

ANALISIS KOMUNIKASI POLITIK TIM KEMENANGAN PEMILIHAN PILKADA PROVINSI BANTEN 2024

Andiva Rinaldo Prasetyo¹, Lina Wati²

^{1,2}Universitas Islam Syekh Yusuf. Indonesia

Email: 2101030140@students.unis.ac.id¹, linawati@unis.ac.id²

Abstrak

Penelitian ini menganalisis strategi komunikasi politik yang dilakukan tim sukses pasangan Airin Ade pada Pilkada Provinsi Banten 2024 dengan fokus pada peran relawan Kopi Hitam. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus untuk mengeksplorasi efektivitas berbagai bentuk komunikasi politik, baik melalui media sosial maupun interaksi tatap muka. Temuan utama menunjukkan bahwa media sosial merupakan alat yang efektif dalam menjangkau pemilih muda, sedangkan pendekatan tatap muka lebih berhasil dalam membangun hubungan emosional dengan masyarakat. Namun penelitian ini juga menemukan tantangan dalam penerapan strategi komunikasi, seperti keterbatasan sumber daya dan penolakan dari masyarakat yang telah memiliki preferensi politik tertentu. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam bidang komunikasi politik serta pedoman praktis bagi tim kampanye dalam merancang strategi komunikasi yang lebih relevan dan adaptif di masa depan.

Kata Kunci: Komunikasi Politik, Media Sosial, Pilkada, Relawan, Strategi Kampanye.

Abstract

This study analyzes the political communication strategy implemented by the campaign team of Airin Ade pair in the 2024 Banten Provincial Election, focusing on the role of Kopi Hitam volunteers. This study uses a qualitative approach with a case study method to explore the effectiveness of various forms of political communication, both through social media and face-to-face interactions. The main findings show that social media is an effective tool in reaching young voters, while the face-to-face approach is more successful in building emotional connections with the community. However, this study also found challenges in implementing communication strategies, such as limited resources and resistance from people who already have certain political preferences. The results of this study are expected to provide theoretical contributions in the field of political communication as well as practical guidance for campaign teams in designing more relevant and adaptive communication strategies in the future.

Keywords: Political Communication, Social Media, Pilkada, Volunteers, Campaign Strategy.

PENDAHULUAN

Organisasi adalah sistem yang saling berhubungan dan berdampak satu sama lain, peran komunikasi sangat penting untuk melakukan koordinasi dan mengawasi aktivitas individu yang terlibat di dalamnya. Komunikasi juga penting untuk organisasi ketika menghadapi perubahan internal maupun eksternal. Komunikasi adalah kunci untuk melakukan identifikasi dan koordinasi (Siregar et al., 2021). Komunikasi terjadi dengan berbagai tujuan, seperti dalam kelompok, organisasi, keluarga, atau antara dua orang. Ada sejumlah tujuan yang berbeda. Rakyat memilih kepala daerah yang dapat memenuhi kebutuhan dan aspirasi mereka. Selain itu, pemilihan umum kepala daerah berfungsi sebagai cara bagi rakyat untuk memilih calon kepala daerah yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka dengan suara mayoritas (Arasid et al., 2022).

Dalam Pilkada 2024, Provinsi Banten akan menjadi perhatian utama karena keadaan politiknya yang rumit. Perilaku pemilih dan keputusan politik dapat dipengaruhi oleh berbagai masalah lokal dan nasional. Oleh karena itu, analisis komunikasi politik lokal sangat penting

untuk memahami taktik yang digunakan calon pemimpin lokal untuk menarik perhatian pemilih.

Studi ini menyelidiki berbagai pendekatan komunikasi politik yang digunakan oleh pasangan calon Airin Ade dalam Pilkada Provinsi Banten

2024, dengan penekanan pada pendekatan berbasis media sosial dan tatap muka yang didukung oleh relawan Kopi Hitam. Penelitian ini juga mengidentifikasi peran strategis relawan dalam menyampaikan pesan politik pasangan calon kepada masyarakat, termasuk upaya mereka untuk memobilisasi dukungan massa dan membangun hubungan dengan pemilih di tingkat lokal.

Selain itu, penelitian ini menyelidiki bagaimana masyarakat menanggapi berbagai cara komunikasi politik, baik tatap muka, melalui media sosial, maupun aktivitas berbasis komunitas, untuk mengevaluasi seberapa efektif pilihan yang dipilih. Selain itu, penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi efektivitas komunikasi politik pasangan Airin Ade, terutama dengan membandingkan penggunaan media sosial dengan pendekatan tatap muka dan mengidentifikasi masalah yang dihadapi relawan saat melakukannya. Selain itu, tujuan penelitian ini adalah

untuk menemukan komponen utama yang memengaruhi keberhasilan atau kegagalan komunikasi politik, yang mencakup elemen sosial, ekonomi, dan budaya masyarakat setempat.

Studi ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana komunikasi politik dapat memengaruhi hasil pemilu lokal melalui pemahaman tentang strategi komunikasi politik yang diterapkan pasangan calon Airin Ade dalam Pilkada Provinsi Banten 2024. Diharapkan bahwa penelitian ini akan membuat kontribusi yang signifikan dalam dua bidang utama: teoretis dan praktis. Secara teoretis, penelitian ini akan menambah pengetahuan tentang komunikasi politik, khususnya dalam konteks pemilihan kepala daerah di Indonesia, dengan memberikan pemahaman tentang bagaimana strategi komunikasi politik yang efektif dapat memengaruhi perilaku pemilih.

Selain itu, penelitian ini dapat berfungsi sebagai referensi untuk pengembangan teori tentang bagaimana media sosial, tatap muka, dan relawan berkontribusi pada pembentukan citra politik dan mobilisasi massa. Secara praktis, temuan penelitian ini dapat berfungsi sebagai panduan untuk calon pemimpin, tim kampanye, dan organisasi

relawan dalam mengembangkan dan menerapkan strategi komunikasi yang lebih relevan, fleksibel, dan inklusif. Penelitian ini diharapkan untuk meningkatkan kualitas kampanye politik di masa mendatang dan mendorong partisipasi masyarakat yang lebih luas dan signifikan dalam proses demokrasi dengan memahami komponen keberhasilan dan tantangan komunikasi politik.

Oleh karena itu, diharapkan bahwa temuan penelitian ini akan membantu mengembangkan teori komunikasi politik dan sekaligus menawarkan arahan praktis bagi tim kampanye dan calon pemimpin untuk membuat strategi komunikasi lokal yang lebih efisien.

METODE PENELITIAN

Metodologi

Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus, metode kualitatif, dianggap oleh penulis dapat membantu menguraikan masalah (Yusanto, 2020).

fenomena komunikasi politik yang diterapkan oleh pasangan Airin Ade dalam Pilkada Provinsi Banten 2024, khususnya melalui peran relawan Kopi Hitam di Kabupaten Tangerang. Pendekatan studi kasus memungkinkan eksplorasi menyeluruh terhadap strategi komunikasi politik yang diterapkan, baik melalui media

sosial, tatap muka, maupun kegiatan berbasis komunitas.

Data dan Sumber Data

Data primer dan sekunder adalah dua jenis data yang digunakan dalam penelitian ini. Data primer dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan relawan Kopi Hitam, tim kampanye pasangan Airin Ade, dan anggota masyarakat Kabupaten Tangerang, termasuk pemilih yang mendukung dan menentang pasangan ini. Selain itu, observasi langsung dilakukan untuk mengetahui interaksi dalam kegiatan kampanye. Data sekunder terdiri dari dokumen resmi kampanye, materi promosi, laporan survei elektabilitas, dan artikel dari media sosial dan media massa yang terkait dengan pasangan Airin Ade dan relawan Kopi Hitam.

Teknik Pengumpulan Data

Wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data. Wawancara mendalam dilakukan dengan pendekatan semi-terstruktur untuk mengetahui tentang strategi komunikasi politik, masalah yang dihadapi, dan tanggapan masyarakat terhadap kampanye pasangan Airin Ade. Observasi partisipatif dilakukan dengan melihat langsung kegiatan kampanye yang

dilakukan oleh relawan Kopi Hitam, termasuk penggunaan media sosial.

Teknik Analisis Data

Data yang terkumpul dianalisis menggunakan pendekatan tematik untuk mengidentifikasi pola-pola dalam strategi komunikasi politik yang digunakan. Tahapan analisis meliputi reduksi data dengan menyeleksi informasi yang relevan seperti strategi komunikasi, peran relawan, dan respons masyarakat. Data yang relevan kemudian disusun dalam bentuk narasi deskriptif, tabel, atau matriks untuk mempermudah pemahaman. Kesimpulan penelitian ditarik melalui proses triangulasi data dengan membandingkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi guna memastikan validitas dan keandalan hasil penelitian.

Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Tangerang, yang merupakan lokasi strategis dan tempat pasangan Airin Ade mendapatkan dukungan. Fokus penelitian adalah upaya relawan Kopi Hitam. Studi ini mencakup seluruh tahapan kampanye dan berlangsung selama empat bulan, mulai dari Oktober 2024 hingga Januari 2025. Metode ini

dimaksudkan untuk mendapatkan pemahaman menyeluruh tentang bagaimana komunikasi politik berjalan dalam konteks pilkada lokal dan untuk menemukan faktor-faktor yang memengaruhi strategi komunikasi yang digunakan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Studi ini menyelidiki metode komunikasi politik yang digunakan oleh relawan "Kopi Hitam" untuk mendukung pasangan calon Airin-Ade dalam Pilkada Provinsi Banten 2024. Penelitian ini menyelidiki bagaimana relawan mendukung kampanye pasangan calon secara strategis dengan menggunakan metode digital dan tatap muka. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif berbasis studi kasus. Observasi partisipatif, dokumentasi, dan analisis media sosial adalah semua metode yang digunakan untuk mengumpulkan data. Penelitian dilakukan di gedung sekretariat relawan di Jalan Raya Serang, Kecamatan Cikupa, Kabupaten Tangerang, bersama dengan wilayah yang mendukung pasangan Airin-Ade.

Relawan Kopi Hitam, yang didirikan oleh aktivis HIPMI dan Karang Taruna, bertanggung jawab untuk memperluas jaringan kampanye. Memanfaatkan media

digital, interaksi langsung dengan masyarakat, dan kegiatan berbasis komunitas, tim sukses pasangan Airin-Ade mengembangkan strategi komunikasi politik yang terintegrasi. Mereka berusaha untuk menjangkau berbagai demografi pemilih, termasuk kelompok masyarakat konvensional yang lebih terhubung melalui komunikasi langsung dan generasi muda yang aktif di media sosial. Pemahaman mendalam tentang kebutuhan masyarakat dan perubahan politik lokal adalah dasar strategi ini.

Relawan secara aktif menyebarkan pesan politik melalui platform media sosial seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp. Konten kampanye terdiri dari video pendek, gambar infografis, dan foto kegiatan yang informatif dan menarik. Media sosial digunakan untuk mempromosikan dan berinteraksi dengan orang lain melalui komentar, pesan pribadi, dan diskusi online. Selain itu, relawan memanfaatkan data survei dan analisis demografis untuk menyegmentasi target pemilih dan memastikan bahwa pesan kampanye sampai ke kelompok yang relevan, terutama generasi muda.

Meskipun demikian, strategi digital ini memiliki beberapa keterbatasan. Kadang-kadang, konten yang disajikan

dianggap biasa dan tidak inovatif, yang membuat pesan kampanye tidak lagi menarik bagi audiens yang terbiasa dengan informasi yang terus berubah. Selain itu, tantangan dalam pengelolaan konten digital membahayakan reputasi pasangan potensial, terutama ketika pesan tidak dikirim secara konsisten.

Relawan juga berpartisipasi dalam program tatap muka selain media digital, yang mencakup diskusi terbuka, kunjungan dari rumah ke rumah, dan acara sosial berbasis komunitas. Metode ini dianggap efektif dalam membangun ikatan emosional dengan pemilih, terutama di daerah dengan akses internet yang terbatas. Selain itu, relawan bekerja sama dengan tokoh masyarakat dan komunitas lokal untuk memperkuat jaringan dukungan dan meningkatkan kepercayaan publik. Memberikan pesan yang relevan dengan kebutuhan lokal, seperti pembangunan infrastruktur, peningkatan layanan publik, dan pemberdayaan ekonomi daerah, adalah fokus utama strategi ini.

Namun, ada beberapa hambatan yang menghalangi implementasi strategi ini. Pendekatan individu tidak efektif untuk menjangkau seluruh masyarakat karena kehadiran relawan tidak merata di beberapa wilayah. Selain itu, bagi sebagian pemilih

yang lebih peduli pada transparansi kebijakan atau reformasi birokrasi, fokus kampanye pada masalah umum seperti infrastruktur dan pendidikan tidak relevan.

Menurut evaluasi hasil kampanye, relawan kopi hitam menggunakan pendekatan komunikasi politik yang efektif, terutama dalam meningkatkan kesadaran politik masyarakat dan membangun hubungan pribadi dengan pemilih. Pasangan Airin- Ade, bagaimanapun, menghadapi tantangan besar dari rival yang lebih kreatif dalam menyampaikan cerita politik. Kompetitor memiliki kemampuan untuk memanfaatkan media digital dengan lebih inovatif, memberikan perspektif inovatif, dan memiliki dukungan komunitas lokal yang lebih kuat.

Pasangan Airin-Ade gagal dalam Pilkada Banten 2024 karena beberapa alasan. Pertama, sejumlah komunitas merasa kurang diperhatikan karena metode komunikasi yang tidak merata di beberapa wilayah. Kedua, pemilih yang ingin perubahan tidak tertarik dengan pesan kampanye yang terlalu umum dan tidak spesifik. Ketiga, pesaing berhasil membuat cerita politik yang lebih inovatif, terutama dengan berkonsentrasi pada ekonomi kreatif dan tata kelola pemerintahan yang inovatif. Keempat, kritik terhadap

kebijakan pasangan calon di masa lalu turut memengaruhi persepsi negatif publik, yang diperburuk oleh kurangnya langkah transparan dalam menjawab kritik tersebut.

Diharapkan relawan dan pasangan calon meningkatkan kehadiran mereka di komunitas, membuat pesan kampanye yang lebih sesuai dengan kebutuhan lokal, dan menggunakan teknologi baru untuk menyampaikan visi politik. Selain itu, lebih banyak kolaborasi dengan tokoh masyarakat lokal dapat membantu meningkatkan basis dukungan dan meningkatkan kepercayaan publik. Untuk menciptakan citra yang positif dan meningkatkan persepsi publik terhadap pasangan calon, komunikasi politik yang transparan sangat penting. Strategi yang lebih terfokus dan fleksibel memungkinkan tim kampanye untuk memperbaiki kekurangan mereka dan mempersiapkan tindakan yang lebih baik di masa depan.

KESIMPULAN

Studi ini menyelidiki berbagai pendekatan komunikasi politik yang digunakan oleh tim kampanye pasangan Airin Ade, dengan penekanan khusus pada peran relawan Kopi Hitam dalam Pilkada

Provinsi Banten 2024. Untuk menjangkau berbagai segmen pemilih, strategi ini menggunakan interaksi tatap muka dan media sosial. Hasil utama menunjukkan bahwa penggunaan media sosial seperti Instagram dan Facebook berhasil meningkatkan partisipasi pemilih muda melalui konten yang menarik dan interaktif. Namundemikian, metode ini memiliki beberapa keterbatasan. Ini terutama berlaku ketika berbicara dengan kelompok masyarakat yang lebih cenderung menggunakan metode komunikasi tradisional. Selain itu, masalah seperti kekurangan sumber daya dan penentangan dari komunitas yang sudah memiliki kepentingan politik menghambat kampanye. Meskipun strategi berbasis komunitas dan tatap muka dianggap baik untuk membangun hubungan emosional dengan pemilih, kekalahan pasangan Airin Ade juga disebabkan oleh pesan kampanye yang tidak relevan dengan masalah lokal tertentu dan distribusi relawan yang tidak seimbang di beberapa wilayah. Evaluasi ini menekankan pentingnya inovasi digital, relevansi pesan kampanye, dan keterlibatan tokoh lokal dalam memperkuat strategi komunikasi politik di masa depan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfredo, R., & Sopacua, Y. (2024). Analisis Isi Sosial Media (Facebook) dalam Pemilihan Gubernur Maluku Periode 2019-2024. *Communicator Sphere*, 4(1), 28-38.
- Arasid, M. I., Djuyandi, Y., & Sumadinata, R. W. (2022). Strategi Komunikasi Politik Untuk Memperoleh Dukungan Pemuda Dalam Pilkada Kota Serang: Studi Pada Pasangan Calon Syafrudin-Subadri. *Sospol*, 8(1), 62-77.
- Siregar, R. T., Enas, U., Putri, D. E., Hasbi, I., Ummah, A. H., Arifudin, O., . . . , & Utami, M. M. (2021). *Komunikasi Organisasi*.
- Yusanto, Y. (2020). Ragam pendekatan penelitian kualitatif. *Journal of Scientific Communication (Jsc)*, 1(1).