



PENGARUH STRATEGI PUBLISITAS POLITIK TERHADAP PREFERENSI PEMILIH DALAM PEMILIHAN KEPALA DAERAH JAWA BARAT

Beliana Tiawati¹

Gun Gun Heryanto²

Universitas Paramadina, Indonesia^{1/2}

beliana.tiawati@paramadina.ac.id

ABSTRAK

Publisitas politik memainkan peran krusial dalam proses politik, terutama selama masa kampanye Pilkada. Di era digital dan keterbukaan informasi, penggunaan media secara efektif oleh calon kepala daerah menjadi kunci dalam membangun citra dan mempengaruhi persepsi pemilih. Jawa Barat, sebagai salah satu provinsi terbesar dan terpadat di Indonesia, selalu menjadi sorotan dalam Pilkada karena pengaruh media dan publisitas terhadap hasil pemilu. Provinsi ini memiliki potensi luar biasa dengan keanekaragaman wilayah, mulai dari kota-kota besar hingga desa dan pesisir yang kaya sumber daya alam. Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) Jawa Barat 2024 merupakan salah satu ajang politik yang sangat penting, mengingat posisi strategis provinsi ini sebagai salah satu wilayah dengan jumlah penduduk terbesar dan ekonomi terbesar di Indonesia setelah DKI Jakarta. Pilkada kali ini diharapkan dapat menghasilkan pemimpin yang mampu mengatasi berbagai tantangan besar yang dihadapi oleh Jawa Barat, seperti ketimpangan pembangunan antar wilayah, kemacetan, pengelolaan sumber daya alam yang berkelanjutan, serta penanggulangan masalah sosial-ekonomi yang masih ada, termasuk kemiskinan dan pengangguran. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dinamika politik yang terjadi dalam Pilkada Jawa Barat 2024, dengan fokus pada faktor-faktor yang memengaruhi pilihan pemilih dan bagaimana strategi kampanye para calon gubernur dalam menghadapi isu-isu utama. Faktor-faktor seperti popularitas calon, dukungan partai politik, kampanye melalui media sosial, dan pengalaman calon dalam pemerintahan menjadi elemen penting yang berpotensi menentukan arah Pilkada ini. Selain itu, isu-isu sosial, ekonomi, dan kebijakan publik juga akan memainkan peranan besar dalam membentuk persepsi pemilih.

Kata Kunci: Media Massa, Perilaku Pemilih, Pilkada Jabar 2024, Publisitas Politik

ABSTRACT

Political publicity plays a crucial role in the political process, especially during the Pilkada campaign. In the digital era and openness of information, effective use of media by regional head candidates is key in building an image and influencing voter perceptions. West Java, as one of the largest and most populous provinces in Indonesia, is always in the spotlight in regional elections because of the influence of the media and publicity on election results. This province has extraordinary potential with regional diversity, ranging from big cities to villages and coasts that are rich in natural resources. The 2024 West Java Regional Head Election (Pilkada) is a very important political event, considering the strategic position of this province as one of the regions with the largest population and largest economy in Indonesia after DKI Jakarta. It is hoped that this regional election will produce leaders who are able to overcome the various major challenges facing West Java, such as development disparities between regions, traffic jams, sustainable management of natural resources, as well as overcoming existing socio-economic problems, including poverty and poverty. This research aims to analyze the political dynamics occurring in the 2024 West Java Regional Election, with a focus on the factors that influence voter choices and the campaign strategies of gubernatorial candidates in dealing with key issues. Factors such as candidate popularity, political party support, campaigns via social media, and government candidates' experience in government are important elements that have the potential to determine the direction of this regional election. In addition, social, economic and public policy issues will also play a large role in shaping voter perceptions.

Keywords: Mass Media, Voter Behavior, 2024 West Java Regional Election, Political Publicity



PENDAHULUAN

Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) di Indonesia merupakan bagian integral dari sistem demokrasi yang memberikan kesempatan bagi masyarakat untuk menentukan pemimpin daerahnya secara langsung. Pilkada Jawa Barat 2024 memiliki signifikansi yang besar, mengingat Jawa Barat adalah provinsi dengan jumlah penduduk terbesar di Indonesia (Rahmawati, D., & Nugraha 2024). Dengan tantangan besar dalam aspek ekonomi, sosial, dan infrastruktur, Jawa Barat membutuhkan pemimpin yang mampu menjawab kebutuhan masyarakat dan menghadapi dinamika tantangan tersebut. Dalam Pilkada Jawa Barat 2024, sejumlah kandidat dengan latar belakang yang beragam telah muncul, mewakili berbagai ideologi, visi, dan misi yang berbeda. Kompetisi politik yang ketat ini mencerminkan dinamika yang sehat dalam demokrasi lokal, di mana warga diberi pilihan untuk memilih pemimpin yang dirasa mampu membawa perubahan dan pertumbuhan bagi daerahnya. Kandidat yang berlaga di Pilkada ini tidak hanya berasal dari kalangan politisi, tetapi juga profesional dari berbagai sektor, sehingga dapat menawarkan berbagai perspektif dalam pembangunan.

Tantangan lain yang dihadapi oleh Jawa Barat adalah tingginya tingkat urbanisasi dan kepadatan penduduk, yang memunculkan masalah dalam penataan kota, infrastruktur, serta kebutuhan akan pemerataan ekonomi. Dengan perkembangan teknologi dan digitalisasi, para kandidat juga dihadapkan pada tantangan untuk menjangkau pemilih muda yang melek digital, sehingga kampanye Pilkada tahun ini diperkirakan akan semakin banyak memanfaatkan media sosial dan platform digital untuk menjaring suara generasi muda. Di sisi lain, Pilkada Jawa Barat 2024 merupakan bagian dari desentralisasi yang bertujuan untuk memperkuat otonomi daerah di Indonesia. Hasil dari Pilkada ini diperkirakan tidak hanya akan berdampak pada Jawa Barat, tetapi juga berpotensi memengaruhi stabilitas politik nasional, mengingat Jawa Barat sering menjadi barometer politik untuk wilayah lainnya di Indonesia (Arifin 2019).

Publisitas politik memegang peranan penting dalam proses politik, terutama selama masa kampanye pemilihan kepala daerah (Pilkada). Di era digital dan keterbukaan informasi, para calon kepala daerah harus mampu memanfaatkan media secara efektif untuk membangun citra dan mempengaruhi persepsi pemilih. Jawa Barat, sebagai salah satu provinsi terbesar dan terpadat di Indonesia, selalu menjadi sorotan dalam setiap Pilkada, terutama dalam hal bagaimana media dan publisitas mempengaruhi hasil pemilu. Jawa Barat, sebagai salah satu provinsi terbesar di Indonesia, memiliki potensi luar biasa yang tersebar dari kota-kota besar, desa-desa yang subur, hingga pesisir yang kaya akan sumber daya alam. Setiap wilayah di Jawa Barat menyimpan keunikan dan Kekuatan tersendiri yang, jika dikelola dengan bijaksana, dapat menjadi pilar utama bagi kemajuan provinsi ini dan sekaligus berkontribusi secara signifikan terhadap pembangunan nasional (Entman 1993).

Sebagai sebuah provinsi dengan jumlah penduduk terbesar di Indonesia, Jawa Barat memiliki potensi penyumbang kemajuan Indonesia yang luar biasa. Semua potensi wilayah baik perkotaan, pedesaan dan pesisir di Jawa Barat mengandung kekayaan dan anugerah yang istimewa dari Tuhan Sang Pencipta. Namun untuk mengoptimalkan itu semua, dibutuhkan pengembangan kualitas manusia yang berkelanjutan, pembangunan yang terintegrasi dengan pemerintah pusat secara simultan, pemerataan dan peningkatan kualitas ekonomi, peningkatan kualitas pendidikan masyarakat dan kerjasama serta kolaborasi berbagai elemen masyarakat dalam bersama-sama mewujudkan cita-cita Jawa Barat yang maju (Feldman, S., & Zaller 1992).



METODE PENELITIAN

1. Paradigma Penelitian

Paradigma postpositivisme adalah salah satu pendekatan filsafat ilmu yang digunakan dalam penelitian, yang mengakui bahwa kebenaran objektif sulit untuk dicapai secara absolut. Postpositivisme berkembang sebagai kritik terhadap positivisme klasik, yang menganggap bahwa pengetahuan hanya dapat diperoleh melalui observasi empiris dan pengukuran objektif (Sugiyono 2020). Dalam postpositivisme, pengetahuan dipahami sebagai hasil dari proses ilmiah yang melibatkan keterbatasan manusia dan pengaruh konteks. Menurut (Patton 2002) Purposive sampling adalah teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian kualitatif, di mana peneliti secara sengaja memilih individu atau kelompok yang memiliki karakteristik spesifik yang relevan dengan tujuan penelitian. Peneliti memilih partisipan berdasarkan pertimbangan bahwa mereka dapat memberikan informasi yang paling mendalam dan relevan terhadap fenomena yang diteliti (Surbakti 2001).

(Creswell 2014) mendefinisikan purposive sampling sebagai strategi seleksi dalam penelitian kualitatif di mana peneliti menentukan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang dirancang untuk memberikan wawasan mendalam tentang masalah penelitian. Teknik ini digunakan untuk memastikan bahwa partisipan memiliki pengalaman atau karakteristik yang sesuai dengan fokus penelitian.

2. Wawancara Mendalam

Wawancara digunakan untuk lebih mengetahui mengenai opini public dan persepsi pemilih secara mendalam dari narasumber yang relevan. Menurut (Moleong 2017), wawancara adalah percakapan dengan tujuan tertentu, yang dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (interviewer) yang mengajukan pertanyaan, dan narasumber (interviewee) yang memberikan jawaban atas pertanyaan tersebut. Wawancara bertujuan untuk mengumpulkan informasi secara langsung dari subjek penelitian. Pihak yang diwawancara yaitu Ahmad Mabruri selaku Hubungan Masyarakat Partai Keadilan Sejahtera (PKS) dan masyarakat sekitar yang merupakan mahasiswi Universitas Trisakti Bernama Della Hapsari dan mahasiswi Universitas Bina Nusantara bernama Delia Trully yang tinggal di daerah Jawa Barat.

3. Analisis Dokumen

Menurut (Bowen 2009) Analisis dokumen adalah teknik sistematis untuk meninjau atau mengevaluasi dokumen, baik yang bersifat tercetak maupun elektronik. Dokumen dapat digunakan sebagai sumber data utama atau tambahan, yang berguna untuk memberikan konteks historis, pemahaman, atau informasi tambahan dalam sebuah penelitian.

(Silver 2012) menekankan bahwa "Data adalah alat untuk membuat keputusan yang lebih baik, bukan menggantikan intuisi manusia sepenuhnya." Pendekatannya menunjukkan bahwa analisis data dapat membantu mengidentifikasi tren, pola, dan hubungan yang penting dalam berbagai konteks. Langkah-langkah untuk menganalisis data adalah: Menganalisis data adalah proses yang melibatkan beberapa langkah sistematis untuk mengolah, mengeksplorasi, dan mengekstraksi wawasan dari data. Berikut adalah langkah-langkah umum untuk menganalisis data:

- a) Sumber Data: Identifikasi sumber data yang akan digunakan. Data dapat diperoleh dari berbagai sumber seperti survei, eksperimen, pengamatan, atau data sekunder dari database, internet, atau sistem manajemen data.
- b) Kualifikasi dan Kuantifikasi: Pilih alat yang tepat untuk mengumpulkan data. Ini bisa



melibatkan kuesioner, sensor, perangkat lunak pencatatan, atau pengambilan data otomatis.

- c) Keakuratan dan Kebersihan Data: Pastikan data yang dikumpulkan bersih dari kesalahan (clean data). Bersihkan data yang memiliki nilai yang tidak konsisten atau kosong.
- d) Filtering dan Transformasi: Menghapus data yang tidak relevan atau yang bisa mempengaruhi hasil analisis. Ini termasuk menangani nilai yang hilang, duplikasi, atau outliers.
- e) Normalisasi dan Skala: Ubah data ke dalam bentuk yang konsisten dan bandingkan data yang memiliki skala yang berbeda.
- f) Coding: Menyusun data dalam bentuk yang mudah dianalisis, terutama jika Anda menggunakan teknik analisis berbasis kode atau machine learning

Pastikan untuk mengkomunikasikan temuan dengan jelas dalam laporan atau presentasi.

Validasi: Jika memungkinkan, lakukan validasi terhadap model atau temuan Anda dengan menggunakan data baru atau membandingkan dengan hasil dari teknik analisis lainnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Opini Publik terhadap Media Massa

Menurut (Lippmann 1922) mengidentifikasi peran penting media dalam membentuk opini publik. Ia berpendapat bahwa media sering kali menyederhanakan isu-isu kompleks dan menciptakan gambar yang mempengaruhi bagaimana masyarakat memandang dunia. "Media mempengaruhi opini publik dengan cara mendesain dan menyaring informasi, yang pada gilirannya mempengaruhi bagaimana masyarakat memahami isu-isu," kata Lippmann.

Berdasarkan hasil wawancara terhadap narasumber, peran media sangat penting dalam proses Pilkada Jawa Barat 2024. Dari hasil wawancara kepada Pak Ahmad Mabruri dikatakan : "Di era digital, media sosial menjadi platform utama untuk komunikasi politik. Calon yang aktif dan efektif di media sosial dapat menjangkau pemilih dengan lebih cepat dan langsung. Misalnya, Deddy Mulyadi yang telah membangun basis pengikut yang kuat di platform seperti Instagram, Twitter, dan TikTok, memanfaatkan jaringan ini untuk menyampaikan pesan dan menciptakan citra yang positif." (Ahmad Mabruri, wawancara, 01 Oktober 2024)

Berdasarkan hasil wawancara terhadap narasumber, peran media sangat penting dalam proses Pilkada Jawa Barat 2024. Dari hasil wawancara kepada Delia dikatakan : "Biasanya saya lebih sering mendapatkan informasi lewat media sosial karena lebih mudah diakses dan informasinya sering muncul di timeline saya. Kadang juga dari berita online." (Delia Trully, wawancara, 12 Desember 2024)

B. Hubungan antara Eksposur Media dan Hasil Pilkada

Publisitas di media massa, seperti televisi dan surat kabar, memainkan peran signifikan dalam membentuk persepsi publik terhadap kandidat. Survei menunjukkan bahwa pemilih di Jawa Barat lebih cenderung memilih calon yang sering muncul di media dengan citra positif. Ahmad Syaukhi, misalnya, dikenal sebagai sosok yang inovatif dan visioner, sebagian besar karena liputan media yang intensif. Di sisi lain, media sosial memungkinkan calon untuk terhubung langsung dengan pemilih tanpa perantara media tradisional. Ahmad Syaukhi, yang aktif di media sosial, berhasil menciptakan interaksi langsung yang membantu membangun kepercayaan dan loyalitas pemilih (Graber, Doris A., & Dunaway 2017).

Berdasarkan hasil wawancara terhadap narasumber, mengenai Hubungan antara Eksposur Media dan Hasil Pilkada. Dari hasil wawancara kepada Pak Ahmad Mabruri dikatakan



: “Meningkatkan Popularitas Kandidat: Kandidat yang sering tampil di media, baik secara langsung melalui wawancara, iklan, atau pemberitaan, cenderung lebih dikenal oleh masyarakat. Di Pilkada Jawa Barat yang memiliki wilayah luas dan demografi beragam, media membantu menyebarkan profil kandidat kepada pemilih yang mungkin sulit dijangkau secara fisik. Membentuk Persepsi dan Citra Kandidat: Media memainkan peran penting dalam menciptakan Citra kandidat, baik itu positif maupun negatif. Liputan media tentang prestasi, program kerja, atau bahkan isu kontroversial bisa memengaruhi persepsi pemilih terhadap kandidat. Dalam beberapa kasus, berita yang intens tentang hal negatif atau positif dapat memengaruhi sikap pemilih pada kandidat tertentu.

Pembingkai Isu Utama: Media berperan dalam menyoroti isu-isu yang dianggap penting oleh masyarakat, seperti masalah ekonomi, pendidikan, infrastruktur, atau korupsi. Dengan menyoroti isu-isu ini, media dapat mengarahkan perhatian publik pada program kerja kandidat yang paling relevan dan mendukung kandidat yang dianggap kompeten di bidang tersebut.” (Ahmad Maburi, wawancara, 01 Oktober 2024)

Secara keseluruhan, eksposur media di Pilkada Jawa Barat dapat sangat memengaruhi hasil pemilihan, baik melalui peningkatan popularitas kandidat, pembentukan persepsi publik, atau pengaruh terhadap partisipasi pemilih.

Berdasarkan hasil wawancara terhadap narasumber, mengenai Hubungan antara Eksposur Media dan Hasil Pilkada. Dari hasil wawancara kepada Della Harahap dikatakan : “Kalau lagi dekat-dekat Pilkada, rasanya hampir setiap hari ada saja konten kampanye di media sosial, entah dari akun resmi kandidat atau orang-orang yang mendukung mereka. Di televisi juga sering muncul iklan atau liputan terkait kampanye.” (Della Harahap, wawancara, 12 Desember 2024)

C. Strategi Kampanye dalam kaitannya dengan Citra Calon Kepala Daerah

1. Membangun Citra Melalui Storytelling :

- a) Narasi yang Relatable: Menggunakan storytelling untuk menyampaikan visi dan misi, serta latar belakang pribadi yang dapat diterima oleh audiens. Ini membantu menciptakan koneksi emosional.
- b) Cerita dari Komunitas: Mengangkat kisah-kisah sukses dari kalangan santri dan intelektual yang relevan dengan konteks pemilih (McNair 2017).

2. Optimalisasi Konten di Media Sosial

- a) Penggunaan Platform yang Tepat: Memanfaatkan aplikasi seperti Instagram dan Facebook untuk menjangkau audiens yang berbeda. Instagram bisa lebih efektif untuk konten visual, sementara Facebook dapat digunakan untuk diskusi yang lebih mendalam. Konten yang
- b) Menarik dan Relevan: Membuat konten yang sesuai dengan minat dan nilai-nilai audiens, seperti video inspiratif, testimoni dari tokoh santri, atau diskusi tentang isu-isu intelektual (Nimmo, Dan D., & Sanders 1981).





Sumber: Instagram.com (2024)

Seperti contoh di atas, Ahmad Syaikhul menampilkan kepada Masyarakat bahwa ia mampu membangun citra yang baik dan jelas. Dalam hal ini ia mendapatkan penghargaan dari Detik Award yang menandakan ia siap menjadi calon Gubernur Jawa Barat 2024.



Sumber: google.com (2024)

Seperti contoh di atas, Ahmad Syaikhul menampilkan kepada Masyarakat bahwa ia dekat dengan masyarakat dan komunitas. Dalam hal ini ia mengajak pemuda daerah Sumedang untuk Bahas Pendidikan dan Keterampilan agar Jawa Barat lebih maju lagi.

SIMPULAN

Publisitas politik memiliki pengaruh signifikan terhadap preferensi pemilih dalam Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) Jawa Barat 2024. Media massa dan media sosial berperan penting dalam membentuk citra kandidat dan mempengaruhi opini publik. Beberapa faktor yang mempengaruhi pilihan pemilih meliputi popularitas kandidat, dukungan partai politik, pengalaman kandidat dalam pemerintahan, serta isu-isu sosial dan ekonomi yang relevan.

Strategi kampanye yang efektif, termasuk penggunaan storytelling dan narasi yang relatable, dapat membantu kandidat dalam membangun citra positif dan menjangkau pemilih, terutama generasi muda yang melek digital. Pemilih di Jawa Barat cenderung lebih memilih kandidat yang memiliki eksposur media yang baik dan citra positif, yang menunjukkan

pentingnya strategi komunikasi yang tepat dalam kampanye.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Anwar. 2019. *Komunikasi Politik Di Era Digital*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Bowen, G. 2009. "Document Analysis as a Qualitative Research Method." *Qualitative Research Journal* 9(2):27–40.
- Creswell, J. W. 2014. *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. 4th ed. Thousand Oaks: CA: SAGE Publications.
- Entman, R. M. 1993. "Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm." *Journal of Communication* 43(4):51–58.
- Feldman, S., & Zaller, J. 1992. "The Political Culture of Ambivalence: Ideological Responses to the Welfare State." *American Journal of Political Science* 36(1):7–37.
- Graber, Doris A., & Dunaway, Johanna. 2017. *Mass Media and American Politics*. CQ Press.
- Lippmann, W. 1922. *Public Opinion*. New York: Harcourt, Brace and Company.
- McNair, Brian. 2017. *Introduction to Political Communication*. London: Routledge.
- Moleong, L. J. 2017. *Metodologi Penelitian Kualitatif*.
- Nimmo, Dan D., & Sanders, Keith R. 1981. *Handbook of Political Communication*. Sage Publications.
- Patton, M. Q. 2002. *Qualitative Research & Evaluation Methods*. 3rd ed. Thousand Oaks: CA: SAGE Publications.
- Rahmawati, D., & Nugraha, R. 2024. "Pengaruh Media Terhadap Persepsi Pemilih Di Pilkada Jawa Barat."
- Silver, Nate. 2012. *The Signal and the Noise: Why So Many Predictions Fail – But Some Don't*.
- Sugiyono. 2020. *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Surbakti, Ramlan. 2001. *Memahami Ilmu Politik*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

