



Peran Komunikasi Politik dalam Menarik Pemilih Pemula pada Pemilihan Presiden 2024 di Kabupaten Bandung

Iqbal Syaefulloh¹ Indriyati Kamil²

Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Langlangbuana ^{1,2}

Jl. Karapitan No.116, Cikawao, Kec. Lengkong, Kota Bandung, Jawa Barat 40261

e-mail: Iqbalsyaefulloh27@gmail.com

ABSTRAK

Pemilihan Presiden 2024 di Indonesia merupakan momen penting yang akan menentukan arah kepemimpinan negara untuk lima tahun ke depan. Di Kabupaten Bandung, pemilih pemula menjadi segmen yang sangat strategis dalam menentukan hasil pemilu. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran komunikasi politik dalam menarik minat pemilih pemula di Kabupaten Bandung. Metodologi yang digunakan adalah kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam. Responden dipilih berdasarkan kriteria usia (17-21 tahun) dan status sebagai pemilih pertama kali sebanyak 43 orang dengan kriteria tinggal di Kabupaten Bandung dibuktikan dengan Kartu Tanda Pengenal (KTP). Semua responden tinggal di Kabupaten Bandung yang tersebar dari 30 Kecamatan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang efektif, termasuk penggunaan media sosial, keterlibatan dalam kegiatan komunitas, dan penyampaian pesan yang relevan, memiliki dampak signifikan terhadap keputusan pemilih pemula. **Kata Kunci:** Komunikasi politik, pemilih pemula, pemilihan presiden 2024

ABSTRACT

The 2024 Presidential Election in Indonesia is an important moment that will determine the direction of the country's leadership for the next five years. In Bandung Regency, first-time voters are a very strategic segment in determining election results. This research aims to analyze the role of political communication in attracting the interest of novice voters in Bandung Regency. The methodology used is qualitative with data collection techniques through in-depth interviews. Respondents were selected based on age criteria (17-21 years) and status as first-time voters as many as 43 people with the criteria of living in Bandung Regency as proven by an Identification Card (KTP). All respondents live in Bandung Regency spread across 30 sub-districts. The research results show that effective communication strategies, including the use of social media, involvement in community activities, and conveying relevant messages, have a significant impact on the decisions of first-time voters.

Keywords: Political communication, first-time voters, 2024 presidential election.

PENDAHULUAN

Pemilihan umum di Indonesia selalu menjadi momen yang krusial, terutama dengan semakin banyaknya pemilih pemula yang berpartisipasi. Pemilih pemula, yang terdiri dari individu-individu yang baru pertama kali memiliki hak pilih, sering kali menjadi target utama kampanye politik karena jumlah mereka yang signifikan dan potensi pengaruhnya terhadap hasil pemilu. Di Kabupaten Bandung, peran komunikasi politik dalam menarik minat dan memengaruhi keputusan pemilih pemula menjadi semakin penting.

Komunikasi politik adalah upaya yang dilakukan oleh kandidat, partai politik, dan tim kampanye untuk menyampaikan pesan-pesan politik kepada publik dengan tujuan membangun citra positif dan memperoleh dukungan. Menurut McNair (2011), komunikasi politik melibatkan produksi, penyebaran, dan pertukaran informasi politik di antara



pemilih, media, dan aktor politik . Dalam konteks pemilihan umum, komunikasi politik menjadi instrumen penting untuk mengarahkan opini publik dan mempengaruhi perilaku pemilih.

Kabupaten Bandung, sebagai salah satu daerah dengan populasi pemilih muda yang signifikan, menjadi fokus penelitian ini. Pemilih pemula di Kabupaten Bandung, yang terdiri dari generasi milenial dan Gen Z, cenderung lebih aktif di media sosial dan memiliki pola konsumsi informasi yang berbeda dibandingkan generasi sebelumnya. Mereka lebih tertarik pada konten visual dan interaktif serta cenderung mencari informasi dari berbagai sumber digital. Hal ini sejalan dengan temuan penelitian yang menunjukkan bahwa media sosial memainkan peran penting dalam membentuk persepsi dan keputusan politik pemilih muda (Loader, Vromen, & Xenos, 2014).

Pemilih pemula memainkan peran krusial dalam Pemilu 2024. Pemilih pemula juga memberikan harapan demokrasi kita di masa depan, karena mereka membawa perspektif segar dan ide-ide baru yang dapat memperkaya proses demokrasi. Dengan partisipasi aktif mereka, ada potensi untuk memajukan reformasi, meningkatkan kualitas kebijakan, dan mengatasi tantangan-tantangan baru yang dihadapi masyarakat. Keterlibatan mereka dalam pemilu bukan hanya menentukan hasil pilihan saat ini, tetapi juga membentuk arah politik dan sosial di masa depan. Melalui pendidikan politik dan dukungan yang tepat, pemilih pemula dapat menjadi kekuatan pendorong untuk perubahan positif dan memperkuat fondasi demokrasi yang lebih inklusif dan responsif.

Komunikasi politik yang dilakukan kepada pemilih pemula sekarang, yang merupakan bagian dari generasi Z, harus sangat kreatif dan menarik perhatian. Generasi Z dikenal dengan kecenderungan mereka untuk terhubung dengan konten yang visual, interaktif, dan autentik. Oleh karena itu, strategi komunikasi politik perlu memanfaatkan platform media sosial, teknologi digital, dan format konten yang inovatif seperti video pendek, meme, dan infografis. Kampanye politik juga harus berfokus pada isu-isu yang relevan dan mendesak bagi mereka, serta mengadopsi pendekatan yang berbasis pada partisipasi aktif dan dialog terbuka. Dengan cara ini, pesan politik dapat lebih efektif dalam menjangkau dan melibatkan pemilih pemula, serta memotivasi mereka untuk berpartisipasi secara aktif dalam proses demokrasi. Media sosial memainkan peran sentral dalam komunikasi politik modern, terutama dalam menjangkau pemilih pemula yang seringkali aktif di platform-platform digital. Menurut Kreiss dan McGregor (2018), media sosial memungkinkan kampanye politik untuk menyebarkan pesan secara luas dan langsung ke pemilih, menjadikannya alat yang sangat efektif untuk meraih dukungan dari generasi muda. Konten visual seperti video pendek, infografis, dan meme sangat penting untuk menarik perhatian pemilih pemula. Gordon (2017) menjelaskan bahwa konten visual yang menarik lebih efektif dalam menyampaikan pesan politik dan menarik minat pemilih dibandingkan dengan teks yang panjang.

Menurut Boulianne (2015), isu-isu yang relevan bagi generasi muda seperti perubahan iklim, pendidikan, dan keadilan sosial harus menjadi pusat dari strategi komunikasi politik. Isu-isu ini seringkali menjadi prioritas utama bagi pemilih pemula dan dapat meningkatkan keterlibatan mereka. Mendelsohn (2017) menekankan bahwa pendekatan yang melibatkan dialog terbuka dan partisipasi aktif dapat meningkatkan keterlibatan pemilih pemula. Pendekatan ini memungkinkan pemilih merasa memiliki suara dalam proses politik, yang dapat meningkatkan dukungan mereka terhadap



kampanye. Papageorgiou (2019) berpendapat bahwa pemilih pemula lebih responsif terhadap pesan politik yang terasa otentik dan relevan dengan pengalaman mereka. Keaslian dalam komunikasi dapat membangun kepercayaan dan kredibilitas yang penting untuk menarik dukungan. Casero-Ripollés (2020) menyatakan bahwa influencer yang memiliki pengaruh di kalangan pemilih pemula dapat membantu memperluas jangkauan pesan politik dan meningkatkan partisipasi. Menggandeng influencer yang relevan dapat meningkatkan efektivitas kampanye politik.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran komunikasi politik dalam menarik pemilih pemula di Kabupaten Bandung pada Pemilihan Presiden 2024. Penelitian ini akan mengeksplorasi bagaimana strategi komunikasi politik, termasuk penggunaan media sosial dan keterlibatan dalam kegiatan komunitas, dapat mempengaruhi minat dan keputusan pemilih pemula. Dengan memahami dinamika komunikasi politik yang efektif, diharapkan kandidat dan tim kampanye dapat merumuskan strategi yang lebih tepat dalam menarik dukungan pemilih pemula. Penelitian ini juga berupaya mengisi celah dalam literatur yang ada dengan memberikan wawasan mengenai praktik komunikasi politik di tingkat lokal. Meskipun terdapat banyak penelitian mengenai komunikasi politik secara umum, studi yang khusus membahas pemilih pemula dalam konteks lokal, seperti di Kabupaten Bandung, masih terbatas. Oleh karena itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan teori dan praktik komunikasi politik di Indonesia. Penelitian ini berfokus pada analisis strategi komunikasi politik yang digunakan oleh kandidat dan tim kampanye mereka dalam menarik perhatian pemilih pemula di Kabupaten Bandung. Penelitian ini juga akan mengeksplorasi efektivitas berbagai media komunikasi, termasuk media sosial, dalam menjangkau dan memengaruhi kelompok pemilih ini.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode wawancara mendalam untuk memahami peran komunikasi politik dalam menarik pemilih pemula pada Pemilihan Presiden 2024 di Kabupaten Bandung. Pendekatan kualitatif dipilih karena memungkinkan peneliti untuk menggali lebih dalam persepsi, pengalaman, dan pandangan pemilih pemula serta mendapatkan wawasan yang lebih kaya dan kontekstual mengenai strategi komunikasi politik yang digunakan. Desain penelitian ini adalah studi kasus, yang memungkinkan fokus mendalam pada satu lokasi spesifik, yaitu Kabupaten Bandung. Studi kasus memberikan pemahaman yang komprehensif tentang fenomena yang diteliti dalam konteks nyata (Yin, 2014). Jumlah responden 43 orang dengan kriteria tinggal di Kabupaten Bandung dibuktikan dengan Kartu Tanda Pengenal (KTP) dan baru pertama kali mengikuti pemilihan umum presiden ditahun 2024. Semua responden tinggal di Kabupaten Bandung yang tersebar dari 30 Kecamatan.

Responden dalam penelitian ini adalah pemilih pemula di Kabupaten Bandung yang akan memberikan hak suaranya untuk pertama kali pada Pemilihan Presiden 2024. Pemilih pemula dipilih berdasarkan kriteria usia (17-21 tahun) dan status sebagai pemilih pertama kali. Metode purposive sampling digunakan untuk memastikan Responden memiliki karakteristik yang sesuai dengan fokus penelitian (Palinkas et al., 2015). Teknik pengumpulan data utama dalam penelitian ini adalah wawancara mendalam. Wawancara mendalam dipilih karena memungkinkan eksplorasi pandangan, pengalaman, dan



pemahaman Responden secara detail (Boyce & Neale, 2006). Panduan wawancara disusun untuk memastikan semua aspek penting terkait komunikasi politik dan pengalaman pemilih pemula tercakup. Panduan ini mencakup pertanyaan-pertanyaan tentang persepsi terhadap kandidat, sumber informasi politik, pengalaman media sosial dalam kampanye politik, dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pemilihan. Wawancara dilakukan secara tatap muka atau melalui platform daring sesuai dengan kenyamanan Responden. Setiap wawancara berdurasi sekitar 60-90 menit dan direkam dengan persetujuan Responden untuk tujuan transkripsi dan analisis lebih lanjut (Rubin & Rubin, 2012). Data wawancara ditranskripsikan verbatim dan diverifikasi dengan Responden untuk memastikan akurasi dan kejelasan (Braun & Clarke, 2006).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini mengumpulkan data dari wawancara mendalam dengan responden yang merupakan pemilih pemula di Kabupaten Bandung. Hasil wawancara menunjukkan berbagai pandangan dan alasan pemilih dalam mendukung kandidat presiden tertentu pada Pemilihan Presiden 2024.

Dari wawancara tersebut, tiga responden menyatakan sangat antusias menyambut pemilu presiden 2024 dengan beragam pilihan pasangan calon (paslon). Mayoritas dari mereka mempertimbangkan paslon 02. Alasan utama mereka termasuk kesadaran akan dampak memilih kandidat tertentu, pengalaman dan latar belakang militer, serta visi misi yang menarik. Beberapa juga menyebutkan latar belakang sebagai menteri pertahanan dan pengusaha sebagai modal kuat untuk menjadi presiden. Semua responden memilih berdasarkan keinginan sendiri tanpa intervensi dari pihak lain. Sumber informasi utama mereka adalah media sosial seperti Instagram dan TikTok, serta menonton debat calon presiden dan wakil presiden (capres dan cawapres) dan mengikuti berita terkait paslon yang didukung.

Delapan responden lainnya menunjukkan ketertarikan pada politik, dengan mayoritas mendukung paslon 02. Alasan utama termasuk latar belakang militer, sikap tegas dan patriotik, kampanye yang positif, serta visi misi yang menarik. Mereka juga terkesan dengan calon wakil presiden yang muda dan kampanye yang inovatif. Beberapa memilih paslon 01 karena pengalaman sebagai kepala daerah dan pendekatan agama yang kuat. Sementara itu, ada juga yang memilih paslon 03 karena gagasan yang membuka pikiran dan pengalaman sebagai kepala daerah. Semua responden menggunakan media sosial sebagai referensi utama untuk informasi pemilu. Enam responden lainnya menunjukkan kepedulian pada pilihan politik mereka. Mayoritas mendukung paslon 02 dengan alasan popularitas tinggi, latar belakang militer, dan kampanye yang menarik. Beberapa juga menyebutkan pengaruh teman dan keluarga sebagai faktor penentu. Semua responden menggunakan media sosial sebagai sumber utama informasi pemilu, dengan beberapa menonton debat capres dan cawapres di televisi.

Sebanyak 17 responden mengaku mengikuti perkembangan politik nasional. Mayoritas memilih paslon 02 dengan alasan latar belakang militer, visi misi yang menarik, dan kampanye yang efektif. Beberapa memilih paslon 01 karena latar belakang akademis dan pengalaman sebagai kepala daerah, sementara yang memilih paslon 03 menyukai pendekatan yang ramah dan pengalaman di pemerintahan. Semua responden menggunakan media sosial dan portal berita digital sebagai sumber informasi utama.



Empat responden menyatakan kurang peduli pada pilihan politiknya, namun mayoritas memilih paslon 02 karena latar belakang militer dan visi misi yang menarik. Ada yang memilih paslon 03 karena intervensi orang tua. Semua menggunakan media sosial sebagai referensi.

Dua responden lainnya tidak terlalu peduli dengan politik. Satu memilih paslon 02 karena latar belakang keluarga militer, sementara yang lain tidak memilih siapapun karena ketidaksetujuan dengan sistem demokrasi. Mereka menggunakan media sosial dan televisi sebagai sumber informasi. Tiga responden terakhir mengaku tidak tertarik pada politik, tetapi mayoritas memilih paslon 02 karena popularitas dan kemungkinan menang yang besar. Mereka juga menggunakan media sosial sebagai sumber utama informasi.

SIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi politik yang efektif, baik melalui media sosial maupun keterlibatan langsung dalam komunitas, memiliki dampak signifikan terhadap keputusan pemilih pemula di Kabupaten Bandung. Strategi komunikasi yang personal dan relevan dengan kehidupan sehari-hari pemilih pemula terbukti lebih efektif dalam menarik minat dan dukungan mereka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemilih pemula di Kabupaten Bandung lebih tertarik pada kampanye yang bersifat personal dan relevan dengan kehidupan sehari-hari mereka. Penggunaan media sosial, terutama Instagram, TikTok, dan YouTube, terbukti sangat efektif dalam menjangkau pemilih pemula. Pesan-pesan yang disampaikan melalui media ini cenderung lebih mudah diakses dan dipahami oleh pemilih pemula.

Semua pemilih pemula menjadikan media sosial sebagai referensi utama dalam mencari informasi terkait dunia politik, khususnya paslon yang mereka pilih. Platform seperti Instagram, TikTok, dan Twitter atau X menjadi sumber utama mereka untuk mendapatkan berita terbaru, mengikuti kampanye, dan melihat debat serta opini dari berbagai sumber. Penggunaan media sosial memberikan mereka akses cepat dan mudah ke informasi yang beragam, namun juga membuat mereka rentan terhadap disinformasi dan bias. Oleh karena itu, penting bagi pemilih pemula untuk diajarkan cara memilah informasi yang akurat dan objektif, agar dapat membuat keputusan politik yang lebih terinformasi dan bertanggung jawab.

Pemilih pemula sangat mudah dipengaruhi oleh orang-orang di sekitar mereka seperti keluarga, teman, bahkan pasangan mereka. Hal ini menunjukkan bahwa mereka belum memiliki sikap yang mantap terhadap pilihan politiknya. Faktor-faktor eksternal ini memainkan peran signifikan dalam membentuk preferensi politik mereka, sering kali lebih kuat daripada informasi yang mereka peroleh sendiri. Kurangnya pengalaman dalam mengikuti proses pemilihan umum juga menyebabkan mereka lebih rentan terhadap pengaruh-pengaruh tersebut. Akibatnya, keputusan politik mereka mungkin tidak sepenuhnya mencerminkan pandangan atau nilai-nilai pribadi mereka, melainkan dipengaruhi oleh pandangan dan nilai-nilai orang lain. Untuk mengatasi hal ini, diperlukan upaya edukasi politik yang lebih intensif dan mendalam, agar pemilih pemula dapat mengembangkan sikap politik yang lebih independen dan berbasis pada pengetahuan serta pemahaman yang lebih baik tentang isu-isu politik dan calon yang bersaing.

Selain itu, keterlibatan kandidat dalam kegiatan komunitas lokal juga memainkan peran penting dalam membangun hubungan dengan pemilih pemula. Kandidat yang aktif

At Tawasul: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam



[Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/)

terlibat dalam kegiatan sosial dan menunjukkan kepedulian terhadap isu-isu lokal lebih cenderung mendapatkan dukungan dari pemilih pemula.

DAFTAR PUSTAKA

- Boulianne, S. (2015). Social Media Use and Participation: A Meta-Analysis of Current Research. *Information, Communication & Society*, 18(5), 524-538.
- Boyce, C., & Neale, P. (2006). *Conducting In-depth Interviews: A Guide for Designing and Conducting In-Depth Interviews for Evaluation Input*. Pathfinder International.
- Casero-Ripollés, A. (2020). *Political Communication and Social Media: Influencers and the New Age of Politics*. Springer.
- Gordon, B. (2017). *The Role of Visual Content in Political Communication*. Routledge.
- Kreiss, D., & McGregor, S. C. (2018). *Digital Media and the Politics of Disruption*. Oxford University Press.
- Loader, B. D., Vromen, A., & Xenos, M. A. (2014). The networked young citizen: Social media, political participation and civic engagement. *Information, Communication & Society*, 17(2), 143-150.
- McNair, B. (2011). *An Introduction to Political Communication*. Routledge.
- Mendelsohn, M. (2017). *The Participatory Turn: Engaging Young Voters through Dialogue*. Cambridge University Press.
- Palinkas, L. A., Horwitz, S. M., Green, C. A., Wisdom, J. P., Duan, N., & Hoagwood, K. (2015). Purposeful Sampling for Qualitative Data Collection and Analysis in Mixed Method Implementation Research. *Administration and Policy in Mental Health and Mental Health Services Research*, 42(5), 533-544.
- Papageorgiou, A. (2019). *Authenticity in Political Communication: Connecting with Young Voters*. Palgrave Macmillan.
- Rubin, H. J., & Rubin, I. S. (2012). *Qualitative Interviewing: The Art of Hearing Data*. Sage Publications.
- Yin, R. K. (2014). *Case Study Research: Design and Methods*. Sage Publications.

