permanen, komunikasi pemerintah, dan pengelolaan legitimasi dengan menempatkan transisi pascapemilu sebagai fase khas hubungan masyarakat politik ketika otoritas komunikatif terfragmentasi secara institusional.

Kata kunci: hubungan masyarakat politik[1], komunikasi pemerintah[2], transisi pascapemilu[3], kampanye permanen[4], Kalimantan Timur[5]

Abstract

The communication surrounding governor-elect Rudy Mas'ud and the flagship Gratispol education scholarship program is the main topic of this study, which looks at political public relations during the post-election transition following the 2024 East Kalimantan gubernatorial election. Using digital ethnography and documentary analysis, the study explores the organization of communicative authority during the period between formal inauguration and electoral victory,

when democratic legitimacy had been established but institutional governmental authority had not yet been transferred. The results are as follows. First, the campaign communication logic continued throughout the government phase. Second, the collapse of boundaries between partisan and institutional communication across several uncertain zones and the structural domination of campaign-affiliated actors over legally required state public relations organizations, especially Diskominfo Kaltim. Third, there is a basic conflict between the principles of democratic governance communication and the logic of social media platforms. Due to these factors, Gratispol was able to get practical public support using campaign-register social media while avoiding the moral and intellectual legitimacy that institutionally anchored communication would offer. This resulted in an asymmetric legitimacy. The paper expands on previous research on the permanent campaign, government communication, and legitimacy management by arguing that post-election transitions represent a unique stage of political public relations in which communicative authority becomes institutionally divided.

Keywords: *political public relations[1], government communication[2], post-election transition[3], permanent campaign[4], East Kalimantan[5]*

PENDAHULUAN

Hubungan masyarakat politik (*political public relations*) semakin penting dalam kajian komunikasi politik untuk memahami bagaimana aktor politik berinteraksi secara strategis dengan warga, media, dan pemangku kepentingan lain sepanjang proses demokrasi (Strömbäck & Kiousis, 2011). Hubungan masyarakat politik mencakup praktik komunikasi yang lebih luas untuk mengelola relasi publik, membangun legitimasi politik, dan mengejar tujuan politik dalam berbagai konteks institusional, tidak hanya berfokus pada kampanye elektoral atau administrasi pemerintahan. Di dalam ranah yang lebih luas ini, komunikasi kampanye dan komunikasi pemerintah telah berkembang menjadi dua bidang kajian yang mapan. Kajian komunikasi kampanye menunjukkan bahwa aktor politik memanfaatkan media, komunikasi strategis, dan pesan persuasif untuk memobilisasi dukungan elektoral (Holtz-Bacha, 2014; Norris, 2000). Sebaliknya, komunikasi pemerintah berfokus pada cara pemerintahan terpilih berinteraksi dengan warga setelah menjabat, menyampaikan kebijakan, memelihara legitimasi, dan memfasilitasi akuntabilitas (Canel & Sanders, 2013; Canel & Sanders, 2016). Meskipun kedua tradisi tersebut berkontribusi pada perkembangan studi komunikasi politik, keduanya umumnya dianalisis dari sudut pandang yang membedakan komunikasi pemerintahan dari komunikasi dalam kompetisi elektoral. Akibatnya, dinamika komunikasi yang muncul di antara kemenangan elektoral dan pengambilalihan resmi kekuasaan eksekutif masih relatif kurang dikaji. Pada fase ini legitimasi elektoral telah terbentuk, tetapi kekuasaan pemerintahan masih berada pada administrasi yang akan berakhir, sehingga terbentuk lingkungan komunikasi khas yang tidak sepenuhnya dapat dijelaskan hanya melalui kerangka komunikasi kampanye atau komunikasi pemerintah.

Seiring komunikasi politik bergerak dalam lingkungan yang semakin dimediasi secara digital, arti penting celah tersebut menjadi semakin terlihat. Komunikasi kampanye terutama diarahkan untuk mempersuasi pemilih dan memobilisasi dukungan elektoral, sedangkan komunikasi pemerintah pada umumnya diharapkan memenuhi tujuan kewargaan dan institusional melalui penyediaan informasi kepada warga, komunikasi kebijakan publik, penguatan legitimasi, dan dukungan terhadap akuntabilitas demokratis (Sanders, Canel, & Holtz-Bacha, 2011). Sanders, Canel, dan Holtz-Bacha (2011) juga menegaskan bahwa komunikasi pemerintah yang profesional ditandai oleh norma dan praktik institusional yang membedakan komunikasi politik partisan dari komunikasi yang berorientasi pada kebijakan dan informasi. Namun, mempertahankan pembedaan tersebut semakin sulit. Platform digital memungkinkan pemimpin politik mempertahankan visibilitas publik secara terus-menerus melalui kanal komunikasi personal maupun institusional sebelum, selama, dan sesudah pemilu. Hal ini membuat narasi kampanye, citra kepemimpinan, dan keterlibatan publik melampaui fase-fase politik yang secara konstitusional dibedakan (Chadwick, 2017; Klinger & Svensson, 2015). Pada saat yang sama, berkembangnya lingkungan media hibrida mengaburkan batas organisasi dan temporal yang sebelumnya memisahkan kampanye elektoral dari pemerintahan, sehingga komunikasi politik terus berlangsung melintasi konteks institusional dan tahapan politik (Van Aelst et al., 2017). Dari perspektif hubungan masyarakat politik, perubahan ini menunjukkan bahwa komunikasi semakin tidak terikat pada periode elektoral atau pemerintahan tertentu dan semakin menjadi aktivitas strategis yang berkelanjutan.

Perubahan tersebut menyoroti kesenjangan konseptual penting dalam literatur yang ada. Studi selama ini terutama memusatkan perhatian pada praktik komunikasi ketika kampanye berlangsung atau setelah pemerintah secara formal mulai menjabat, meskipun hubungan masyarakat politik menyediakan kerangka yang luas untuk memahami komunikasi politik strategis (Strömbäck & Kiousis, 2011; Canel & Sanders, 2013). Transisi antara kemenangan elektoral dan pelantikan masih memperoleh perhatian konseptual yang terbatas, padahal pada periode ini organisasi kampanye, gubernur terpilih, partai politik, pemerintahan petahana, dan institusi negara dapat secara bersamaan membentuk komunikasi publik dengan mandat politik dan tanggung jawab institusional yang berbeda. Implikasinya melampaui strategi komunikasi karena, sebelum penyerahan resmi kekuasaan eksekutif, aktor yang membentuk ekspektasi publik dapat turut memengaruhi persepsi mengenai legitimasi, kesiapan pemerintahan, dan akuntabilitas demokratis (Suchman, 1995). Dengan demikian, perspektif teoretis yang tersedia baru menjelaskan sebagian cara otoritas komunikatif dijalankan dalam transisi demokratis ketika kewenangan

institusional secara formal belum berubah tetapi legitimasi elektoral telah terbentuk.

Transisi pascapemilu setelah Pemilihan Gubernur Kalimantan Timur 2024 menyediakan konteks yang relevan untuk mengkaji persoalan tersebut. Dalam sistem politik Indonesia yang terdesentralisasi, kepala daerah memiliki otoritas politik yang signifikan, sementara struktur birokrasi formal bertanggung jawab mengoordinasikan komunikasi publik melalui Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) dan kerangka hukum yang dibentuk oleh Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik. Secara institusional, organisasi-organisasi tersebut bertanggung jawab menjaga akses publik, koordinasi, dan transparansi komunikasi pemerintah selama proses administrasi, termasuk pada masa perubahan politik. Pada saat yang sama, terdapat jeda singkat antara penetapan hasil pemilu dan pelantikan kepala daerah terpilih. Jeda ini menciptakan pemisahan sementara antara kepemimpinan politik dan kewenangan formal pemerintahan, sehingga masa transisi menjadi periode yang sangat relevan untuk menelaah bagaimana komunikasi diorganisasikan sebelum penyerahan resmi kekuasaan eksekutif.

Observasi awal terhadap kasus Kalimantan Timur menunjukkan bahwa selama masa transisi, organisasi kampanye gubernur terpilih, akun media sosial personal, pemberitaan media daring, dan kanal komunikasi nonpemerintah lainnya menjadi sarana utama penyebaran informasi mengenai pemerintahan yang akan datang. Sampai pelantikan resmi, komunikasi formal pemerintah provinsi masih berada di bawah kendali pemerintahan sebelumnya. Pemisahan sementara antara kepemimpinan politik dan komunikasi institusional ini menghasilkan lingkungan komunikatif ketika aktor berorientasi kampanye tetap memiliki visibilitas publik meskipun pemilu telah berakhir. Karena itu, masa transisi tidak sekadar merupakan periode administratif, melainkan menjadi fase khas hubungan masyarakat politik ketika otoritas komunikatif yang berbeda hidup berdampingan sebelum pengalihan kekuasaan eksekutif.

Promosi Gratispol, program unggulan bantuan pendidikan yang diperkenalkan oleh Gubernur terpilih Rudy Mas'ud dan Wakil Gubernur terpilih Seno Aji pada Pemilihan Gubernur Kalimantan Timur 2024, memperlihatkan dinamika komunikasi dalam fase peralihan tersebut. Program yang menawarkan bantuan biaya pendidikan bagi mahasiswa Kalimantan Timur pada berbagai jenjang pendidikan tinggi dengan cepat menjadi narasi kebijakan utama pemerintahan yang akan datang. Setelah kemenangan elektoral, komunikasi tentang Gratispol justru meningkat selama fase transisi. Sebelum kewenangan administratif resmi beralih, Rudy Mas'ud secara terbuka membahas strategi implementasi dan menegaskan kembali bahwa Gratispol akan menjadi salah satu prioritas utama pemerintahan setelah Mahkamah Konstitusi mengonfirmasi

hasil pemilu. Sebelum pelantikan, ekspektasi publik terhadap agenda pendidikan pemerintahan baru turut dibentuk oleh pemberitaan intensif media regional mengenai persiapan program (Kaltim Post, 2025). Dinamika yang hendak dijelaskan penelitian ini terlihat dari fakta bahwa salah satu kebijakan publik utama pemerintahan yang akan datang lebih banyak dikomunikasikan melalui kanal personal gubernur terpilih dan pemberitaan media daripada melalui perangkat komunikasi resmi pemerintah provinsi.

Menurut Strömbäck dan Kiousis (2011), Political Public Relations (PPR) telah berkembang sebagai bidang akademik tersendiri yang mengkaji bagaimana aktor politik secara strategis mengelola komunikasi untuk membangun, memelihara, dan meningkatkan hubungan dengan beragam publik. PPR memandang komunikasi politik sebagai proses berkelanjutan ketika legitimasi, kepercayaan, dan dukungan publik dinegosiasikan sepanjang siklus politik (Ledingham, 2003; Kiousis & Strömbäck, 2014). Pendekatan ini berakar pada teori *relationship management* dalam *public relations*. Dengan demikian, pemilu hanyalah salah satu fase dari proses komunikasi yang lebih luas, dimulai sebelum pemilih memberikan suara dan berlanjut setelah kekuasaan politik diperoleh. Dari sudut pandang ini, aktor politik terus membangun relasi dengan warga, pemangku kepentingan, jurnalis, dan institusi pemerintah melalui kampanye maupun pemerintahan, bukan memperlakukan keduanya sebagai ranah komunikasi yang sepenuhnya terpisah (Strömbäck & Kiousis, 2013).

Perspektif relasional dalam *Political Public Relations* menjadi penting karena legitimasi demokratis tidak dapat direduksi hanya pada kemenangan elektoral. Meskipun pemilu menjadi dasar formal kekuasaan, aktor politik tetap perlu menunjukkan kompetensi, responsivitas, dan tanggung jawab melalui komunikasi secara konsisten untuk mempertahankan kekuasaan politik (Kiousis & Strömbäck, 2014). Setelah pemilu, *relationship management* tetap krusial karena pemilih semakin menilai pejabat terpilih dari kemampuan mereka menyampaikan prioritas kebijakan, menjelaskan tindakan pemerintah, dan merespons persoalan publik yang berkembang. Ledingham (2003) menekankan bahwa hubungan masyarakat yang efektif bergantung pada kontinuitas, bukan kontak yang episodik, yang berarti komunikasi tetap penting setelah tujuan organisasi yang bersifat segera tercapai. Dalam konteks politik, kemenangan pemilu karena itu tidak mengakhiri hubungan masyarakat politik, tetapi menggeser tujuan utamanya dari memperoleh dukungan elektoral menuju pemeliharaan legitimasi pemerintahan.

Untuk memahami bagaimana legitimasi pemerintahan dibentuk melalui komunikasi, perhatian terhadap komunikasi pemerintah menjadi penting. *Political Public Relations* menyediakan perspektif luas untuk memahami relasi politik, sedangkan komunikasi pemerintah berfokus pada tanggung jawab

komunikasi yang melekat pada institusi publik setelah otoritas politik dijalankan (Canel & Sanders, 2013). Komunikasi pemerintah mencakup proses menjelaskan kebijakan publik, mendistribusikan informasi resmi, mendorong partisipasi warga, dan memperkuat akuntabilitas demokratis (Canel & Sanders, 2016). Karena pemerintah berkomunikasi atas nama negara dan bukan kandidat politik tertentu, komunikasi pemerintah membawa kewajiban institusional yang menempatkan transparansi, pelayanan publik, dan akses terhadap informasi sebagai prioritas; hal ini berbeda dari komunikasi kampanye yang terutama diarahkan pada persuasi elektoral (Sanders, Canel, & Holtz-Bacha, 2011). Oleh sebab itu, komunikasi menjadi unsur penting tata kelola demokratis karena memungkinkan pemerintah membangun kredibilitas, menunjukkan akuntabilitas, dan mempertahankan kepercayaan publik terhadap institusi pemerintah (Lee, 2012).

Perbedaan utama antara komunikasi pemerintah dan komunikasi kampanye bersifat normatif, bukan semata-mata kronologis. Pemilu dapat menentukan saat kekuasaan politik beralih, tetapi tidak selalu secara otomatis mengubah struktur komunikasi. Dalam kerangka demokratis, ketika pemimpin terpilih bersiap memasuki jabatan, komunikasi semestinya secara bertahap bergeser dari persuasi yang berpusat pada kampanye menuju informasi publik yang berpusat pada institusi (Canel & Sanders, 2013). Dalam praktiknya, transisi tersebut jarang berlangsung sederhana. Pemerintahan mewarisi struktur komunikasi birokratis yang telah ada, sementara pemimpin politik yang baru terpilih sering tetap mengandalkan organisasi kampanye, partai politik, dan jejaring komunikasi personal sampai kewenangan eksekutif secara formal dialihkan. Karena dapat menjelaskan bagaimana aktor politik menavigasi hubungan pada periode ketika kekuasaan institusional dan legitimasi politik belum sepenuhnya berimpit, hubungan masyarakat politik melampaui sekadar analisis kampanye pemilu.

Konsep kampanye permanen membantu menjelaskan kesinambungan komunikasi tersebut. Blumenthal (1980) memperkenalkan gagasan ini untuk menggambarkan kecenderungan meningkatnya politisi terpilih mempertahankan kekuasaan melalui taktik komunikasi yang dibentuk selama kampanye pemilu. Teknik kampanye seperti disiplin pesan, manajemen media, pembentukan citra, dan pemeliharaan koalisi semakin terintegrasi ke dalam kepemimpinan politik sehari-hari, alih-alih menghilang setelah pemilu. Seiring meningkatnya arti penting komunikasi untuk mempertahankan kekuasaan politik di antara siklus pemilu, Heclo (2000) kemudian berpendapat bahwa kampanye yang berlangsung terus-menerus telah menjadi karakteristik pemerintahan demokratis kontemporer. Sejalan dengan itu, Norris (2000) menunjukkan bahwa garis institusional yang memisahkan kampanye dan

pemerintahan secara bertahap terkikis dalam demokrasi modern, sehingga komunikasi elektoral berubah dari aktivitas sementara menjadi bagian permanen kepemimpinan politik.

Sifat berkelanjutan komunikasi kampanye tidak dapat dipisahkan dari perkembangan komunikasi politik modern yang dipicu media digital. Platform digital bukan lagi sekadar kanal tambahan untuk menyebarluaskan informasi, tetapi telah berkembang menjadi ruang tempat otoritas politik semakin dijalankan dan dinegosiasikan. Hjarvard (2013) menjelaskan bahwa meluasnya kekuatan media membuat aktor politik semakin menstrukturkan komunikasi mengikuti norma, konvensi, dan ekspektasi yang tertanam dalam sistem media. Esser (2013) juga menegaskan bahwa mediatisasi menjadikan kehadiran di media, responsivitas, dan performa komunikatif sebagai unsur penting kepemimpinan politik. Akibatnya, komunikasi tidak lagi hanya menyebarkan informasi resmi, tetapi juga menuntut pemeliharaan visibilitas publik secara terus-menerus dalam konteks politik yang sangat termediatisasi.

Konsep kampanye permanen memang menjelaskan mengapa logika kampanye sering bertahan melampaui pemilu, tetapi hanya sebagian menjelaskan komunikasi selama transisi pascapemilu. Sebagian besar penelitian mengkaji pemerintahan yang telah resmi menjabat dan karenanya telah memiliki kekuasaan institusional maupun politik (Heclo, 2000; Norris, 2000). Periode antara kemenangan elektoral dan pelantikan formal—ketika pemimpin terpilih memiliki legitimasi demokratis tetapi secara institusional belum memiliki akses penuh terhadap kanal komunikasi resmi pemerintah—masih relatif kurang diperhatikan. Pada masa ini, organisasi kampanye, partai politik, akun media sosial personal, lembaga pemerintah, dan organisasi jurnalistik dapat secara bersamaan membentuk narasi publik dengan sumber legitimasi dan otoritas yang berbeda. Fragmentasi institusional semacam ini membentuk lingkungan komunikatif yang tidak cukup dipahami hanya melalui komunikasi kampanye dan komunikasi pemerintah.

Pada akhirnya, arti penting demokratis dari fragmentasi tersebut terletak pada persoalan legitimasi. Suchman (1995) mendefinisikan legitimasi sebagai persepsi umum bahwa tindakan suatu organisasi dianggap sesuai, diinginkan, dan sejalan dengan norma serta nilai yang diterima secara sosial. Kerangkanya membedakan legitimasi moral yang berasal dari penilaian normatif atas perilaku yang tepat, legitimasi pragmatis yang didasarkan pada persepsi mengenai responsivitas terhadap kepentingan pemangku kepentingan, dan legitimasi kognitif yang muncul ketika organisasi dipandang sebagai institusi yang wajar, diperlukan, dan dapat dipercaya. Keberhasilan elektoral memberikan otorisasi demokratis kepada pemerintahan yang baru terpilih, tetapi tidak secara otomatis menjamin legitimasi institusional. Sebelum kekuasaan pemerintahan digunakan

secara legal, legitimasi perlu diperkuat melalui komunikasi yang menunjukkan kesiapan, tanggung jawab, dan responsivitas. Karena itu, komunikasi politik pada masa transisi pascapemilu menjadi penting dalam proses mengubah legitimasi elektoral menjadi legitimasi pemerintahan.

Perubahan tersebut paling jelas terlihat pada platform media sosial, tempat komunikasi langsung, penceritaan visual, personalisasi, dan kecepatan semakin dihargai dibandingkan pesan institusional formal. Konsep *hybrid media system dari Chadwick (2017) menunjukkan bagaimana aktor politik secara strateg*is bergerak di antara komunikasi institusional, jurnalisme, dan media sosial untuk memaksimalkan perhatian publik, bukan bergantung pada satu kanal komunikasi. Klinger dan Svensson (2015) juga berargumen bahwa media sosial secara mendasar mengubah komunikasi politik dengan mendorong interaksi berkelanjutan antara pemilih dan pemimpin politik di luar siklus pemilu resmi. Dalam konteks Indonesia, Lim (2017) memperlihatkan bagaimana platform digital menjadi arena penting komunikasi politik ketika paparan algoritmik dan keterlibatan berjejaring semakin memengaruhi penyebaran serta validitas narasi politik. Karena itu, dominannya media sosial personal Rudy Mas'ud selama transisi gubernur perlu dipahami sebagai bagian dari pergeseran yang lebih luas ketika kepemimpinan politik semakin dijalankan melalui komunikasi yang dimediasi secara digital, bukan semata-mata melalui institusi resmi pemerintah.

Berdasarkan konteks dan kerangka konseptual tersebut, penelitian ini mengkaji hubungan masyarakat politik dalam transisi menuju pemerintahan Rudy Mas'ud dan Seno Aji setelah Pemilihan Gubernur Kalimantan Timur 2024. Dengan menggunakan etnografi digital dan analisis dokumen, penelitian ini bertujuan menjelaskan bagaimana komunikasi diorganisasikan selama transisi pascapemilu, mengidentifikasi aktor yang menjalankan otoritas komunikatif sebelum pelantikan, serta menganalisis bagaimana komunikasi kampanye—khususnya mengenai Gratispol—tetap membentuk narasi publik sebelum pengalihan resmi kekuasaan eksekutif. Studi ini memperluas pembahasan mengenai komunikasi pemerintah dan kampanye permanen dengan mengonseptualisasikan transisi pascapemilu sebagai fase tersendiri dalam hubungan masyarakat politik, bukan sekadar periode sisa antara kampanye dan pemerintahan. Argumen utama penelitian adalah bahwa dalam transisi demokratis, otoritas komunikasi dapat terfragmentasi secara institusional sehingga penelitian hubungan masyarakat politik perlu memberi perhatian lebih besar pada mekanisme komunikasi yang menghubungkan kompetisi elektoral dengan tata kelola formal.

METODE

Penelitian ini menggunakan desain studi kasus kualitatif untuk mengkaji *Political Public Relations* pada masa transisi pascapemilu setelah Pemilihan Gubernur Kalimantan Timur 2024. Studi kasus kualitatif relevan untuk menelaah fenomena politik kontemporer dalam konteks institusional yang kompleks, terutama ketika batas antara aktor politik, gaya komunikasi, dan struktur pemerintahan sulit dipisahkan secara tegas (Yin, 2018). Penelitian ini tidak diarahkan pada generalisasi statistik, melainkan pada pengembangan pemahaman yang diinformasikan teori mengenai bagaimana otoritas komunikasi diorganisasikan dan dijalankan pada periode antara kemenangan elektoral dan pengambilalihan resmi jabatan publik.

Kasus dipilih berdasarkan pertimbangan teoretis dan empiris. Secara empiris, transisi setelah terpilihnya Rudy Mas'ud dan Seno Aji menciptakan lingkungan komunikasi yang khas: kepemimpinan baru telah memperoleh legitimasi demokratis melalui kemenangan elektoral, tetapi belum mendapatkan kewenangan formal atas institusi komunikasi pemerintah. Ketika komunikasi resmi pemerintah masih berada di bawah kendali administrasi yang akan berakhir, informasi mengenai pemerintahan mendatang terus beredar melalui organisasi kampanye, akun media sosial personal, media berita, dan jejaring politik informal. Fokus utama penelitian adalah komunikasi mengenai Gratispol, program unggulan bantuan pendidikan gubernur terpilih selama masa transisi. Gratispol dipilih karena menjadi salah satu narasi kebijakan paling menonjol yang diasosiasikan dengan pemerintahan mendatang, sehingga menyediakan lensa analitis untuk mengamati bagaimana agenda pemerintahan dikomunikasikan sebelum pengalihan resmi kewenangan administratif.

Ruang lingkup temporal penelitian mencakup periode sejak penetapan formal hasil pemilihan gubernur hingga pelantikan pemerintahan baru. Secara konseptual, periode ini diperlakukan sebagai fase transisi pascapemilu ketika hubungan masyarakat politik, komunikasi pemerintah, dan komunikasi kampanye saling beririsan. Fokus pada periode tersebut memungkinkan penelitian menelaah bagaimana otoritas komunikatif dinegosiasikan ketika kewajiban komunikasi institusional belum dialihkan kepada pemerintahan baru, sementara legitimasi elektoral telah terbentuk. Pengumpulan data menggabungkan etnografi digital dan analisis dokumen. Etnografi digital digunakan untuk mengkaji bagaimana komunikasi terkait Gratispol diproduksi dan dijalankan melalui platform digital selama masa transisi. Melalui analisis narasi tekstual, representasi visual, pola interaksi, dan praktik komunikasi yang spesifik terhadap platform, etnografi digital memungkinkan peneliti mengamati aktivitas komunikatif secara sistematis dalam lingkungan daring (Kozinets, 2015). Penelitian menggunakan *purposive sampling* untuk memilih komunikasi

yang secara langsung berkaitan dengan Gratispol, bukan keseluruhan aktivitas media sosial gubernur terpilih (Patton, 2015). Data utama terdiri atas tujuh unggahan Instagram dari akun resmi Rudy Mas'ud (@h.rudymasud) pada periode antara pengumuman hasil pemilu dan pelantikannya. Unggahan tersebut dipilih sebagai artefak digital utama karena secara jelas mengomunikasikan tujuan program, strategi implementasi, promosi kepada publik, atau keterlibatan pemangku kepentingan.

Penelitian juga mengumpulkan bahan dokumenter dari sumber yang tersedia untuk publik guna mengontekstualisasikan komunikasi digital tersebut, termasuk pemberitaan regional dari Kaltim Post, Kaltim Kece, Tribun Kaltim, RRI Samarinda, dan media daring lain yang memberitakan Gratispol pada periode yang sama. Dokumen dan pengumuman resmi pada situs Pemerintah Provinsi Kalimantan Timur turut dianalisis untuk membandingkan komunikasi yang disebarkan melalui institusi pemerintah resmi dengan komunikasi yang diproduksi gubernur terpilih dan jejaring politiknya. Penggunaan artefak digital dan dokumen memungkinkan verifikasi independen terhadap peristiwa penting dan pernyataan kebijakan sekaligus memfasilitasi triangulasi lintas kanal komunikasi. Karena penulis memiliki kedekatan pengetahuan dengan lingkungan komunikasi pemerintahan yang diteliti, penelitian ini juga menerapkan pendekatan refleksif. Refleksivitas menuntut peneliti menjaga transparansi dalam proses produksi pengetahuan sekaligus mengakui secara kritis bagaimana posisi institusional, latar belakang profesional, dan sudut pandang interpretatif dapat memengaruhi proses penelitian (Finlay, 2002; Berger, 2015).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Temuan pertama dan paling signifikan secara struktural menunjukkan bahwa infrastruktur komunikasi di sekitar Gubernur terpilih Rudy Mas'ud tidak mengalami pergeseran normatif dari register kampanye menuju register institusional sebagaimana diharapkan dalam teori transisi demokratis. Setelah Rudy Mas'ud dan Seno Aji memenangkan pemilihan gubernur pada 27 November 2024 dengan 55,7 persen suara atau 997.344 suara sah, komunikasi berorientasi kampanye tetap berlangsung secara berkelanjutan sepanjang masa transisi dan bahkan memasuki periode pemerintahan formal setelah pelantikan pada 20 Februari 2025 (Alexander, 2025).

Sepanjang fase transisi ditemukan tiga bingkai komunikatif utama yang dipertahankan melalui platform, aktor, dan register estetika yang sama dengan kampanye pemilu. Bingkai pertama adalah kedekatan personal. Unggahan Instagram pada akun @h.rudymasud, yang telah memiliki lebih dari 65.000 pengikut pada periode setelah pelantikan, secara konsisten menampilkan Rudy

Mas'ud dalam interaksi langsung dan informal dengan konstituen, seperti mengunjungi komunitas, menghadiri pertemuan lokal, dan menampilkan responsivitas secara kasatmata tanpa selalu disertai pengumuman institusional melalui kanal resmi pemerintah provinsi. Bahasa yang digunakan tetap sulit dibedakan dari konten kampanye: sapaan orang pertama kepada "Rakyat Kaltim", register informal, dan narasi kepemimpinan yang dipersonalisasi pada figur Rudy sebagai sosok yang bertindak sebelum birokrasi menyusul.

Bingkai kedua terlihat ketika Gratispol disajikan sebagai janji personal, bukan sebagai kebijakan institusional. Program unggulan pendidikan dan layanan kesehatan gratis yang secara elektoral diperkenalkan pada debat gubernur pertama tanggal 23 Oktober 2024 sebagai jargon programatik utama pasangan Rudy-Seno terus dibingkai sebagai komitmen langsung kepada warga, bukan sebagai kebijakan pemerintah provinsi dengan mekanisme dan garis waktu institusional yang terdefinisi. Peluncuran institusional resmi Gratispol baru berlangsung pada 21 April 2025, dua bulan setelah pemerintahan berjalan, melalui seremoni di Plenary Hall Sempaja, Samarinda (Al Fatih, 2025). Jeda temporal ini penting secara empiris karena ekspektasi publik telah banyak dibentuk oleh pesan ber-register kampanye mengenai Gratispol sebelum program tersebut benar-benar hadir sebagai objek institusional dengan mekanisme implementasi yang jelas. Sebagaimana diberitakan Bayu Rolles melalui Kaltim Post (2025), DPRD kemudian menilai bahwa Gratispol masih belum dipahami dengan baik oleh publik meskipun telah dipromosikan secara seremonial secara luas; warga masih kesulitan memahami cara mengakses program. Kondisi tersebut menunjukkan konsekuensi dari pendekatan komunikasi pada masa transisi.

Bingkai ketiga berkaitan dengan konsistensi estetika kampanye. Meskipun secara struktural Diskominfo Kaltim diharapkan merespons pertanyaan publik dan mengoordinasikan informasi resmi pemerintah, lembaga tersebut tidak menerima koordinasi atau briefing formal mengenai Gratispol selama masa transisi. Situasi ini sejalan dengan gambaran Blumenthal (1980) mengenai kampanye permanen sebagai kondisi struktural: logika kampanye bukan sekadar bertahan sebagai disposisi politik, tetapi secara aktif mengendalikan penyebaran program yang merepresentasikan komitmen negara terhadap kesejahteraan warga. Tidak terlihat perubahan yang berarti dari periode pra-pemilu pada bahasa visual, format konten, nilai produksi, dan ritme unggahan @h.rudymasud. Hjarvard (2013) menjelaskan bahwa ketika logika media bekerja, cara berkomunikasi memperoleh bobot normatifnya sendiri. Ketiadaan perubahan estetika memberi sinyal kepada publik dan aparatus komunikasi bahwa pemilu bukan sepenuhnya berakhir, melainkan memasuki fase berbeda. Kontinuitas visual ini tidak harus dibaca sebagai strategi penipuan

yang disengaja, tetapi sebagai keluaran bawaan dari ekologi aktor yang tidak memiliki mekanisme institusional untuk memaksakan transisi. Temuan ini memperluas formulasi awal Blumenthal (1980) mengenai kampanye permanen: dalam konteks kapasitas komunikasi institusional yang lemah, aktor dan logika kampanye dapat berubah menjadi aparatus komunikasi pemerintahan secara de facto tanpa pernah terjadi transisi yang jelas.

Temuan kedua berkaitan dengan pengorganisasian otoritas komunikatif selama masa transisi. Analisis lanskap aktor menunjukkan struktur hierarkis ketika aktor yang berafiliasi dengan kampanye memegang kendali operasional dominan atas komunikasi digital gubernur, sedangkan badan humas resmi pemerintah—Diskominfo Kaltim dan Biro Humas Pemprov Kaltim—berada pada posisi struktural yang periferal. Distribusi kekuasaan ini lebih merupakan konsekuensi dari tidak adanya mekanisme institusional yang mewajibkan pengalihan kendali komunikasi dari kampanye kepada pemerintah daripada hasil dari keputusan eksklusi yang disengaja.

Dalam hierarki operasional, tim sukses dan tim kampanye menempati posisi teratas. Personel kampanye yang tidak berada di bawah arahan resmi humas pemerintah tetap memiliki kontrol editorial harian atas materi Instagram dan TikTok. Berdasarkan pemberitaan yang tersedia untuk publik, Tim Sukses kampanye HARUM-Seno Aji mencakup individu-individu yang tetap menjalankan fungsi komunikasi pada masa transisi. Seorang mantan juru bicara kampanye yang sebelumnya vokal mendukung Gratispol pada masa pemilu kemudian diketahui menghasilkan konten media sosial yang mengkritik keputusan pemerintahan. Hal ini memperlihatkan berlanjutnya pengaruh informal sekaligus kesenjangan akuntabilitas ketika informasi publik dikelola oleh aktor kampanye alih-alih komunikator institusional (BeritaKaltim, 2025). Demikian pula, pengelola media sosial, desainer grafis, dan videografer profesional yang direkrut selama kampanye tetap memproduksi konten melalui pengaturan informal setelah pemilu. Aktor-aktor tersebut tidak masuk ke dalam proses perencanaan komunikasi institusional Diskominfo atau Biro Humas, bekerja di luar kerangka regulasi yang mengatur komunikasi resmi pemerintah di Indonesia (lihat Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik), dan memiliki tingkat akuntabilitas yang lebih rendah terhadap standar komunikasi pemerintahan.

Sebaliknya, Diskominfo Kaltim pada praktiknya berada di pinggiran selama masa transisi meskipun secara formal merupakan lembaga yang bertanggung jawab atas komunikasi digital resmi pemerintah di Kalimantan Timur. Dalam jangkauan, aktualitas topik, dan interaksi publik, situs resmi serta kanal media sosialnya tertinggal jauh dari @h.rudymasud. Dokumen perencanaan strategis lembaga untuk periode 2025–2029 yang diselesaikan pada

Juni 2025 menunjukkan bahwa perhatian organisasi lebih banyak diarahkan pada infrastruktur digital dan konektivitas dibandingkan komunikasi editorial mengenai program unggulan pemerintahan baru (Diskominfo Kaltim, 2025). Baru pada Juni 2025, dalam Forum Bakohumas Kalimantan Timur, kepala Diskominfo menegaskan perlunya Diskominfo menjadi garda depan informasi Gratispol. Forum koordinasi kehumasan dipandang penting karena pemahaman lintas sektor terhadap program masih belum merata. Posisi yang muncul secara post-hoc ini memperlihatkan sejauh mana Diskominfo belum terlibat secara sentral dalam pembingkaian komunikatif Gratispol pada periode transisi yang krusial.

Biro Humas Pemprov Kaltim juga memiliki posisi yang terbatas pada masa peralihan. Meskipun menyadari adanya pergeseran posisi institusional, para pejabat mengaitkannya dengan preferensi gubernur terhadap komunikasi langsung dan struktur kekuasaan informal di sekitarnya. Deskripsi tersebut lebih menonjolkan tidak adanya mekanisme penegakan institusional daripada adanya keputusan resmi untuk menyingkirkan Biro Humas dari arsitektur komunikasi transisi. Struktur aktor ini penting bukan hanya dari sisi logistik operasional. Dalam literatur *Political* PR, Moloney (2006) mengasumsikan bahwa setelah kemenangan pemilu, profesional kampanye pada akhirnya akan menyerahkan kekuasaan komunikasi kepada aparatus pemerintahan. Kasus Kalimantan Timur menunjukkan bahwa asumsi tersebut tidak berjalan apabila tidak ada perangkat institusional yang mendorong atau mewajibkan pengalihan tersebut. Sebaliknya, terbentuk ekologi aktor ketika batas antara komunikator pemerintah dan spesialis kampanye tidak pernah digambar ulang, bukan semata karena pilihan sadar, tetapi karena tidak ada penegak institusional yang memastikan transisi.

Temuan berikutnya mengidentifikasi zona-zona ambigu yang terbentuk ketika sinyal institusional pemerintah dan aktor kampanye hadir dalam lingkungan komunikasi yang sama. Dalam zona tersebut, batas yang menurut teori komunikasi tata kelola demokratis penting bagi fungsi akuntabilitas informasi publik menjadi kabur. Alih-alih menggunakan siaran pers resmi atau juru bicara institusional formal, akun media sosial personal gubernur digunakan untuk merespons kontroversi publik yang muncul pada periode transisi. Isu tersebut mencakup pertanyaan mengenai implementasi Gratispol, penunjukan rekan politik pada posisi penting, serta apa yang oleh para pengkritik disebut sebagai indikasi pembentukan dinasti politik—yakni posisi sejumlah anggota keluarga Mas'ud secara bersamaan pada jabatan eksekutif daerah di Kalimantan Timur (Antara, 2026). Pola ini berarti bahwa tujuan pemerintahan, khususnya isu sensitif di bawah sorotan publik, ditangani melalui platform yang dirancang untuk interaksi personal, bukan akuntabilitas institusional. Ketika penyaluran

subsidi pendidikan Gratispol kepada 52 institusi mengalami keterlambatan pada Oktober 2025, Diskominfo kemudian memberikan respons formal setelah isu tersebut terlebih dahulu dibicarakan dan diperdebatkan melalui akun media sosial personal Rudy Mas'ud.

Meskipun tidak memiliki struktur institusional resmi dan beroperasi di luar kerangka regulasi Keterbukaan Informasi Publik, akun Instagram personal @h.rudymasud berfungsi sebagai salah satu saluran informasi utama bagi pemerintahan provinsi yang akan datang. Akun tersebut diperlakukan sebagai sumber yang otoritatif oleh warga, jurnalis, dan pemangku kepentingan lain. Lebih dari 65.000 pengikut dan 1.090 unggahan mencerminkan posisinya sebagai simpul informasi publik yang persisten, tetapi konten pada akun personal dapat dihapus, diubah, atau ditarik tanpa kewajiban akuntabilitas dan pengarsipan yang melekat pada komunikasi resmi pemerintah. Format Instagram Stories yang bersifat sementara memperkuat persoalan preservasi ini: informasi pemerintahan yang dibagikan melalui Stories menghilang setelah satu hari, sehingga menimbulkan celah rekam informasi yang justru hendak dicegah oleh komunikasi institusional formal.

Kontribusi struktural utama penelitian ini berkaitan dengan batas temporal kampanye permanen. Setelah Blumenthal (1980) menggambarkan situasi ketika politisi terpilih memerintah melalui logika kampanye elektoral, Heclo (2000) mengidentifikasi kampanye berkelanjutan sebagai ciri kepemimpinan demokratis kontemporer. Namun, kedua pendekatan tersebut umumnya mengasumsikan bahwa pengambilalihan formal kekuasaan eksekutif menjadi titik awal ketika logika kampanye meresap ke dalam administrasi. Kasus Kalimantan Timur menunjukkan perlunya meninjau asumsi temporal tersebut: arsitektur komunikatif transisi telah dibentuk sejak kemenangan elektoral, sebelum pemerintahan secara resmi dimulai. Ketika Rudy Mas'ud dilantik pada 20 Februari 2025, komunikasi dengan register kampanye telah terlebih dahulu menentukan aktor mana yang memiliki otoritas komunikatif, bagaimana publik menafsirkan janji Gratispol, dan standar estetika apa yang membentuk ekspektasi terhadap pemerintahan baru. Norris (2000) mengidentifikasi erosi bertahap batas institusional antara kampanye dan pemerintahan sebagai ciri sistem demokratis kontemporer. Kasus Kalimantan Timur menunjukkan bahwa ketika mekanisme komunikasi institusional lemah atau belum aktif pada masa transisi, logika kampanye bukan hanya mengikis batas tersebut, tetapi dapat secara struktural mendahului komunikasi institusional yang seharusnya menggantikannya.

Temuan mengenai lanskap aktor memiliki implikasi langsung terhadap fungsi demokratis humas pemerintah sebagaimana diteorikan Canel dan Sanders (2013). Sanders, Canel, dan Holtz-Bacha (2011) menyatakan bahwa

komunikasi pemerintah yang profesional ditandai oleh aturan dan praktik institusional yang membedakannya dari komunikasi politik partisan; aturan tersebut dirancang agar kepentingan informasi publik, bukan kepentingan politik aktor petahana, menjadi dasar komunikasi kebijakan publik. Ketika aktor yang berafiliasi dengan kampanye mempertahankan kendali operasional atas komunikasi publik selama dan setelah transisi, pembedaan tersebut runtuh dalam praktik. Informasi tentang Gratispol diterima publik melalui aktor dan platform yang dioptimalkan untuk keterlibatan elektoral, bukan akuntabilitas kewargaan. Menurut Moloney (2006), dalam lingkungan komunikasi politik ketika jejaring pengaruh informal melampaui mandat institusional formal, ekologi aktor operasi kampanye dapat bertahan melalui inersia, bukan desain yang disengaja. Hal ini tercermin pada kasus Kalimantan Timur: dominasi aktor kampanye lebih tepat dipahami sebagai kondisi struktural yang terbentuk secara bawaan yang muncul karena ketiadaan mekanisme resmi untuk mengalihkan otoritas komunikatif, bukan semata sebagai taktik terencana untuk menghindari Diskominfo.

Jika dibaca secara bersama, dimensi-dimensi tersebut mengarah pada argumentasi teoretis mengenai legitimasi. Suchman (1995) membedakan legitimasi moral yang berasal dari penilaian normatif terhadap perilaku institusional yang tepat, legitimasi pragmatis yang didasarkan pada persepsi responsivitas terhadap kepentingan pemangku kepentingan, dan legitimasi kognitif yang muncul ketika organisasi dikenali sebagai wajar serta dapat dipercaya. Komunikasi media sosial dengan register kampanye pada transisi pascapemilu Kalimantan Timur mampu membangun legitimasi pragmatis dengan meningkatkan kesadaran publik terhadap janji Gratispol dan menampilkan pemerintahan yang akan datang sebagai dekat serta responsif secara personal. Akan tetapi, kondisi ini menghasilkan legitimasi yang secara struktural asimetris. Legitimasi moral dan kognitif—yang mensyaratkan akuntabilitas, perilaku institusional yang dapat diverifikasi, dan informasi publik terpercaya yang tertambat pada kanal institusional yang diakui—tidak terbentuk dengan kekuatan yang sama karena aktor dan platform dominan pada masa transisi secara struktural tidak dirancang untuk menyediakan kualitas tersebut. Kiousis dan Strömbäck (2014) menyatakan bahwa keberhasilan elektoral tidak mengakhiri hubungan masyarakat politik; keberhasilan tersebut menggeser tujuan utama dari perolehan dukungan elektoral menuju pemeliharaan legitimasi pemerintahan. Aktor politik perlu secara konsisten menunjukkan kompetensi, responsivitas, dan akuntabilitas melalui komunikasi untuk mempertahankan otoritas pemerintahan. Kasus Kalimantan Timur menunjukkan konsekuensi ketika transformasi itu tertahan oleh keberlanjutan struktural aktor dan logika komunikasi kampanye ke periode pascapemilu:

legitimasi yang diperoleh secara elektoral menjadi rentan karena infrastruktur komunikatif yang membentuknya tidak tunduk pada standar akuntabilitas yang pada akhirnya diperlukan oleh legitimasi pemerintahan.

KESIMPULAN

Penelitian ini mengkaji hubungan masyarakat politik pada masa transisi pascapemilu setelah Pemilihan Gubernur Kalimantan Timur 2024 dengan fokus pada komunikasi Gubernur terpilih Rudy Mas'ud dan program unggulan Gratispol. Berdasarkan etnografi digital, analisis dokumen, dan konteks institusional tata kelola Pemerintah Provinsi Kalimantan Timur, penelitian mengidentifikasi empat temuan utama: berlanjutnya logika kampanye ke dalam komunikasi pemerintahan; dominasi struktural aktor yang berafiliasi dengan kampanye atas badan humas resmi pemerintah; kaburnya batas komunikasi partisan dan institusional dalam zona-zona ambigu; serta ketegangan mendasar antara logika platform media sosial dan norma komunikasi tata kelola demokratis.

Temuan tersebut mendukung argumen utama bahwa transisi pascapemilu di Kalimantan Timur merupakan fase khas Political Public Relations ketika otoritas komunikatif terfragmentasi secara institusional, bukan sekadar jeda administratif. Ketiadaan mekanisme institusional yang secara jelas memastikan pergeseran dari komunikasi kampanye menuju komunikasi pemerintah membuat aktor, estetika, dan platform kampanye terus berperan dominan dalam produksi serta distribusi informasi publik mengenai pemerintahan baru. Konsekuensinya adalah lingkungan komunikasi ketika logika pengelolaan merek personal dan keterlibatan platform dapat mendahului tanggung jawab demokratis humas pemerintah berupa akuntabilitas institusional, keterbukaan informasi publik, dan akses terhadap data resmi pemerintahan. Secara konseptual, studi ini menunjukkan perlunya menempatkan fase transisi pascapemilu sebagai objek analisis tersendiri dalam kajian hubungan masyarakat politik dan komunikasi pemerintah. Penelitian selanjutnya dapat menguji pola serupa pada transisi pemerintahan daerah lain serta membandingkan mekanisme kelembagaan yang mengatur pengalihan otoritas komunikasi dari organisasi kampanye kepada perangkat komunikasi pemerintah.

PERNYATAAN ETIK

Seluruh penulis menyatakan bahwa naskah ini adalah karya asli, belum pernah dipublikasikan sebelumnya, dan tidak sedang dipertimbangkan untuk dipublikasikan di jurnal lain. Penelitian ini mematuhi standar etika, bebas dari

plagiarisme dan fabrikasi data, serta seluruh data dan materi disajikan secara transparan. Semua penulis yang tercantum telah memberikan kontribusi signifikan terhadap karya ini, dan potensi konflik kepentingan serta sumber pendanaan penelitian telah diungkapkan secara penuh.

PERNYATAAN KEPENTINGAN

Seluruh penulis menyatakan bahwa tidak ada potensi konflik kepentingan terkait dengan publikasi naskah ini, baik yang bersifat finansial, institusional, maupun personal, yang dapat memengaruhi atau menimbulkan bias terhadap hasil dan interpretasi penelitian yang disajikan.

TRANSPARANSI DATA

Seluruh data, kode, dan materi pendukung yang mendasari temuan dalam penelitian ini tersedia secara transparan dan dapat diakses untuk kepentingan verifikasi ilmiah. Data terkait dapat diperoleh dari penulis korespondensi atas permintaan yang wajar.

REFERENSI

Alexander, H. B. (2025, February 11). Rudy Mas'ud siap realisasikan "Gratis Pol" dalam 100 hari pertama. Kompas.com. https://ikn.kompas.com/read/2025/02/11/151525787/rudy-masud-siap-realisasikan-gratis-pol-dalam-100-hari-pertama

Al Fatih, M. (2025, April 25). Dari peluncuran Gratispol, sederet program populis Gubernur Kaltim. Kaltim Kece. https://kaltimkece.id/warta/pendidikan/dari-peluncuran-gratispol-sederet-program-populis-gubernur-kaltim

Bayu Rolles. (2025, April 22). 841 desa di Kaltim dapat internet dan WiFi gratis lewat Gratispol Rudy–Seno. Kaltim Post. https://kaltimpost.jawapos.com/utama/2504220012/841-desa-di-kaltim-dapat-internet-dan-wifi-gratis-lewat-gratispol-rudy-seno

Berger, R. (2015). Now I see it, now I don't: Researcher's position and reflexivity in qualitative research. Qualitative Research, 15(2), 219–234. https://doi.org/10.1177/1468794112468475

Blumenthal, S. (1980). The permanent campaign. Beacon Press.

Canel, M. J. (2020). Communication and the public sector: A guide to strategic communication in public organizations. Wiley Blackwell.

Canel, M. J., & Sanders, K. (2013). Government communication: Cases and challenges. Bloomsbury Academic.

Chadwick, A. (2017). The hybrid media system: Politics and power (2nd ed.). Oxford University Press.

Diskominfo Kalimantan Timur. (2025). Rencana strategis Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Kalimantan Timur Tahun 2025–2029. Pemerintah Provinsi Kalimantan Timur.

Diskominfo Kalimantan Timur. (2025, June 4). 100 hari kerja Gubernur Kaltim: Sukseskan program Gratispol. https://diskominfo.kaltimprov.go.id/berita/100-hari-kerja-gubernur-kaltim-sukseskan-program-gratispol

Esser, F. (2013). Mediatization as a challenge: Media logic versus political logic. In H. Kriesi, S. Adam, M. Jochum, & F. Varone (Eds.), Democracy in the age of globalization and mediatization (pp. 155–176). Palgrave Macmillan.

Finlay, L. (2002). Negotiating the swamp: The opportunity and challenge of reflexivity in research practice. Qualitative Research, 2(2), 209–230. https://doi.org/10.1177/146879410200200205

Heclo, H. (2000). Campaigning and governing: A conspectus. In N. J. Ornstein & T. E. Mann (Eds.), The permanent campaign and its future (pp. 1–37). American Enterprise Institute.

Hjarvard, S. (2013). The mediatization of culture and society. Routledge.

Holtz-Bacha, C. (2014). Political advertising in international comparison. In H. Cheng (Ed.), The handbook of international advertising research. https://doi.org/10.1002/9781118378465.ch27

Kiousis, S., & Strömbäck, J. (2014). Political public relations: Defining and mapping an emergent field. In J. Strömbäck & S. Kiousis (Eds.), Political public relations: Principles and applications (2nd ed., pp. 1–32). Routledge.

Klinger, U., & Svensson, J. (2015). The emergence of network media logic in political communication: A theoretical approach. New Media & Society, 17(8), 1241–1257. https://doi.org/10.1177/1461444814522952

Kozinets, R. V. (2015). Netnography: Redefined (2nd ed.). SAGE Publications.

Lee, M. (Ed.). (2012). Government public relations: A reader. CRC Press.

Ledingham, J. A. (2003). Explicating relationship management as a general theory of public relations. Journal of Public Relations Research, 15(2), 181–198. https://doi.org/10.1207/S1532754XJPRR1502_4

Lim, M. (2017). Freedom to hate: Social media, algorithmic enclaves, and the rise of tribal nationalism in Indonesia. Critical Asian Studies, 49(3), 411–427. https://doi.org/10.1080/14672715.2017.1341188

Moloney, K. (2006). Rethinking public relations: PR propaganda and democracy (2nd ed.). Routledge.

Norris, P. (2000). A virtuous circle: Political communications in postindustrial societies. Cambridge University Press.

Patton, M. Q. (2015). Qualitative research & evaluation methods (4th ed.). SAGE Publications.

Pemerintah Provinsi Kalimantan Timur. (2025, April 21). Tak sekadar janji kampanye, Rudy Mas'ud wujudkan Gratis Pol untuk rakyat Kaltim. https://www.kaltimprov.go.id/detailberita/tak-sekadar-janji-kampanye-rudy-masud-wujudkan-gratis-pol-untuk-rakyat-kaltim

Redaksi. (2025, April 21). Launching GratisPol, Rudy Mas'ud kukuhkan sejarah baru Kaltim di Hari Kartini. BeritaKaltim.co. https://beritakaltim.co/2025/04/21/launching-gratispol-rudy-masud-kukuhkan-sejarah-baru-kaltim-di-hari-kartini

Republic of Indonesia. (2008). Law of the Republic of Indonesia Number 14 of 2008 concerning Public Information Disclosure.

Sanders, K. (2011). Political public relations and government communication. In J. Strömbäck & S. Kiousis (Eds.), Political public relations: Principles and applications (pp. 254–273). Routledge.

Sanders, K., Canel, M. J., & Holtz-Bacha, C. (2011). Communicating governments: A three-country comparison of how governments communicate with citizens. The International Journal of Press/Politics, 16(4), 523–547. https://doi.org/10.1177/1940161211418225

Strömbäck, J., & Kiousis, S. (Eds.). (2011). Political public relations: Principles and applications. Routledge.

Strömbäck, J., & Kiousis, S. (2013). Political public relations: Old practice, new theory-building. Public Relations Journal, 7(4), 1–17.

Suchman, M. C. (1995). Managing legitimacy: Strategic and institutional approaches. Academy of Management Review, 20(3), 571–610. https://doi.org/10.5465/AMR.1995.9508080331

Van Aelst, P., Strömbäck, J., Aalberg, T., Esser, F., de Vreese, C., Matthes, J., Hopmann, D., Salgado, S., Hubé, N., Stępińska, A., Papathanassopoulos, S., Berganza, R., Legnante, G., Reinemann, C., Sheafer, T., & Stanyer, J. (2017). Political communication in a high-choice media environment: A challenge for democracy? Annals of the International Communication Association, 41(1), 3–27. https://doi.org/10.1080/23808985.2017.1288551

Yin, R. K. (2018). Case study research and applications: Design and methods (6th ed.). SAGE Publications.