

STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK VIA MEDIA SOSIAL INCUMBENT PADA PEMILIHAN BUPATI SITUBONDO 2024

Oleh:

Ayadatul Maulidiyah Wildaini¹

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel

Alamat: Jl. Ahmad Yani No.117, Jemur Wonosari, Kec. Wonocolo, Surabaya, Jawa Timur (60237).

Korespondensi Penulis: Ayaawlm2705@gmail.com

Abstract. *This research aims to analyze the digital political communication strategies used by incumbents in the 2024 Situbondo Regent election. Digital political communication plays an increasingly important role in political campaigns in the era of increasingly advanced information technology. This research uses a qualitative approach with a case study method to examine the strategies implemented by incumbents in utilizing social media (Tiktok, Instagram) and other digital platforms to build an image, expand the voter base and convey political messages. The focus of this research is on how digital technology is used to mobilize support, manage public opinion, and respond to political challenges at the local level. This research uses descriptive qualitative methods. The aim of this research is to find out and publish political communications carried out by an incumbent. The research results show that the effective use of digital political communication provides a competitive advantage for incumbent candidates, especially in terms of interaction with voters and managing political crises. It is hoped that these findings can contribute to understanding the role of digital media in the dynamics of regional head elections in Indonesia.*

Keywords: *Communication Strategy, Digital Politics, Incumbents, Regent Elections, Social Media, Situbondo 2024.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi politik digital yang digunakan oleh *incumbent* dalam pemilihan Bupati Situbondo tahun 2024.

Received December 06, 2024; Revised December 18, 2024; December 24, 2024

*Corresponding author: Ayaawlm2705@gmail.com

STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK VIA MEDIA SOSIAL INCUMBENT PADA PEMILIHAN BUPATI SITUBONDO 2024

Komunikasi politik digital semakin berperan penting dalam kampanye politik di era teknologi informasi yang semakin maju. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus untuk mengkaji strategi yang diterapkan oleh petahana dalam memanfaatkan media sosial (tiktok, instagram) serta platform digital lainnya guna membangun citra, memperluas basis pemilih, dan menyampaikan pesan-pesan politik. Fokus penelitian ini adalah pada bagaimana teknologi digital digunakan untuk memobilisasi dukungan, mengelola opini publik, serta merespon tantangan politik di tingkat lokal. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui dan mempublikasikan komunikasi politik yang dilakukan oleh seorang *incumbent*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan komunikasi politik digital yang efektif memberikan keunggulan kompetitif bagi calon incumbent, terutama dalam hal interaksi dengan pemilih dan pengelolaan krisis politik. Temuan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pemahaman tentang peran media digital dalam dinamika pemilihan kepala daerah di Indonesia.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, Politik Digital, Incumbent, Pemilihan Bupati, Media Sosial, Situbondo 2024.

LATAR BELAKANG

Tahun 2024 merupakan tahun politik sebagai negara demokrasi seperti Indonesia, pemilihan umum merupakan hal yang wajib dilakukan di semua tingkat pemerintahan, artinya demokrasi negara memiliki dinamika yang membentuknya. Pemilihan kepala daerah tahun 2024 yang dilaksanakan serentak di seluruh di Indonesia, menjadi ajang kontestasi lokal yang pada tahun 2024. Pemilihan kepala daerah calon bupati atau walikota dan pemilihan calon gubernur dan wakil gubernur telah menjadi isu yang sedang marak disuarakan dalam masyarakat. Terkhusus pada pemilihan calon bupati dan wakil bupati kabupaten Situbondo tahun 2024. Masyarakat Situbondo yang berada di 17 kecamatan yakni, kecamatan Banyuglugur, Besuki, Sumber Malang, Kendit, Jati Banteng, Suboh, Bungatan, Mlandingan, Panarukan, Situbondo, Panji, Kapongan, Arjasa, Jangkar, Asembagus, Banyuputih dari 17 kecamatan ini memiliki karakteristik pemilih yang berbeda beda. Masyarakat menyoroti pasangan calon melalui komunikasi politik yang dilakukan. Semua kandidat berupaya memenangkan pilkada. Mereka berusaha

meyakinkan pemilih untuk memilih mereka. Sebagai bentuk atau praktik demokrasi, tidak dapat dipungkiri bahwa suara pemilih menentukan kemenangan.

Komunikasi politik telah menjadi bagian integral dari proses demokrasi di Indonesia, terutama dengan adanya teknologi digital yang memungkinkan partisipasi politik yang lebih luas dan interaktif¹. Dalam konteks ini, penelitian ini membahas fenomenologi komunikasi politik di era digital melalui studi kasus penggunaan tagline "Situbondo Lanjutkan" oleh Incumbent Bupati Situbondo Bapak Karna Suawandi pada Pilkada Serentak Tahun 2024. Di era modern ini, digitalisasi komunikasi politik menjadi strategi penting, terutama bagi petahana (*incumbent*) yang ingin mempertahankan posisinya dalam kontestasi politik. Pemilihan Bupati Situbondo 2024 bapak karna suswandi dan Ny. Khorani mencalonkan diri kembali dengan mendapat dukungan dari partai koalisi partai, yaitu Partai Gerindra, Partai Demokrat, Golkar, PAN, PKS, Gelora, PBB, PSI dan Perindo. Media digital menjadi salah satu contoh bagaimana politik digital memainkan peran yang signifikan dalam upaya memenangkan hati masyarakat. Sebagai petahana, calon bupati yang sedang menjabat dihadapkan pada tantangan untuk merespons dinamika baru di tengah perkembangan teknologi, serta menjaga popularitasnya di tengah masyarakat yang semakin kritis dan terhubung secara digital. Oleh karena itu, merumuskan strategi komunikasi politik digital yang efektif menjadi krusial bagi petahana dalam mempertahankan posisi dan memperoleh dukungan publik.

Pendekatan komunikasi politik digital melibatkan berbagai platform seperti media sosial, website resmi, hingga aplikasi pesan instan². Dalam konteks Pilkada Situbondo, strategi ini tidak hanya bertujuan untuk menyebarkan program dan visi-misi petahana, tetapi juga untuk membangun citra positif, merespons isu-isu lokal secara cepat, serta menciptakan interaksi langsung dengan pemilih. Oleh karena itu, memahami pola perilaku pemilih di dunia digital dan mengelola komunikasi yang efektif menjadi faktor penentu dalam kampanye politik modern. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi politik digital yang digunakan oleh incumbent dalam Pilkada Situbondo 2024, dengan fokus pada efektivitas media digital dalam membangun elektabilitas dan merespons tantangan-tantangan politik yang ada. Analisis ini akan

¹ Moh Zuhdi, *Komunikasi politik era virtual: dinamika komunikasi dan media pasca pemilu serentak 2019* (Yogyakarta: Litera, 2020).

² Syahrial Syarbaini, Syurya Muhammad Nur, dan Erman Anom, "TEORI, MEDIA DAN STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK," t.t.

STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK VIA MEDIA SOSIAL INCUMBENT PADA PEMILIHAN BUPATI SITUBONDO 2024

memberikan gambaran tentang bagaimana petahana memanfaatkan peluang digital untuk memenangkan hati pemilih dan mempertahankan posisinya dalam iklim politik yang semakin kompetitif.

Landasan Teori

Komunikasi politik dapat didefinisikan sebagai proses penyampaian pesan yang berkaitan dengan kegiatan politik, baik dari pemerintah kepada masyarakat maupun sebaliknya³. berbicara mengenai *political communication*, penulis mengutip sebuah teori yang menjelaskan terkait komunikasi politik dalam proses kampanye untuk memberikan kesan di masyarakat melalui media sosial media. Komunikasi tidak hanyapenerusan informasi dari komunikator ke publik, namun dapat dipahami bahwa bentuk komunikasi yang dilakukan komunikator dapat berupa slogan, tema, simbol dan lain sebagainya. Proses komunikasi yang saling adanya transaksi juga dibenarkan dalam memahami perilaku dari manusia.

Menurut Nimmo terdapat 2 aspek penting terkait adanya transaksi komunikasi⁴ :

1. Aspek isi pesan Fokus utama dari aspek konten adalah makna atau isi yang ingin disampaikan oleh komunikator kepada komunikan.
2. Aspek hubungan Aspek ini berhubungan dengan bagaimana pesan disampaikan dan bagaimana hubungan antara pihak-pihak yang terlibat dalam komunikasi

Komunikasi politik melibatkan pertukaran informasi yang mempengaruhi tindakan perilaku individu. Penyampaian informasi dalam komunikasi di media digital yang mana pada saat ini memasuki era revolusi industri 4.0 mengakibatkan berkembangnya teknologi komunikasi dan informasi secara cepat. Teknologi informasi dan komunikasi berupa internet terdapat ruang publik yang dikenal dengan ruang siber. Dalam teori politik ruang publik ini merupakan suatu representasi politik⁵.

Media menjalankam komunikasi politik digunakan untuk berbagi saluran komunikasi politik dan saluran komunikasi persuasif politik. Terdapat tipe tipe saluran komunikasi politik sebagai berikut :

³ Syarbaini, Nur, dan Anom.

⁴ "buku komunikasi politik pemerintahan_compressed.pdf," t.t.

⁵ Very Wahyudi, "POLITIK DIGITAL DI ERA REVOLUSI INDUSTRI 4.0 'MARKETING & KOMUNIKASI POLITIK,'" *Politea : Jurnal Politik Islam* 1, no. 2 (11 April 2019): 149–68, <https://doi.org/10.20414/politea.v1i2.819>.

1. Komunikasi massa
2. Komunikasi interpersonal
3. Komunikasi organisasi

Demokrasi pada era digital menekankan bahwa informasi adalah alat penting dalam komunikasi politik. Informasi tidak hanya sekadar pesan, tetapi juga mencakup konteks dan makna yang dapat mempengaruhi keputusan dan tindakan individu dalam ranah politik.

Teknologi komunikasi baru sangat berhubungan dengan tiga aspek utama: *interactivity*, *de-massification*, dan *asynchronous*⁶.

1. *Interactivity* mengacu pada kemampuan sistem komunikasi untuk memberikan umpan balik, memungkinkan pengguna untuk berinteraksi secara langsung dalam proses komunikasi. Ini menciptakan pengalaman komunikasi yang lebih efektif dan optimal, mirip dengan interaksi tatap muka antara individu
2. *De-massification* berarti bahwa komunikasi tidak lagi bersifat massal; pesan dapat disesuaikan dan dipertukarkan secara individu di antara banyak peserta. Hal ini mengalihkan kontrol dari produsen kepada konsumen, sehingga setiap individu dapat menjadi komunikator
3. *synchronous* menggambarkan kemampuan teknologi untuk mengirim dan menerima pesan sesuai waktu yang diinginkan oleh masing-masing pengguna. Ini memberikan fleksibilitas dalam berkomunikasi, tanpa batasan waktu dan tempat, sehingga pengguna dapat berinteraksi kapan saja
4. Dengan karakteristik tersebut, teknologi komunikasi baru memungkinkan cara berkomunikasi yang lebih dinamis dan responsif dibandingkan dengan media konvensional

METODE PENELITIAN

Metode penelitian untuk meneliti "Strategi Komunikasi Politik Digital *Incumbent* Pada Pemilihan Bupati Situbondo 2024" menggunakan Pendekatan Kualitatif. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk menjelaskan,

⁶ "MEDIA BARU dan DIGITALISASI RUANG PUBLIK," *BINUS Communication* (blog), diakses 7 Desember 2024, <https://binus.ac.id/malang/communication/2022/06/20/media-baru-dan-digitalisasi-ruang-publik/>.

STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK VIA MEDIA SOSIAL INCUMBENT PADA PEMILIHAN BUPATI SITUBONDO 2024

mendeskripsikan, dan memahami fenomena yang terjadi. Metode penelitian ini melibatkan analisis konten dari materi kampanye, termasuk iklan, posting media sosial, dan pidato publik Bapak Karna Suawandi yang mengandung tagline "Situbondo Lanjutkan". Selain itu, teknik pengumpulan data yakni melakukan observasi dan juga studi dokumen berupa catatan, artikel, buku serta informasi yang di dapatkan di media online⁷. Melalui teknik tersebut peneliti diharapkan mendapatkan data yang komprehensif. Kemudian analisis data akan menyoroti bagaimana tagline "Situbondo Lanjutkan" digunakan untuk membangun narasi politik, menciptakan identitas kampanye, dan mempengaruhi persepsi publik terhadap kinerja incumbent. Jenis pendekatan yang digunakan peneliti yakni studi kasus, dengan melakukan analisis kasus spesifik tentang strategi komunikasi politik digital incumbent dalam kampanye pemilihan bupati Situbondo 2024. Ini dapat membantu memahami konteks dan dinamika yang unik dalam kampanye tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemilihan bupati kabupaten Situbondo tahun 2024 menjadi moment penting bagi setiap kontestan politik. Calon bupati di kabupaten Situbondo yakni pasangan mas Rio mbak Ulfi di pasangan nomor urut 1 dan pasangan incumbent bapak Karna Suswandi dan Ny. Khoirani di nomor urut 2. Penetapan nomor urut calon pada sidang pleno komisi pemilihan umum kabupaten Situbondo. Dalam konteks ini strategi strategi yang digunakan oleh para calon untuk menarik dukungan dengan cara melakukan komunikasi politik baik secara langsung maupun memanfaatkan media digital yang sangat ini sedang sering dilakukan.

Penelitian ini berfokus pada calon *incumbent* (petahana) bupati Situbondo bapak Karna Suswandi yang mencalonkan diri kembali pada pemilihan bupati tahun 2024. Bapak karna suswandi melakukan banyak sekali upaya dalam meningkatkan partisipasi masyarakat. Strategi komunikasi politik digital incumbent mencakup pengelolaan isu-isu penting di masyarakat, seperti pembangunan infrastruktur, kesejahteraan sosial, dan ekonomi lokal. Tim komunikasi digital incumbent secara aktif memantau tren media sosial dan melibatkan buzzer serta influencer lokal untuk membangun narasi positif dan

⁷ "Teknik Pengumpulan Data Metode Kualitatif (1).pdf," t.t.

merespons kritik secara cepat dan efektif kampanye yang inovatif, seperti konten visual menarik dan video pendek yang menggugah emosi, dapat meningkatkan daya tarik pesan politik *incumbent*. Pendekatan ini tidak hanya menarik perhatian tetapi juga menciptakan koneksi emosional dengan pemilih. Platform-platform digital seperti *tiktok*, *Instagram*, *facebook* dan lain lain ini digunakan untuk menyebarkan program kerja, pencapaian selama masa jabatan, dan rencana ke depan. Konten yang diunggah umumnya berupa video, gambar, infografis, dan siaran langsung (*live streaming*) yang menarik perhatian pemilih, terutama generasi milenial dan Gen Z. Selain itu strategi komunikasi politik digital sebagai sarana bagi *incumbent* untuk menjangkau pemilih muda dan meningkatkan keterlibatan masyarakat. Media sosial menjadi alat utama dalam menyampaikan pesan kampanye dan membangun citra positif. Dalam era digital, penggunaan media sosial menjadi sangat penting untuk menjangkau pemilih dengan cepat dan efisien. Kampanye digital memungkinkan *incumbent* untuk berinteraksi langsung dengan masyarakat, mendengarkan aspirasi mereka, dan menjawab pertanyaan secara real-time.

Kepemimpinan Bupati Karna Suswandi

Bapak karna suswandi atau yang sering disapa dengan Bungka karna memiliki keuntungan pada saat pemilu tahun 2024 ini, karena selama masa jabatannya yang masih belum selesai yakni baru 3 tahun 10 bulan ini dapat dimanfaatkan sebagai sarana kampanye. Program program kerja yang telah disusun pada periode sekarang menjadi alat untuk menarik perhatian masyarakat. Di media sosial pak karna sangat aktif membuat konten yang terjun langsung ke dalam masyarakat baik pada berbagai kegiatan di dalam kantor maupun di luar kantorn. Pak karna juga sering menjawab pertanyaan masyarakat di kolom komentar tiktok kemudian di jawab menggunakan video langsung maupun dengan konten yang relevan dari pertanyaan pertanyaan tersebut. Bung karna telah banyak melakukan perubahan yang signifikan pada menjabat pada periode sekarang. Berikut daftar program yang telah dilaksanakan di kabupeten Situbondo⁸.

⁸ Memontum 1, "Sosialisasi Program dan Kegiatan Pembangunan di 2024, Bupati Situbondo Urai 43 Program Prioritas," 31 Januari 2024, <https://situbondo.memontum.com/sosialisasi-program-dan-kegiatan-pembangunan-di-2024-bupati-situbondo-urai-43-program-prioritas>.

STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK VIA MEDIA SOSIAL INCUMBENT PADA PEMILIHAN BUPATI SITUBONDO 2024

1. Program Gerakan Situbondo Bebas Katarak (Gebrak Bersinar).

Bupati Karna Suswandi meluncurkan program operasi katarak gratis yang dilaksanakan setiap bulan di RSUD Besuki. Program ini bertujuan untuk menurunkan angka kesakitan kasus katarak di Kabupaten Situbondo².

2. Program Kartu ATM untuk Guru Ngaji dan Madin.

Salah satu program kerja pasangan Karna Suswandi-Khoirani adalah memberikan kartu ATM kepada para guru ngaji dan madin sebagai insentif atas jasa mereka kepada warga Situbondo⁵.

3. Sosialisasi Program dan Pembangunan.

Bupati Karna Suswandi melakukan sosialisasi program dan kegiatan pembangunan APBD tahun anggaran 2023 di 17 Kecamatan se-Kabupaten Situbondo. Total anggaran yang digelontorkan untuk program dan kegiatan pembangunan tahun 2023 berkisar Rp1,9 triliun¹.

4. Program Prioritas untuk Guru dan Pondok Pesantren.

Dari anggaran pembangunan, dialokasikan dana sebesar Rp8,6 miliar untuk program prioritas seperti anggaran guru ngaji, guru PAUD dan juga anggaran untuk beberapa pondok pesantren

5. Program Sehat Gratis (Sehati).

Program ini ditujukan bagi masyarakat yang masuk dalam daftar DTKS (Data Terpadu Kesejahteraan Sosial)

6. Peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD).

7. Berkat dukungan berbagai pihak termasuk pemerintah desa, PAD Situbondo mengalami peningkatan dari 220 miliar menjadi 281 miliar.

Selain program program diatas masih banyak program kerja yang telah dilaksanakan maupun dalam tahap proses pembangunan dan masih berjalan. Dengan program progeam yang dibuat oleh Bung karna banyak masyarakat yang merasakan dampaknya yakni masyarakat merasa terdapat perbedaan antara kepemimpinan bupati sebelumnya dengan masa kepemimpinan bung Karna. Setelah peneliti analisis melalui media sosial bung karna sangat aktif dalam membagikan kegiatan kegiatan dalam menjalankan tugas sebagai bupati dan kegiatan terjun langsung memantau kondisi di dalam masyarakat.

Dilihat dari program yang telah berjalan dapat dikatakan bahwa bung Karna memberikan perubahan pada masa kepemimpinannya, respon masyarakat yang merasa puas dengan kinerja beliau. Dengan hal ini selain tagline “Situbondo Lanjutkan” namun juga bung Karna memberikan pernyataan bahwa “benni perak jengi tape bukte paste” yang artinya bukan hanya janji tapi bukti pasti. Dengan selogan tersebut masyarakat loyalis yang merasakan kinerja bupati Situbondo akan terus mendukung beliau.

Komunikasi Politik Di Media Sosial

Komunikasi politik Bupati Situbondo, Karna Suswandi, melalui media sosial TikTok dan Instagram adalah sebuah strategi yang menarik, mengingat TikTok saat ini adalah salah satu platform media sosial yang paling digemari oleh berbagai kalangan, terutama generasi muda⁹. Dengan memanfaatkan TikTok, Bupati Karna Suswandi dapat menjangkau masyarakat lebih luas dengan cara yang lebih kreatif, interaktif, dan relevan. Karna Suswandi menggunakan TikTok untuk berbagi informasi penting mengenai kebijakan daerah, agenda pemerintahan, hingga pencapaian dalam program kerja pemerintah Kabupaten Situbondo. Selain itu, pendekatan konten edukatif dan informal, seperti penyampaian informasi yang dikemas dengan gaya humor atau tren TikTok, dapat menarik minat dan perhatian masyarakat, terutama kaum muda¹⁰. Dengan cara ini, Bupati dapat meningkatkan kesadaran publik terhadap isu-isu pemerintahan dan pembangunan daerah. Bupati Karna bisa menciptakan citra yang positif bagi dirinya dan pemerintahannya. Dengan menyampaikan pesan yang optimis, inspiratif, dan relevan dengan kehidupan sehari-hari masyarakat Situbondo, Bupati dapat membangun persepsi positif di kalangan masyarakat tentang kinerja pemerintah daerah. TikTok bisa digunakan untuk menampilkan sisi kepemimpinan yang inovatif, adaptif, dan berfokus pada kemajuan masyarakat.

Tagline “Situbondo Lanjutkan” menjadi bentuk komunikasi politik yang dilakukan oleh bung Karna untuk mendapat dukungan masyarakat. Tagline ini dipublikasikan sejak tahun 2023 serta bung Karna merawat kader posyandu yang dimana tahun 2024 ini dibulan juli dilaksanakan lomba senam kader posyandu dengan diiringi

⁹ Ririn Mahruf, Nuraulya Aqdam Fidayah, dan Nurul Fajria Dakila, “Peran media digital dalam meningkatkan komunikasi dan partisipasi politik masyarakat” 01, no. 01 (t.t.).

¹⁰ Saipul Bahri, Mohammad Ridwan Rangkuti, dan Abdul Rahman Maulana Siregar, “Komunikasi Politik di Era Digital Analisis Diskursus pada Marketing Politik Pemilukada Kota Medan Tahun 2020,” *Komunika* 19, no. 01 (1 Maret 2023): 29–38, <https://doi.org/10.32734/komunika.v19i01.9841>.

STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK VIA MEDIA SOSIAL INCUMBENT PADA PEMILIHAN BUPATI SITUBONDO 2024

lagu yang berjudul “Bung Karna Deteng Pole” dalam lirik lagu tersebut merupakan lagu yang dibuat untuk bung karna dan dukungan untuk melanjutkan kedua periode kepemimpinan bung Karna. Lagu tersebut menjadi viral karena sering dibuat backsound pada konten tiktok dan juga ibu kader yang mengikuti lomba senam tersebut mengunggah videonya di tiktok. Pengguna tiktok yang semakin ramai komunikasi politik yang dilakukan bung karna semakin terhubung keberbagai kalangan sampai dengan tagline tersebut dibuat lagu kampanye bung Karna. Tagline tersebut digaungkan baik di sosial media dan kampanye langsung. Relawan bung Karna yang berasal dari influencer ikut serta terjun lapangan untuk menyapa masyarakat sekaligus kampanye silaturahmi ke berbagai desa dari 17 kecamatan. Respon atau feedback kampanye bung Karna tidak semua dapat menerima dengan positif ada yang merespon negatif¹¹. Politik yang sangat dinamis masyarakat memiliki pilihan dalam memilih pemimpin dan juga terdapat perbedaan pemilih dalam masyarakat, yang tidak bisa semua pemilih menjadi pemilih rasional. Terkadang masyarakat lebih realistik dibandingkan dengan idealisnya. Hal ini dapat dilihat dari paslon yang meramut pemilih dengan sebuah “materil” hal ini tentu membutuhkan modal dari paslon paslon tersebut. Yang mana paslon yang memiliki modal yang cukup besar dapat menarik pemilih untuk mendukung.

Proses komunikasi politik yang dilakukan oleh bung Karna ke masyarakat masih diterima dengan baik dan masih banyak masyarakat yang mendukung dengan alasan bung Karna telah memberikan banyak bantuan dan juga cepat dalam penanganan pada masyarakat yang membutuhkan. Opini publik terhadap kinerja bung Karna dan kasus yang menimpa bung Karna memunculkan berbagai respon¹². Pada media sosial milik bung Karna yang memiliki pengikut 74,7 ribu di tiktok, beliau beserta tim yang handle sosial media bung karna banyak melakukan kampanye di media sosial dan bisa dilihat oleh semua masyarakat serta mendapat respon yang positif maupun negatif. Konten konten yang bung karna unggah disesuaikan dengan perkembangan zaman atau trend saat ini sehingga masyarakat milenial ataupun gen sering merespon konten tersebut. Selain itu pada masa kepemimpinannya bung Karna sering mengajak para influencer atau artis lokal untuk bergabung dan mendukung program program yang dibuat oleh bung

¹¹ “Buku Komunikasi Politik Untuk Pencitraan.pdf,” t.t.

¹² Jerry Indrawan, Efriza, dan Anwar Ilmar, “KEHADIRAN MEDIA BARU (NEW MEDIA) DALAM PROSES KOMUNIKASI POLITIK,” *MEDIUM* 8, no. 1 (19 Juni 2020): 1–17, [https://doi.org/10.25299/medium.2020.vol8\(1\).4820](https://doi.org/10.25299/medium.2020.vol8(1).4820).

Karna. Salah satu contohnya pada masa kampanye ini bung Karna mendapat dukungan dari artis tiktok dan secara tidak langsung menjadi relawan bung Karna. Hal ini dapat mempengaruhi opini masyarakat yang awalnya tergiring opini negatif dari kasus beliau namun mulai terbangun kembali kepercayaan terhadap bung Karna. Masa kampanye ini dijadikan alat untuk mendapat dukungan masyarakat sebanyak banyaknya tim sukses kedua paslon tersebut berupaya untuk memaksimalkan kampanye baik secara langsung terjun ke masyarakat maupun di media sosial¹³.

Partisipasi masyarakat pada pilkada di kabupaten Situbondo sangat antusias, masyarakat lebih fanatik pada pilkada dibandingkan pemilu kemarin. Dengan hal ini dapat dilihat bahwa politik lokal di kabupaten Situbondo dengan kedua paslon yang didukung juga oleh ulama dan pemuka agama di kabupaten Situbondo mengakibatkan adanya gejolak dan penggiringan terutama dikalangan santri dan alumni untuk mendukung paslon yang diperintah oleh tokoh agama tersebut. Tidak dapat dipungkiri politik identitas di kabupaten Situbondo digunakan oleh paslon untuk mendapat dukungan dikalangan priayi, santri dan juga alumni¹⁴. Namun perkembangan zaman dan juga dinamika di masyarakat mulai menjadi pemilih rasional yang tidak terpengaruh oleh orang lain dalam menentukan pilihannya sendiri.

Bung Karna merupakan paslon yang dapat melakukan kampanye politiknya secara maksimal dengan menggunakan kemajuan teknologi dan digital di kabupaten Situbondo. Beliau tidak menggunakan politik identitas dalam kampanye yang dilakukan namun bisa menempatkan diri dimana beliau melakukan kampanye dan tokoh apa yang mendukung beliau. Sehingga pendukung kepada bung Karna bisa merata disemua kalangan tidak terfokus pada kalangan inti yang menjadi pendukung beliau. Pada pilkada tahun ini salah satu musisi lokal di Situbondo membuat lagu yang di posting di tiktok kemudian digunakan oleh masyarakat dari kedua pendukung paslon tersebut yakni berjudul "Situbondo Patennang Montak Tennag Lanjutkan" dengan adanya lagu ini memberikan kebebasan kepada kedua pendukung untuk mendukung paslon yang mana saja tanpa harus menjatuhkan lawan lainnya. Bung Karna pada kepemimpinannya juga

¹³ Faridhian Anshari, "KOMUNIKASI POLITIK DI ERA MEDIA SOSIAL," *Jurnal Komunikasi* 8, no. 1 (2 Oktober 2013): 91–101, <https://doi.org/10.20885/komunikasi.vol8.iss1.art7>.

¹⁴ Fitria Wulan Dhani, "KOMUNIKASI POLITIK BERBASIS POLITIK IDENTITAS DALAM KAMPANYE PILKADA," *Metacommunication: Journal of Communication Studies* 4, no. 1 (30 Maret 2019): 143, <https://doi.org/10.20527/mc.v4i1.6360>.

STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK VIA MEDIA SOSIAL INCUMBENT PADA PEMILIHAN BUPATI SITUBONDO 2024

menghadirkan berbagai artis ibukota yang diundang dalam event kopi di kabupaten Situbondo. Hal ini menjadi suatu hal yang baru karena baru di kepemimpinan bung Karna berhasil memberikan hiburan kepada masyarakat Situbondo. Bintang tamu yang dihadirkan seperti wali band, Happy Asmara, Naff band, dan yang terakhir di bulan agustus mengahadirka Gildcoustic. Tentu masyarakat merasa senang dan bangga akhirnya di kabupaten Situbondo tidak hanya rutin diadakan sholawatan dari grup hadrah pondok pesantren. Namun bisa diimbangi dnegan hiburan lainnya. Hal ini menjadi harapan bung Karna untung dapat terus memberikan hiburan ketika beliau dapat menjabat kembali menjadi bupati di Kabupaten Situbondo. Masyarakat memeriahkan pada acara tersebut lebih dari 10.000 orang yang hadir dan umkm yang berada di lokasi. Di akun media sosial mengabadikan moment tersebut dan menandai bung Karna pada postingan mereka dengan caption “Situbondo Lanjutkan”.

Meskipun Bupati Situbondo, Karna Suswandi, aktif dalam menggunakan media sosial dan memiliki beberapa program untuk kemajuan daerah, tidak bisa dihindari bahwa akan ada tanggapan negatif dari sebagian masyarakat. Komunikasi politik bung Karna pada pilkada tahun ini mengundang banyak pro dan kontra. Tepat pada tanggal 27 Agustus 2024 setelah melakukan pendaftaran calon bupati dan wakil bupati kabupaten Situbondo di kantor KPU Situbondo, bung Karna ditetapkan sebagai tersangka oleh KPK pada kasus pengelolaan dana PEN serta pengadaan barang dan jasa di Kabupaten Situbondo. Hal ini menjadi bumerang sebab pada momentum yang bersamaan bung Karna mencalonkan diri kembali. Masyarakat yang loyal sebagai pengikut setia dan mendukung bung Karna kembali menjadi bupati Situbondo meskipun kabar tidak mengenakan di momen pilkada ini bung Karna ditetapkan sebagai tersangka. Sementara di kubu lain sebagai lawan atau rival bung Karna di pilkada tahun ini akan menjadi kesempatan untuk menarik cela negatif untuk lebih mengunggulkan calon nomor 01 yakni Rio Prayogo dan Ulfiyah. Dengan adanya kasus yang menimpah bung Karna tetap melanjutkan pencalonan diri serta dari KPK memberikan pernyataan bahwa tidak akan mengganggu proses pilkada di Kabupaten Situbondo dan diharapkan dengan adanya kasus tersebut tidak mejatuhkan lawan poltik.

Gambar 1 : hasil survey elektabilitas paslon pilkada Situbondo (indopol survey dan consultan)



Hasil survey dari Indopol menunjukkan bahwa pendatang baru yakni Rio Prayogo dan Ulfiyah lebih unggul dari bung karna dan Ny. Khoirani, namun hasil survey tidak dapat menjadi patokan untuk kemenangan dari suatu calon namun survey sebagai pandangan sementara hasil dari pilkada kemungkinan menang atau kalah bisa saja terjadi. Di hasil survey bisa salah dengan hasil kenyataan yang terjadi ketika proses pemungutan dan perhitungan suara di TPS.

Pertarungan di sosial media oleh kedua pendukung paslon semakin memanas dan menjadi perhatian masyarakat. Dalam sebuah kontestasi tentu terjadi gesekan di masyarakat hal tersebut tidak dapat dipungkiri bahwasanya media dapat mengontrol dan menggiring opini publik. Masyarakat dalam hal ini berada di posisi yang sangat penting ketika terbawa arus informasi di media akan bertindal dan melakukan serangan serangan meskipun bukan “buzzer” tetapi masyarakat dalam berkomentar dengan bebas di sosial media. Hal ini perlu dibenahi dan dilakukan sosialisasi bersosial media dengan diarahkan untuk sekolah politik agar masyarakat dalam menjadi pemilih rasional dengan memilih sesuai dengan rasionalitas dan kemampuan dari kandidat dipilih. Di kabupaten Situbondo Masyarakat masih cenderung dapat di kontrol oleh kelompok maupun ormas yang memiliki pengaruh besar di masyarakat hal ini dapat dimanfaatkan oleh kandidat untuk melakukan pendekatan dan menarik suara pemilih. Sosial media selain menjadi ajang kampanye juga sebagai tempat para pendukung untuk menyuarakan pilihannya baik secara objektif ataupun melakukan kampanye hitam untuk menyerang kandidat lain.

Pada masa kampanye paslon 01 dan 02 saling membuat kampanye akbar yang diselenggarakan di tempat dan waktu yang berbeda. Bung Karna melakukan kampanye akbar di alun alun bumi sholawat kecamatan Kapongan tanggal 21 November 2024 tepat

STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK VIA MEDIA SOSIAL INCUMBENT PADA PEMILIHAN BUPATI SITUBONDO 2024

3 hari sebelum hari tenang¹⁵. Pada kampanye tersebut dihadiri oleh ribuan pendukung yang hadir dari berbagai daerah di Situbondo. Pada kampanye tersebut di hadiri oleh bung Karna dan Nyi. Khoirani, dan menghadirkan hiburan berupa karaoke. Pendukung yang hadir menggunakan dresscode baby blue yang menjadi icon dari pasangan calon bupati Situbondo.

Citra bung Karna yang dibangun dengan baik dibenak masyarakat mulai mengalami pandangan buruk dari masyarakat, sebab kasus yang menimpa beliau¹⁶. Dalam kondisi ini bung Karna masih aktif berkampanye dan fokus pada jabatan dan pilkada. Untuk pemanggilan oleh KPK beliau tidak hadir hanya di hadiri oleh kuasa hukumnya saja dengan alasan persiapan debat ketiga. Masyarakat yang mulai tergoyah yang sebelumnya mendukung namun mulai menjadi pemilih yang bimbang dimana sangat puas dengan kinerjanya namun kasus korupsi merupakan tindakan yang salah dan melanggar hukum. Citra beliau yang bisa dikatakan sedang kurang baik dimanfaatkan oleh pendukung paslon lain dengan melakukan *black Champige* atau kampanye hitam untuk menjatuhkan image bung Karna di media sosial atau secara langsung. Hal ini mengakibatkan kedua belah tim sukses menjadi mencari cari celah kesalahan dari kedua belah paslon kemudian diviralkan di media sosial masing-masing. Tentu hal ini tidak baik untuk dilakukan namun hal seperti ini menjadi hal yang lumrah ketika momentum pemilu yang akan berlangsung sehingga menjadi topik hangat di dalam masyarakat dan mengangkat opini masyarakat ke publik.

KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan tagline "Situbondo Lanjutkan" oleh Bapak Karna Suawandi sebagai Incumbent Bupati Situbondo dilakukan dengan tujuan untuk mempertahankan jabatan dan membangun dukungan masyarakat. Strategi ini dilakukan dengan menggunakan media sosial dan platform digital lainnya untuk menyebarkan pesan politik dan membangun identitas politik. Penggunaan tagline "Situbondo Lanjutkan" juga menunjukkan bagaimana komunikasi politik di era digital

¹⁵ "Dihadiri Ribuan Warga Situbondo, Kampanya Akbar Karna Suswandi-Khoirani Diramaikan Aksi Paralayang - Surya.co.id," diakses 7 Desember 2024, <https://surabaya.tribunnews.com/2024/11/21/dihadiri-ribuan-warga-situbondo-kampanya-akbar-karna-suswandi-khoirani-diramaikan-aksi-paralayang>.

¹⁶ "Buku Komunikasi Politik Untuk Pencitraan.pdf."

memungkinkan partisipasi politik yang lebih luas dan interaktif. Masyarakat dapat dengan mudah mengakses informasi politik dan berpartisipasi dalam proses kampanye melalui media sosial dan platform digital lainnya. Dalam sintesis, penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan tagline "Situbondo Lanjutkan" oleh Bapak Karna Suawandi sebagai Incumbent Bupati Situbondo dalam Pilkada Serentak 2024 adalah contoh bagaimana komunikasi politik di era digital digunakan untuk membangun dukungan masyarakat dan mempertahankan jabatan.

Kritik masyarakat terhadap Bupati Karna Suswandi adalah bentuk respons yang menunjukkan harapan warga akan kepemimpinan yang lebih baik. Respon negatif ini bisa menjadi bahan evaluasi bagi pemerintah Kabupaten Situbondo untuk terus memperbaiki kinerja, merespon keluhan masyarakat, dan menyesuaikan kebijakan agar lebih sesuai dengan kebutuhan dan harapan warga. Transparansi, keterbukaan terhadap masukan, dan keseriusan dalam menindaklanjuti program yang menjawab kebutuhan dasar akan membantu mengurangi respon negatif dan meningkatkan kepercayaan masyarakat. Komunikasi politik Bupati Karna Suswandi sebagai petahana dalam Pilkada Situbondo menunjukkan bagaimana peran media dan strategi komunikasi menjadi elemen kunci dalam menarik simpati masyarakat. Dengan memanfaatkan berbagai saluran komunikasi, baik konvensional maupun digital seperti media sosial, Karna Suswandi berhasil menciptakan ruang interaksi yang lebih luas antara pemerintah dan rakyatnya. Namun, keberhasilan komunikasi politik tidak hanya diukur dari seberapa efektif pesan disampaikan, tetapi juga dari seberapa nyata dampak kebijakan yang dirasakan masyarakat. Dalam kontestasi politik seperti Pilkada, komunikasi politik yang baik harus mampu menyelaraskan narasi dengan tindakan nyata yang menjawab kebutuhan masyarakat. Sebagai petahana, Karna Suswandi menghadapi tantangan untuk mempertahankan kepercayaan masyarakat sembari menjawab kritik yang muncul. Dengan terus membangun transparansi, memperbaiki layanan publik, dan mengutamakan kepentingan rakyat, strategi komunikasi politik yang inklusif dan efektif dapat menjadi kekuatan untuk meraih dukungan dalam Pilkada mendatang.

Pada akhirnya, Pilkada bukan hanya tentang persaingan politik, tetapi juga menjadi momen bagi masyarakat untuk menilai kepemimpinan yang ada. Keberhasilan komunikasi politik Karna Suswandi dapat menjadi tolok ukur seberapa besar kepercayaan masyarakat Situbondo terhadap visi, misi, dan kebijakan yang diusung untuk masa depan

STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK VIA MEDIA SOSIAL INCUMBENT PADA PEMILIHAN BUPATI SITUBONDO 2024

daerah mereka. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pemahaman lebih lanjut tentang komunikasi politik di era digital dan bagaimana teknologi digital digunakan dalam proses kampanye politik. Penelitian ini juga akan mengeksplorasi bagaimana media sosial dan teknologi digital lainnya dimanfaatkan untuk memperkuat pesan kampanye dan meningkatkan interaksi dengan pemilih. Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang dinamika komunikasi politik di era digital, serta relevansi strategi tagline dalam konteks kampanye lokal. Implikasi temuan ini dapat membantu memperkaya literatur tentang strategi komunikasi politik dan pemanfaatan media digital dalam konteks pemilihan umum lokal.

DAFTAR REFERENSI

- Anshari, Faridhian. "KOMUNIKASI POLITIK DI ERA MEDIA SOSIAL." *Jurnal Komunikasi* 8, no. 1 (2 Oktober 2013): 91–101. <https://doi.org/10.20885/komunikasi.vol8.iss1.art7>.
- BINUS Communication. "MEDIA BARU dan DIGITALISASI RUANG PUBLIK." Diakses 7 Desember 2024. <https://binus.ac.id/malang/communication/2022/06/20/media-baru-dan-digitalisasi-ruang-publik/>.
- "Buku komunikasi politik pemerintahan_compressed.pdf," t.t.
- "Buku Komunikasi Politik Untuk Pencitraan.pdf," t.t.
- Dhani, Fitria Wulan. "KOMUNIKASI POLITIK BERBASIS POLITIK IDENTITAS DALAM KAMPANYE PILKADA." *Metacommunication: Journal of Communication Studies* 4, no. 1 (30 Maret 2019): 143. <https://doi.org/10.20527/mc.v4i1.6360>.
- "Dihadiri Ribuan Warga Situbondo, Kampanya Akbar Karna Suswandi-Khoirani Diramaikan Aksi Paralayang - Surya.co.id." Diakses 7 Desember 2024. <https://surabaya.tribunnews.com/2024/11/21/dihadiri-ribuan-warga-situbondo-kampanya-akbar-karna-suswandi-khoirani-diramaikan-aksi-paralayang>.
- Indrawan, Jerry, Efriza, dan Anwar Ilmar. "KEHADIRAN MEDIA BARU (NEW MEDIA) DALAM PROSES KOMUNIKASI POLITIK." *MEDIUM* 8,

no. 1 (19 Juni 2020): 1–17.
[https://doi.org/10.25299/medium.2020.vol8\(1\).4820](https://doi.org/10.25299/medium.2020.vol8(1).4820).

Mahruf, Ririn, Nuraulya Aqdam Fidayah, dan Nurul Fajria Dakila. “Peran media digital dalam meningkatkan komunikasi dan partisipasi politik masyarakat” 01, no. 01 (t.t.).

Memontum 1. “Sosialisasi Program dan Kegiatan Pembangunan di 2024, Bupati Situbondo Urai 43 Program Prioritas,” 31 Januari 2024.
<https://situbondo.memontum.com/sosialisasi-program-dan-kegiatan-pembangunan-di-2024-bupati-situbondo-urai-43-program-prioritas>.

Saipul Bahri, Mohammad Ridwan Rangkuti, dan Abdul Rahman Maulana Siregar. “Komunikasi Politik di Era Digital Analisis Diskursus pada Marketing Politik Pemilukada Kota Medan Tahun 2020.” *Komunika* 19, no. 01 (1 Maret 2023): 29–38. <https://doi.org/10.32734/komunika.v19i01.9841>.

Syarbaini, Syahrial, Syurya Muhammad Nur, dan Erman Anom. “TEORI, MEDIA DAN STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK,” t.t.

“Teknik Pengumpulan Data Metode Kualitatif (1).pdf,” t.t.

Wahyudi, Very. “POLITIK DIGITAL DI ERA REVOLUSI INDUSTRI 4.0 ‘MARKETING & KOMUNIKASI POLITIK.’” *Politea : Jurnal Politik Islam* 1, no. 2 (11 April 2019): 149–68.
<https://doi.org/10.20414/politea.v1i2.819>.

Zuhdi, Moh. *Komunikasi politik era virtual: dinamika komunikasi dan media pasca pemilu serentak 2019*. Yogyakarta: Litera, 2020.

<https://sumbermalang.situbondokab.go.id/berita/sosialisasi-program-dan-pembangunan-pemkab-situbondo-tahun-anggaran-2023> diakses pada tanggal 15 november 2024

<https://publikapost.com/indopol-rilis-survei-pilkada-kabupaten-situbondo-pasangan-riou-ufi-di-atas-angin/> diakses pada tanggal 15 November 2024