

# Strategi Komunikasi Politik Berbasis Relawan Dalam Pemenangan Pemilihan Gubernur

Rully<sup>1</sup>, Guntur Freddy Prisanto<sup>2</sup>, Irwansyah<sup>3</sup>, Safira Hasna<sup>4</sup>

<sup>1,2,4</sup> Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Inter Studi, <sup>3</sup>Universitas Indonesia

rully.waf@gmail.com

## *Abstract*

*Political communication is not only carried out by political elites to the community but can also be carried out by a combination of individuals who volunteer for the public interest called volunteers. Political volunteers usually present to work voluntarily in winning a political candidate in the general election, this is also included in the election of the governor. Therefore, the objective of this study is to describe how the political communication strategy carried out by Roemah Djoeng volunteers in winning the Anies-Sandi pair in the DKI Jakarta Governor Election in 2017. The research uses the concept of political communication, the use of political communication channels, and volunteers in political communication. The method used in this research is qualitative with in-depth interviews with three Roemah Djoeng volunteers. The results showed that Roemah Djoeng volunteers utilized several channels of political communication, such as organizational communication as intertanal communication between volunteers, mass communication as a broad public information channel about candidate pairs, and the use of social media to communicate to audiences as prospective voters. This means that volunteers have an important role in the political communication strategy to win the 2017 DKI Jakarta governor election.*

**Key words:** *Political Communication, Volunteers, Government Election*

## **Abstrak**

Komunikasi politik saat ini bukan hanya dilakukan oleh para elit politik kepada masyarakat tetapi juga dapat dilakukan oleh gabungan individu yang bergerak secara sukarela untuk kepentingan publik yang dinamakan relawan. Relawan politik biasanya hadir untuk bekerja secara sukarela dalam pemenangan suatu kandidat politik dalam pemilihan umum, ini juga termasuk dalam pemilihan gubernur. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan ingin mendeskripsikan bagaimana strategi komunikasi politik yang dilakukan relawan Roemah Djoeng dalam pemenangan pasangan Anies-Sandi di Pemilihan Gubernur DKI Jakarta tahun 2017. Penelitian menggunakan konsep komunikasi politik, penggunaan saluran komunikasi politik, serta relawan dalam komunikasi politik. Metode yang digunakan dalam penelitian adalah kualitatif dengan wawancara mendalam kepada tiga relawan Roemah Djoeng. Hasil penelitian menunjukkan bahwa relawan Roemah Djoeng memanfaatkan beberapa saluran komunikasi politik, seperti komunikasi organisasi sebagai komunikasi intertanal antar relawan, komunikasi massa sebagai saluran informasi khalayak luas mengenai kandidat pasangan, serta penggunaan media sosial untuk berkomunikasi pada khalayak sebagai calon pemilih. Ini berarti relawan memiliki peran penting dalam strategi komunikasi politik pemenangan pemilihan gubernur DKI Jakarta 2017.

**Keywords:** **Komunikasi Politik, Relawan, Pemilihan Gubernur**

## PENDAHULUAN

Salah satu faktor terpenting dalam suatu negara yang menganut sistem demokrasi adalah terselenggaranya Pemilihan Umum (Pemilu). Pemilu menjadi suatu metode dimana setiap warga negara memiliki hak untuk menjadi partisipan politik dalam memilih pejabat pemerintahan (Sulaeman, 2017). Berbagai strategi digunakan demi memenangkan pesta demokrasi dapat dilakukan dengan komunikasi politik, karena dengan komunikasi politik, partai politik dapat mengatur strategi dalam memenangkan sebuah kompetisi pada pemilihan umum.

Sebagaimana unsur dalam komunikasi, unsur-unsur yang penting dalam komunikasi politik adalah sumber (*communicator*), pesan (*message*), atau saluran media (*channel*), penerima (*receiver*) dan efek. Dalam konteks proses komunikasi politik, kelima elemen tersebut tentu saling terkait. Setiap elemen saling mempengaruhi keberhasilan atau pencapaian tujuan dari suatu kegiatan komunikasi politik. Jika salah satu dari elemen-elemen ini "tidak berfungsi" dengan baik, maka hampir pasti bahwa tujuan dari suatu kegiatan komunikasi politik tidak akan tercapai dengan baik. Terutama jika tujuan itu dikaitkan dengan fungsi komunikasi politik: memberikan informasi kepada publik apa yang terjadi di sekitarnya, mendidik masyarakat terhadap makna dan fakta signifikan, menyediakan dirinya sebagai platform untuk mengakomodasi isu-isu politik sehingga dapat menjadi wacana dalam membentuk opini publik, dan mengembalikan hasil opini tersebut kepada

masyarakat, membuat publikasi yang ditujukan kepada Pemerintah dan lembaga-lembaga politik, dan dalam masyarakat yang demokratis, politik media berfungsi sebagai saluran advokasi yang dapat membantu kebijakan dan program lembaga politik dapat didistribusikan ke media berita (Alfani, 2015).

Dalam praktik strategi komunikasi politik, biasanya proses penyampaian pesan dilakukan oleh para elit politik kepada masyarakat secara timbal balik agar pesan politik yang disampaikan mendapatkan respon yang diharapkan, seperti adanya proses pengambilan keputusan yang demokratis, transparan, dan akuntabilitas (FSM, 2018). Namun saat ini, relawan juga memiliki peran yang penting dalam strategi komunikasi politik. Gabungan individu yang bergerak secara sukarela akan sering melakukan kegiatan yang terkoordinasi secara terpusat untuk memberikan pengetahuan kepada banyak pihak yang akan menandatangani suara pada pemilihan kelak. Biasanya, semakin dekat pemilihan, kampanye yang dilakukan oleh para relawan akan semakin banyak. Bukan hanya kegiatan secara langsung, namun para relawan saat ini memanfaatkan media sosial dan internet untuk menyebarkan kegiatan serta pesan yang ditujukan kepada masyarakat untuk dapat memilih kandidat yang didukungnya (Lees-Marshment & Pettitt, 2014).

Salah satu pesta demokrasi yang menjadi sorotan masyarakat adalah Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) DKI Jakarta tahun 2017, hal ini dikarenakan DKI sebagai ibukota negara Indonesia. Pada tahun 2017, beberapa partai politik mengusung calon pasangan gubernur dan wakil gubernur untuk maju pada putaran Pilkada

DKI Jakarta. Terdapat tiga calon pasangan, Basuki Tjahaja Purnama dan Djarot (disuung oleh PDIP, Hanura, Nasdem dan Golkar). Pasangan Agus Yudhoyono dan Sylviana yang diusung oleh Demokrat, PAN, PPP, dan PKB). Serta pasangan Anies Baswedan dan Sandiaga Uno yang diusung Gerindra dan PKS. Dimana pada akhirnya, pasangan Anies – Sandi berhasil memenangkan Pilgub DKI 2017 dengan persentasi 57,96% (Rahayu, 2017).

Salah satu kemenangan Anies – Sandi pada Pilkada 2017 lalu juga dikarenakan adanya relawan dalam penggunaan strategi komunikasi politik. Relawan disini dapat membantu suatu partai politik yang mengusung kandidat untuk dapat mensosialisasikan dan mencitrakan seluruh kekuatan yang dimiliki oleh partai politik. Pada Pilkada DKI Jakarta Tahun 2017, Partai Gerindra melalui Fraksi Partai Gerindra DPR RI yang terdiri dari 73 Anggota DPR RI membentuk tim pemenangan atau tim sukses diluar struktur Partai Gerindra untuk memenangkan pasangan Anies R Baswedan dan Sandiaga Solahudin Uno (Anies-Sandi) yang di beri nama Roemah Djoeang (RD) Anies – Sandi. RD merupakan rumah para relawan dari seluruh wilayah yang ada di DKI Jakarta dengan tujuan yang sama untuk suatu perubahan kepemimpinan politik di Jakarta yaitu memenangkan pasangan Anies – Sandi.

Relawan Roemah Djoeang aktif menggelar beberapa kegiatan dan aksi sosial, serta memanfaatkan media sosial untuk berkampanye. Media sosial yang aktif adalah Facebook, Twitter, dan Instagram. Dengan media sosial, relawan dapat ikut berkomunikasi

dengan potensi pemilih dan berdialog sehingga memunculkan diskusi politik yang ‘hidup’ (Hong & Nadler, 2011). Karena lewat media sosial, seseorang dapat terpengaruh dengan pilihan politiknya, dari sikap, kepercayaan, sampai perilaku terhadap kandidat politik tertentu. (Victor et al., 2017). Media sosial juga digunakan untuk berkomunikasi dan berbagi informasi, serta menjadi ajang promosi dan pemberitaan (Nurullita & Prasetywati, 2019) . Penyebaran informasi di media sosial bisa terjadi dengan sangat cepat karena seseorang dapat memanfaatkan fitur pada *platform* media sosial untuk menyebarkan konten terkait dengan calon kandidat. Akun media sosial yang saling berjejaring pada akhirnya dapat menyebarkan kembali konten yang diterimanya (Rohmah & Ernungtyas, 2019).

Selain aktif di media sosial pada masa kampanye, mendekati Pilkada, para relawan menjaga suara di setiap TPS dengan mendaftarkan diri menjadi relawan saksi TPS di dekat area pencoblosannya. Setiap relawan yang menjadi saksi di TPS dapat berkomunikasi langsung lewat aplikasi chatting WhatsApp, yang dikoordinasi oleh asisten di Roemah Djoeang. Per Februari 2017, jumlah relawan mencapai 151 ribu orang. Masing-masing TPS memiliki target suara yang berbeda.

Dari latar belakang di atas, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan strategi komunikasi politik yang dilakukan relawan Roemah Djoeang dalam pemenangan pasangan Anies-Sandi di Pemilihan Gubernur DKI Jakarta tahun 2017.

## METODE

Penelitian menggunakan metode kualitatif, yaitu penelitian yang mengamati dan memahami suatu fenomena (baik aktivitas, tindakan, keputusan, kepercayaan, nilai, dll) dan kemudian menafsirkan realitas sosial yang ada dalam fenomena tersebut (Ritchie & Lewis, 2003). Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara mendalam (*in depth interview*), dimana pertanyaan yang digunakan untuk memandu wawancara adalah *semi-structured*. Sebagian besar pertanyaan dalam wawancara mendalam bersifat terbuka, ini memungkinkan informan untuk memutuskan apakah mereka ingin memberikan jawaban yang pendek atau panjang (Brounéus, 2011).

Selain wawancara, peneliti melakukan juga observasi pada relawan Roemah Djoeng saat menggelar kegiatan secara langsung. Kriteria informan yang dipilih dalam penelitian ini adalah pria / wanita, bergabung sebagai relawan Roemah Djoeng saat pertama kali terbentuk yaitu tahun 2016, mengikuti serangkaian kegiatan Roemah Djoeng. Dengan ditentukannya kriteria tersebut, maka didapatkan beberapa informan diantaranya: 1) Informan 1 inisial TR, Sekretaris Jendral Roemah Djoeng, 2) Informan 2 inisial JWH, Koordinator wilayah Jakarta Pusat Roemah Djoeng, 3) Informan 3 inisial SW, Tenaga Ahli Fraksi Gerindra MPR RI sekaligus relawan Roemah Djoeng.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada hasil dan pembahasan ini, peneliti menggunakan tiga informan sebagai perwakilan dari relawan Roemah Djoeng dalam pengumpulan data dan informasi. Dimana penelitian ini dilakukan guna mengetahui kegiatan relawan Roemah Djoeng dalam strategi pemenangan Pilkada DKI Jakarta 2017. Pembahasan ini dibagi menjadi enam sub konsep yaitu, pengetahuan tentang Roemah Djoeng, pelaksanaan kegiatan relawan, saluran komunikasi, dan temuan lain. Berikut hasil yang didapatkan dari wawancara ketiga informan.

### 1. Pengetahuan tentang relawan Roemah Djoeng

Dari hasil wawancara, peneliti melihat bahwa Roemah Djoeng merupakan tempat bagi Relawan Anies-Sandi dalam pemenangan Pilgub DKI Jakarta 2017. Dari mulai diiniasi oleh fraksi Parta Gerindra, sampai perekrutan banyak relawan untuk memastikan terpilihnya kandidat di Pilgub DKI 2017. Roemah Djoeng awalnya dibentuk oleh tim Fraksi Partai Gerindra, yaitu partai yang mengusung Sandiaga sebagai calon wakil gubernur DKI Jakarta. Namun, selanjutnya siapapun dapat menjadi relawan dengan mendaftarkan diri.

Tujuan utama dibangunnya Roemah Djoeng adalah untuk meningkatkan partisipasi publik dalam memilih pasangan Anies-Sandi. Seperti pengertian relawan pada umumnya, relawan merupakan gabungan dari individu yang terlibat secara sukarela untuk mengekspresikan identitas sosial mereka serta berkontribusi dalam kegiatan politik. Terlihat dari wawancara, informan menyatakan bahwa relawan bekerja secara sukarela, dimana mereka harus siap

mengorbankan waktu dan tenaga untuk pemenangan kandidat Anies-Sandi dalam Pilgub DKI 2017 sesuai kemampuan mereka.

### **Kegiatan Roemah Djoeang Secara Umum**

Pada suatu komunitas, akan ada kegiatan yang direncanakan untuk mencapai target-target dalam komunitas itu sendiri. Relawan Roemah Djoeang melakukan kegiatan dengan menetapkan target untuk memilih pasangan. Sebelum memulai kegiatan untuk strategi pemenangan pemilihan gubernur, tahap pertama yang penting adalah perekrutan relawan, karena jika relawan tidak bekerja secara optimal, maka strategi yang dibangun untuk pemenangan tidak akan berjalan dengan baik. Saat ditanya mengenai bagaimana rekrutmen relawan, informan menyatakan bahwa Roemah Djoeang ternyata tidak asal membuka rekrutmen, setelah membuka rekrutmen, relawan diharapkan untuk mengikuti pertemuan serta beberapa kali melakukan *training* untuk efektivitas kampanye yang nanti akan dilakukan menjelang pemilihan Gubernur.

*“..Kita share, kita sebarkan form pendaftaran. Awalnya google form, waktu itu kita belum punya aplikasi. Jadi waktu itu kita gunakan google form yg sangat sederhana, jadi kalau kita klik google form itu, nanti akan muncul formulir pendaftaran, nama, alamat, segala macam.”* (Informan 1, 2018).

Dalam rekrutmen relawan, Roemah Djoeang memanfaatkan media sosial sebagai *platform* untuk menyebarkan *form* pengisian keikutsertaan relawan, dari mulai Facebook,

WhatsApp, Instagram, dan Twitter. Relawan juga membentuk RoemahDjoeang.com sebagai Website, gunanya adalah untuk memberikan informasi sekaligus rekrutmen relawan dilakukan terintegrasi lewat Website tersebut. Setelah relawan di rekrut, terdapat beberapa *training* yang dilakukan guna merekrut relawan lainnya. Relawan dapat melakukan pertemuan langsung pada sekretariat Roemah Djoeang, serta memanfaatkan media sosial Youtube, dimana pengarahannya tersebut dapat ditonton melalui video yang diunggah secara langsung oleh tim Roemah Djoeang.

*“Iya betul. Isi training nya ini detail tentang bagaimana cara merekrut relawan lainnya, itu kita share di youtube kalo mau cek teknis pengarahannya itu. Panglima yang langsung memberikan pengarahannya. Pengarahannya itu isinya tentang bagaimana cara merekrut relawan lainnya untuk mendukung Anies Sandi. Bagaimana cara membentuk korte, bagaimana cara levelisasi relawan. Hanya itu, tidak bertele-tele. Jadi tidak terlalu berbasa basi karena panglima kita selalu materi- materi berkualitas yang diberikan, kita tidak membahas yang lain- lainnya ya.”* (Informan 1, 2018)

### **Strategi Pemenangan Pilgub DKI**

Setelah melalui proses rekrutmen relawan, selanjutnya dilakukan strategi pemenangan, karena agenda utama relawan adalah memenangkan pasangan Anies-Sandi sebagai gubernur dan wakil gubernur DKI Jakarta tahun 2017. Oleh karena itu, dibutuhkan strategi yang efektif untuk dapat memenangkan pesta demokrasi tersebut. Kegiatan yang dilakukan oleh relawan antara lain kegiatan secara langsung

(*offline*) dan *online* memanfaatkan media sosial. Sebelum melakukan kampanye lewat media sosial, relawan harus menetapkan target yang diinginkan untuk pemenangan pesta demokrasi ini. Dengan perhitungan angka, relawan menetapkan bahwa akan ada dua putaran, dan untuk masuk pada putaran kedua, relawan menargetkan meraih minimal sepertiga dari suara sah. Dengan membentuk tim pada beberapa RT sebagai zona penggalangan suara, relawan harus memastikan jumlah KK pemilih pasangan Anies-Sandi pada pilgub tahun 2017.

Dalam melakukan komunikasi politik, relawan Roemah Djoeng menggunakan tiga saluran komunikasi yaitu komunikasi organisasi, karena adanya saluran untuk “pembicaraan organisasi”, dimana percakapan dilakukan untuk melaksanakan pekerjaan, sehingga menciptakan keharmonisan antar keanggotaan. Lewat saluran ini para relawan saling berkomunikasi dengan pertemuan langsung maupun lewat suatu grup yang dibangun di *platform chat* WhatsApp sehingga memungkinkan informasi yang didapatkan dan strategi yang telah dibangun dapat mencapai kesetaraan makna antara pengirim dan penerima pesan. Karena proses dalam komunikasi organisasi terutama internal memiliki tiga aspek, dimana seseorang harus memiliki informasi sebagai dasar pengambilan keputusan, kedua putusan dikerahkan sehingga anggota organisasi dapat mengimplementasikan, dan percakapan sehari-hari dalam melaksanakan pekerjaan, sehingga nantinya komunikasi eksternal yang dibangun efektif dan memberikan pemahaman pada

khalayak luas mengapa harus memilih pasangan Anies-Sandi pada Pilgub DKI 2017.

Relawan Roemah Djoeng juga memanfaatkan saluran komunikasi massa dimana komunikasi massa digunakan untuk mempengaruhi khalayak dalam memilih pasangan Anies-Sandi di pemilihan gubernur DKI Jakarta. Hal ini dilihat dari adanya hasil wawancara dengan beberapa relawan Roemah Djoeng di media elektronik seperti televisi, dan beberapa *platform* berita di media *online*.

Selain kedua saluran komunikasi tersebut, dengan perkembangan teknologi dan internet, relawan Roemah Djoeng juga memanfaatkan situs jejaring sosial sebagai saluran yang menunjang kegiatan pemenangan Anies-Sandi di Pilgub DKI 2017. Dengan media sosial khususnya Facebook dan Twitter, relawan membagikan informasi, fakta, visi misi, serta alasan-alasan mengapa harus memilih pasangan Anies-Sandi, misalnya dengan menjelaskan pentingnya perubahan, pentingnya kota Jakarta direbut kembali.

*“..kita menjelaskan tentang pentingnya perubahan, pentingnya kota Jakarta di rebut kembali karena pada umumnya kami melihat Gedung pencakar langit hanya untuk orang-orang kaya saja sepertinya yang bisa tinggal bisa hidup mencari rejeki di Jakarta. Meskipun tingkat kemiskinan berkurang terus tetapi rumahnya juga bisa kita lihat di Jakarta utara, Jakarta barat, matahari bahkan tidak masuk untuk bersinar, duh parah..”* (Informan 1, 2018).

### **Temuan Lain**

Dalam melakukan wawancara dengan tiga informan, peneliti mendapatkan informasi-informasi lain namun tetap dalam *track* penelitian

mengenai relawan Roemah Djoeng dalam pilgub DKI Jakarta 2017 ini. Salah satu temuan lain adalah, strategi komunikasi yang politik yang dilakukan oleh relawan Roemah Djoeng tidak hanya sebatas menfaatkan saluran-saluran komunikasi saat kampanye / pada saat menjelang pemilihan. Namun, dalam praktiknya *bonding* relawan banyak dilakukan guna membangun keakraban sesama relawan sehingga kinerja yang dihasilkan maksimal. Misalnya, mengadakan rapat reboan, yaitu rapat yang memberikan tempat bagi para relawan untuk dapat memberi masukan dan ide, serta kegiatan-kegiatan seperti nonton bareng (nobar), ngopi, serta “kegiatan kekiknian” lainnya.

Selain itu, relawan Roemah Djoeng juga melakukan pengawalan suara pada saat pemilihan berlangsung, hal ini dilakukan untuk mencegah praktik kecurangan. Masing-masing relawan ditugaskan pada beberapa TPS yang tersebar di Jakarta, relawan tetap memanfaatkan WhatsApp Group untuk berkomunikasi dengan relawan lainnya, sehingga jika ada laporan atau sekedar memberikan informasi dapat dilakukan pada *platform chat* tersebut.

## KESIMPULAN

Kesimpulan memuat temuan hasil dari penelitian yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa relawan Roemah Djoeng memanfaatkan komunikasi organisasi, komunikasi massa, serta media sosial dalam strategi komunikasi politik guna menjadikan pasangan Anies-Sandi pemenang dalam

Pemilihan Gubernur DKI Jakarta tahun 2017. Komunikasi organisasi digunakan untuk melakukan komunikasi internal antar relawan, komunikasi massa digunakan sebagai saluran informasi khlayak luas mengenai kandidat pasangan Anies-Sandi, serta media sosial dimanfaatkan untuk berkomunikasi dengan calon pemilih dan khalayak luas. Temuan lain seperti adanya pertemuan serta *training* yang dilakukan untuk membangun *bonding* atau keakraban relawan, sehingga kinerja yang dihasilkan maksimal dan pengawalan suara pada hari H pemilihan gubernur juga menjadi faktor penting yang membuat pasangan Anies-Sandi meraih kemenangan. Hal ini menunjukkan bahwa relawan memiliki peran penting dalam strategi komunikasi politik pemenangan pemilihan gubernur DKI Jakarta 2017.

Secara teoritis, penelitian dapat merekomendasikan adanya konsep komunikasi politik berbasis relawan sebagai salah satu strategi untuk mencapai kemenangan dalam pesta demokrasi khususnya pemilihan kepala daerah (Pilkada) atau Pemilihan Gubernur (Pilgub).

## DAFTAR PUSTAKA

- Alfani, H. (2015). Political Communication Channel and The Phenomenon of Political Communicators in Indonesia. *Communication Sphere*, 1(1), 33–41.
- Brounéus, K. (2011). In-Depth interviewing: The process, skill and ethics of interviews in peace research. *Understanding Peace Research: Methods and Challenges*, May, 130–145.  
<https://doi.org/10.4324/9780203828557>
- FSM, N. (2018). Komunikasi Politik Anggota Legislatif Perempuan di Kota Majalengka. *Inter Komunika : Jurnal Komunikasi*, 3(1), 14–29.
- Hong, S., & Nadler, D. (2011). Does the early bird move the polls? The use of the social

- media tool “Twitter” by U.S. politicians and its impact on public opinion. *ACM International Conference Proceeding Series*, 182–186.  
<https://doi.org/10.1145/2037556.2037583>
- Lees-Marshment, J., & Pettitt, R. T. (2014). Mobilising volunteer activists in political parties: The view from central office. *Contemporary Politics*, 20(2), 246–260.  
<https://doi.org/10.1080/13569775.2014.907991>
- Nurullita, V., & Prasetywati, H. (2019). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL TWITTER @ METROTV TODAY DALAM MEMBANGUN ENGAGEMENT DENGAN PEMIRSA PROGRAM “ PRIME TALK ” DI METRO TV. *Inter Community: Journal of Communication Empowerment*, 1(1).
- Rahayu, Y. A. (2017). *Sah! KPU DKI tetapkan Anies-Sandi menang Pilgub DKI 2017*.
- Ritchie, J., & Lewis, J. (2003). *QUALITATIVE RESEARCH PRACTICE A Guide for Social Science Students and Researchers*. Sage Publications.
- Rohmah, M., & Ernungtyas, N. F. (2019). Branding Buzzer : Implementasi dan Implikasi pada Hubungan Masyarakat Pemerintahan. *Inter Komunika : Jurnal Komunikasi*, 4(2), 135–148.
- Sulaeman, A. (2017). Demokrasi, Partai Politik Dan Pemilihan Kepala Daerah. *CosmoGov*, 1(1), 12.  
<https://doi.org/10.24198/cosmogov.v1i1.11857>
- Victor, O., Ikechukwu, U., Gerald, N., & Chinedum, O. (2017). Effects Of The Social Media In The Marketing Of Political Candidates In Nigeria. *British Journal of Marketing Studies*, 5(6), 15–32.

