



Kampanye Politik Anggota DPRD Kabupaten Garut Jawa Barat Pada Pemilu 2019

Moch. Dickry Sabbieq Nursidqi, Aning Sofyan*

Prodi Jurnalistik, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Indonesia

ARTICLE INFO

Article history :

Received : 23/08/2023

Revised : 10/12/2023

Published : 15/12/2023



Creative Commons Attribution-
NonCommercial-ShareAlike 4.0
International License.

Volume : 3

No. : 2

Halaman : 87-98

Terbitan : **Desember 2023**

ABSTRAK

Terpilihnya Irwandani sebagai anggota DPRD Kab. Garut Dapil III selama 2 periode masa jabatan, tidak terlepas dengan kampanye politik yang telah ia lakukan untuk mempertahankan kepercayaan masyarakat bahwa dirinya layak melanjutkan jabatannya sebagai anggota DPRD Kabupaten Garut Dapil III. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Kampanye Politik Irwandani Pada Pemilihan Anggota DPRD Kabupaten Garut Jawa Barat Dapil III Pemilihan Umum Legislatif 2019. Penelitian ini menggunakan metode Kualitatif dengan pendekatan studi kasus dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, tinjauan pustaka dan dokumentasi dengan melibatkan Irwandani dan tim kampanye sebagai informan. Hasil dari penelitian ini adalah dalam pembentukan juru kampanye, Irwandani membentuk tim kampanye yang terdiri dari dua kepercayaan Irwandani, pembentukan juru kampanye berdasarkan rekomendasi tim kampanye. Untuk membangun daya tarik dan kekuatan, pembentukan juru kampanye melibatkan tokoh masyarakat seperti pemuda, tokoh agama, dan tokoh wanita yang tergabung dalam Jabar Wani. Terakhir akses serta letak geografis Dapil 3 mengakibatkan terbatasnya aksesibilitas ke daerah-daerah tersebut menjadi hambatan pergerakan tim kampanye.

Kata Kunci : Kampanye Politik Irwandani; JabarWani; Pesan Politik.

ABSTRACT

Irwandani's election as a member of the Garut Regency DPRD Dapil III for 2 terms of office is inseparable from the political campaign she has carried out to maintain public trust that she deserves to continue her position as a member of the Garut Regency DPRD Dapil III. This study aims to determine how Irwandani's Political Campaign in the Election of Members of the Garut Regency DPRD West Java Dapil III for the 2019 Legislative General Election. This research uses Qualitative methods with a case study approach with data collection techniques through observation, interviews, literature review and documentation by involving Irwandani and the campaign team as informants. The results of this study are in the formation of campaigners, Irwandani formed a campaign team consisting of Irwandani's two beliefs, the formation of campaigners based on the campaign team's recommendations. To build attractiveness and strength, the formation of campaigners involved community leaders such as youth, religious leaders, and women leaders who are members of JabarWani. Finally, the access and geographical location of Dapil 3 resulted in limited accessibility to these areas which became obstacles to the movement of the campaign team.

Keywords : Irwandani Political Campaign; JabarWani; Political Messages.

@ 2023 Jurnal Riset Jurnalistik dan Media Digital Unisba Press. All rights reserved.

A. Pendahuluan

Wakil rakyat harus benar-benar mengetahui apa yang menjadi aspirasi bagi rakyat, baik yang diinginkan maupun yang menjadi kebutuhan rakyat. Begitupun yang dicita-citakan oleh Irwandani sebagai anggota DPRD Kabupaten Garut. Sejak kecil Irwandani bercita-cita untuk menjadi manusia yang bermanfaat bagi banyak orang. Hal tersebut diimplementasikan dengan niatnya yang kuat untuk mencalonkan diri sebagai anggota DPRD Kabupaten Garut.

Tekadnya yang kuat sedari kecil tersebut, mampu membawanya untuk menduduki jabatan sebagai anggota DPRD Kabupaten Garut selama 2 periode berturut turut. Terpilihnya Bapak Irwandani sebagai anggota DPRD Kabupaten Garut pada PEMILU 2014 dan 2019, tidak terlepas dengan kampanye politik yang telah ia lakukan sebelum pemilihan diselenggarakan.

Dalam melakukan kampanye politik, persoalan yang paling signifikan yaitu tentang bagaimana pesan yang disampaikan oleh kandidat. Menurut Imawan dalam (Cangara 2011) mengungkapkan kampanye adalah upaya persuasif untuk mengajak orang lain yang belum sepaham atau belum yakin pada ide-ide yang kita tawarkan, agar mereka bersedia bergabung dan mendukungnya. Beragam upaya telah dilalui oleh Irwandani untuk mengenalkan dirinya kepada masyarakat luas. Salah satunya dengan melakukan silaturahmi kepada masyarakat khususnya di Daerah Pilihan III Kabupaten Garut. Silaturahmi dilakukan secara formal maupun informal misalnya melakukan pendekatan kepada warga dengan makan bersama, untuk mempererat tali kekerabatan antara Irwandani dan masyarakat terdekat.

Upaya silaturahmi tersebut, memberikan kemudahan bagi Irwandani saat melakukan kampanye pada Pemilihan Umum tahun 2014, sebab masyarakat sudah mengenali Irwandani sebelum beliau mencalonkan diri sebagai anggota DPRD Kab. Garut hingga terpilihnya beliau sebagai anggota DPRD 2014. Pada Pemilu 2019 ini Irwandani berhasil mendapatkan sambutan baik dari masyarakat karena telah terjun langsung dalam melakukan sosialisasi kepada masyarakat sebelumnya selama menjabat sebagai anggota DPRD.

Kampanye sangat penting dalam pemilihan kepala daerah dan wakil kepala daerah seperti dalam pemilihan anggota legislatif pileg. Kampanye politik adalah upaya untuk mempromosikan calon dan program mereka kepada pemilih dalam rangka memenangkan pemilihan. Melalui kampanye, kandidat dapat memperkenalkan diri dan programnya kepada masyarakat serta memperoleh dukungan pemilih. Selama masa kampanye yang telah ditetapkan oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU).

Pemilu legislatif Kabupaten Garut diikuti oleh 16 partai politik dengan 150 Caleg yang terdaftar secara sah di KPUD Kabupaten Garut, yang tersebar di 42 wilayah kecamatan dan dibagi menjadi 5 Daerah Pilihan (Dapil) di Kabupaten Garut. Daerah Pilihan I diantaranya Cilawu, Garut Kota, Karangpawitan, Karangtengah, Pangatikan, Sucinaraja, Sukawening, Wanaraja. Daerah Pilihan II diantaranya Balubur Limbangan, Cibatu, Cibiuk, Kadungora, Kersamanah, Leles, Leuwigoong, Malangbong, Selaawi. Daerah Pilihan III diantaranya Bungbulang, Caringin, Cibalong, Cikelet, Cisewu, Mekarmukti, Pakenjeng, Cisompet, Pameungpeuk, Pamulihan, Talegong. Daerah Pilihan IV diantaranya Banjarwangi, Bayongbong, Cigedug, Cihurip, Cikajang, Cisurupan, Peundeuy, Singajaya, Sukaesmi. Daerah Pilihan V diantaranya Banyuresmi, Pasirwangi, Samarang, Tarogong Kaler, Tarogong Kidul.

Dari sekian banyaknya Calon Legislatif yang tersebar di 5 daerah pilihan Kabupaten Garut, hanya 50 kursi yang dapat ditempati bagi calon legislatif yang telah lolos menjadi anggota DPRD Kabupaten Garut. Irwandani yang diusung oleh Partai Amanat Nasional (PAN), menempati kursi sebagai anggota DPRD Kabupaten Garut Dapil III. Walaupun Irwandani melanjutkan perodesasi sebagai anggota DPRD Kabupaten Garut Dapil III sebelumnya, pada pemilu 2019 Irwandani tetap melakukan kampanye untuk mempertahankan kepercayaan masyarakat bahwa dirinya layak melanjutkan jabatannya sebagai anggota DPRD Kabupaten Garut Dapil III baik kampanye secara tradisional maupun digital.

Menjalin hubungan yang baik dan langsung dengan masyarakat merupakan bagian penting dari kampanye politik yang efektif. Dengan cara berkampanye secara tradisional seperti menyapa dan

bersilaturahmi dengan masyarakat, calon kandidat politik dapat mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang kebutuhan, kekhawatiran, dan aspirasi masyarakat yang ingin mereka wakili.

Pada tahun 2019 merupakan pesta demokrasi besar bagi rakyat Indonesia. Selain menentukan dan memilih Presiden dan Wakil Presiden, Rakyat Indonesia berkesempatan untuk memilih siapa yang akan memangku jabatan di tataran dewan perwakilan baik itu perwakilkan rakyat maupun perwakilan daerah seluruh Indonesia. Setiap pencalon melakukan kampanye sebelum kegiatan pemilu berlangsung agar dapat dikenal oleh publik dan memperlihatkan kredibilitasnya sebagai wakil rakyat atau daerah yang tepat kepada masyarakat Indonesia.

Hal tersebut merupakan hal yang lumrah untuk mencapai tujuan komunikasi politik. Dikutip dari Ardial dalam (Nur 2019) salah satu tujuan dari komunikasi politik adalah untuk menarik simpati dan mendapatkan dukungan dari khalayak dalam rangka meningkatkan partisipasi politik di dalam pemilihan umum atau pemilihan calon. Dengan melakukan komunikasi politik tersebut merupakan salah satu hal yang dipersiapkan secara matang oleh calon dalam menghadapi persaingan pada pemilihan. Menjadi anggota Dewan Perwakilan Daerah (DPRD) sebagai wakil rakyat, penting untuk menjalin komunikasi yang baik dengan konstituen atau masyarakat yang diwakilinya. Hal ini bertujuan untuk menyerap aspirasi dan kebutuhan masyarakat yang kemudian dapat dijadikan dasar dalam pengambilan keputusan dan kebijakan yang tepat dan akurat. Dalam menjalankan tugasnya, seorang wakil rakyat harus memiliki kemampuan komunikasi yang baik dengan masyarakatnya. Wakil rakyat harus membuka diri untuk menerima kritik, saran, dan masukan dari masyarakatnya. Selain itu, wakil rakyat juga harus memperhatikan berbagai permasalahan yang ada di daerahnya dan memastikan bahwa kebijakan yang diambil dapat memberikan solusi yang tepat dan bermanfaat bagi masyarakat.

Masyarakat berhak menyampaikan aspirasi dan kebutuhan kepada wakil rakyat sebagai perwakilan mereka di lembaga legislatif. Oleh karena itu, wakil rakyat harus bersedia mendengarkan dan memperjuangkan aspirasi dan kebutuhan masyarakat tersebut agar dapat direalisasikan melalui kebijakan yang diambil. Dengan kerja sama yang baik antara pemerintahan dan konstituen, diharapkan dapat terwujud tujuan daerah yang lebih baik dan lebih maju, serta dapat meningkatkan kualitas hidup masyarakat secara keseluruhan.

Partisipasi politik masyarakat sangat penting dalam sistem demokrasi. Partisipasi politik memungkinkan masyarakat untuk memiliki suara dalam membuat keputusan dan mempengaruhi arah kebijakan negara. Tanpa partisipasi politik yang cukup, keputusan politik dapat menjadi tidak representatif dan masyarakat tidak akan merasa diwakili oleh pemerintah mereka. Komunikasi politik, sosialisasi politik, citra politik, dan pendapat umum adalah faktor penting dalam mempengaruhi partisipasi politik masyarakat. (Tabroni 2014).

Politisi dan partai politik dapat memperbaiki citra mereka dengan berkomunikasi secara efektif dengan masyarakat dan menyebarkan pesan politik mereka dengan cara yang mudah dipahami. Selain itu, sosialisasi politik dapat membantu mempersiapkan masyarakat untuk berpartisipasi secara aktif dalam politik. Pemahaman tentang isu-isu politik dan proses politik dapat membantu masyarakat merasa lebih percaya diri dalam memberikan kontribusi mereka. Berangkat dari permasalahan yang sudah dijabarkan sebelumnya, maka peneliti berusaha mengetahui Kampanye Politik Irwandani sebagai anggota DPRD Kabupaten Garut Dapil III pada Pemilu 2019. Selanjutnya tujuan penelitian diuraikan sebagai berikut:

(1). Untuk mengetahui tim kampanye membentuk juru kampanye pada pencalonan Irwandani sebagai anggota DPRD saat Pemilu 2019. (2) Untuk mengetahui bagaimana pesan politik Irwandani saat kampanye pencalonan anggota DPRD Kabupaten Garut 2019. (3) Untuk mengetahui pemilihan media sosial Facebook sebagai salah satu saluran atau media politik pada kampanye pencalonan Irwandani sebagai anggota DPRD Kabupaten Garut 2019. (4) Untuk mengetahui apa saja hambatan yang ditemui saat melakukan kegiatan kampanye pencalonan anggota DPRD Kabupaten Garut 2019.

B. Metode Penelitian

Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Penelitian kualitatif umumnya dilakukan dengan cara mewawancarai partisipan atau peserta penelitian untuk memperoleh informasi mengenai pengalaman, persepsi, dan pandangan mereka mengenai suatu fenomena atau gejala sentral (Raco, 2010 : 7). menggunakan pendekatan studi kasus karena ingin meneliti lebih dalam terkait komunikasi politik yang dilakukan oleh Pak Irwandani pada saat kampanye pencalonan anggota DPRD Kabupaten Garut Dapil III. Subjek pada penelitian ini adalah Irwandani selaku caleg Kab. Garut Dapil III pada pemilu 2019 serta Tim Sukses Kampanye Irwandani.

C. Hasil dan Pembahasan

Tim kampanye membentuk juru kampanye

Terpilihnya Irwandani sebagai anggota DPRD tidak luput dari kesuksesan tim kampanye Jabarwani pada kampanye tahun 2019. Dalam pembentukan juru kampanye, Irwandani melakukan pembentukan tim kampanye terlebih dahulu. Pada proses tersebut, Irwandani memberikan kepercayaan kepada dua orang yang sudah mengenalnya dengan baik. Dari kedua orang tersebut, Irwandani mencari rekomendasi terkait orang-orang yang pantas dan siap untuk menjadi anggota tim kampanye. Setelah mendapatkan rekomendasi tersebut, Irwandani melakukan dialog dan diskusi bersama rekomendasi yang nantinya akan bergabung menjadi anggota tim kampanye Irwandani. Diskusi dilakukan tujuannya untuk menyelaraskan pemahaman serta komitmen mereka.

Pada proses pembentukan tim kampanye, Irwandani melakukan kerjasama dan kesepakatan. Agar timbulnya kesamaan pemahaman Irwandani dan tim, kerjasama tersebut membahas dengan jelas peran serta tanggung jawab yang diharapkan dari anggota tim kampanye. Dari terbentuknya tim kampanye tersebut dibetuklah juru kampanye yang memainkan peran dalam kesuksesan kampanye politik yang dilakukan Irwandani. Canggara menyebutkan bahwa dalam berbagai kajian komunikasi, komunikator menjadi sumber dan kendali semua aktifitas komunikasi. Oleh karena itu, jika proses kampanye tidak berjalan dengan baik, kesalahan utama bersumber dari komunikator (Juru Kampanye) karena komunikatorlah yang tidak memahami penyusunan pesan, memilih media yang tepat, dan mendekati khalayak yang menjadi target sasaran (Canggara 2009).

Dalam pembentukan tim kampanye, Irwandani melakukan inovasi dengan tujuan agar tim kampanyenya bisa lebih mudah dikenali oleh masyarakat. Irwandani menyebut tim kampanyenya dengan singkatan RELAWAN JABARWANI (Relawan jaringan baraya Irwandani). Adapun Irwandani menjelaskan bahwa tujuan dari inisiatif dibentuknya Jabarwani adalah agar masyarakat bisa lebih familiar dengan tim kampanye dan juru kampanye yang dibentuk Irwandani. Jumlah anggota RELAWAN JABARWANI berjumlah 114 orang yang tersebar diberbagai daerah. Irwandani melakukan pengelompokan tim kampanye berdasarkan level atau tingkatan tertentu. Tim kampanye yang menduduki Ring 1 adalah tim inti yang terdiri dari 5 orang. Tim inti ini merupakan orang-orang kepercayaan yang mewakili Irwandani ketika Irwandani tidak bisa bertemu langsung dengan masyarakat yang lebih luas.

Selanjutnya, terdapat Ring 2 yang diisi oleh 11 orang kepercayaan Irwandani yang merupakan perwakilan setiap kecamatan di Dapil 3. Mereka bertugas untuk mendukung kampanye di tingkat kecamatan. Terakhir, terdapat Ring 3 yang terdiri dari 98 orang Jabarwani, yaitu juru kampanye perwakilan desa. Anggota di Ring 3 bertanggung jawab untuk mengkampanyekan Irwandani di tingkat desa. Dengan dikelompokannya tim kampanye berdasarkan level, Irwandani memiliki struktur tim kampanye yang terorganisir dengan baik. Setiap anggota tim memiliki peran dan tanggung jawab yang jelas sesuai dengan wilayah atau tingkatan yang mereka wakili. Dari setiap ring pada tim kampanye tersebut terdapat juru kampanye yang bergabung berdasarkan rekomendasi dari tim kampanye.

Irwandani merupakan anggota Partai Amanat Nasional (PAN). Meskipun diusung oleh partai PAN, tidak semua anggota tim kampanye dan juru kampanye yang direkrut oleh Irwandani berasal dari partai tersebut. Irwandani juga merekrut masyarakat di luar partai untuk bergabung dalam tim kampanyenya. Meskipun mereka tidak tergabung dengan partai politik, Irwandani memberikan pemahaman mengenai visi dan misinya kepada anggota Jabarwani yang berasal dari luar partai. Pemahaman ini kemudian akan disampaikan oleh anggota tim kepada masyarakat.

Hafied Canggara (2009) dalam bukunya menyatakan bahwa komunikasi politik tidak hanya menyangkut partai politik, melainkan juga lembaga pemerintahan legislatif dan eksekutif. Dengan demikian, sumber atau komunikator politik adalah mereka-mereka yang dapat memberi informasi tentang hal-hal yang mengandung makna atau bobot politik, misalnya presiden, menteri, anggota DPR, MPR, KPU, gubernur, bupati/walikota, DPRD, politisi, fungsionaris partai politik, fungsionaris Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM), dan kelompok-kelompok penekan dalam masyarakat yang bisa memengaruhi jalannya pemerintahan. (Canggara, 2009 : 37).

Melibatkannya masyarakat di luar partai dalam juru kampanye, ditujukan oleh Irwandani sebagai upaya memperluas basis dukungan dan menciptakan kesempatan untuk lebih mendekatkan diri dengan berbagai kalangan. Pembekalan yang dilakukan Irwandani tujuannya agar anggota tim memiliki pemahaman yang sama tentang visi, misi, dan pesan politik yang ingin disampaikan Irwandani kepada masyarakat. Meskipun masing-masing anggota tim kampanye memiliki cara yang berbeda dalam menyampaikan pesan tersebut, Irwandani berusaha mencapai kesamaan pemahaman dalam menjelaskan tujuan serta dalam mempromosikan Irwandani sebagai calon legislatif. Canggara dalam bukunya menjelaskan bahwa sebagai pelaku utama dalam aktivitas komunikasi, komunikator memegang peranan yang sangat penting. Untuk itu, seorang komunikator yang akan bertindak sebagai juru kampanye harus terampil berkomunikasi, kaya akan ide, serta penuh daya kreatifitas. (Canggara, 2009 : 295)

Tingkat kepercayaan masyarakat terhadap juru kampanye yang terpilih dapat dilihat dari hasil pemilihan suara yang diperoleh. Jika juru kampanye berhasil mempromosikan Irwandani sebagai calon legislatif dengan baik dan mampu mendapatkan banyak suara, hal tersebut menunjukkan bahwa masyarakat memiliki kepercayaan kepada juru kampanye tersebut dan juga kepada Irwandani sebagai calon yang dipromosikan. Tidak semua masyarakat mengenal Irwandani secara pribadi, sehingga bagaimana juru kampanye menjual sosok Irwandani akan mempengaruhi hasil pemilihan suara.

Terdapat beberapa komponen yang menjadi acuan untuk keefektifan komunikator politik, salah satunya adalah daya tarik komunikator. Artinya setiap komunikator politik harus memiliki daya tarik tersendiri untuk menarik perhatian audience. Daya tarik tersebut bisa dari penampilan fisik, gaya bicaranya, kepribadiannya, kinerjanya, pemikirannya, keterampilan komunikasi dan perilakunya. Pada umumnya, memiliki daya tarik terlebih unik akan lebih unggul dalam menumbuhkan kepercayaan kepada para audiencenya. (Mukarom 2020).

Pak Didit, sebagai ketua tim kampanye, menyatakan bahwa kepercayaan masyarakat terhadap Irwandani pada Pemilu 2019 sangat tinggi karena tim kampanye memilih tokoh masyarakat sebagai juru kampanye. Mereka merekrut tokoh-tokoh masyarakat yang dianggap memiliki kearifan lokal dan dianggap mampu membangun kekuatan konkret bagi tim kampanye Irwandani sebagai daya tarik. Dengan melibatkan tokoh masyarakat, tim kampanye ingin menunjukkan komitmen terhadap nilai-nilai keislaman dengan melibatkan tokoh agama dalam promosi Irwandani. Pendekatan kampanye politik atau *political campaign approach* untuk mendukung kegiatan pemasaran politik bisa dilakukan dengan upaya membentuk prefensi bagi pihak setiap pemilih dalam menentukan suara. Merangkul simpati pihak kelompok-kelompok atau *third influencer of person and group* seperti tokoh masyarakat, agama, adat eksekutif dan artis atau selebriti (Tosepu, 2018:156).

Power biasanya didefinisikan sebagai kekuatan, dalam hal ini komunikator politik harus memiliki power. Karena pesan yang disampaikan akan lebih efektif apabila komunikator memiliki power daripada

tidak mempunyai power. Power ini juga bukan merujuk kepada fisiknya namun penyampaian pesannya (Mukarom 2020). Selain itu, tim kampanye juga menggandeng tokoh pemuda dalam upaya membangun kekuatan konkrit. Mereka meyakini bahwa pemuda memiliki potensi untuk menjadi penggerak masyarakat, dan ruang lingkup pemuda yang fleksibel memungkinkan mereka untuk bergerak secara vertikal dan horizontal, baik di tingkat lokal maupun nasional. Dengan melibatkan tokoh masyarakat dan tokoh pemuda, tim kampanye Irwandani berharap dapat memobilisasi masyarakat secara efektif dalam mendukung Irwandani sebagai calon legislatif. Dengan demikian, kepercayaan masyarakat terhadap juru kampanye yang terpilih dapat tercermin dalam hasil pemilihan suara yang diperoleh, dan melibatkan tokoh masyarakat dan pemuda sebagai bagian dari tim kampanye dapat memperkuat kekuatan dan dukungan bagi Irwandani dalam konteks pemilihan tersebut.

Selain itu, dalam upaya membangun daya tarik masyarakat, dilakukan oleh Irwandani dan tim dengan pendekatan konsep kearifan lokal. Irwandani dan tim kampanye (Jabarwani) menyadari bahwa untuk mendapatkan dukungan dari masyarakat, dirasa penting menghargai dan memperhatikan kebiasaan serta nilai-nilai lokal yang ada di setiap kampung atau desa. Dengan memahami situasi dan kondisi tersebut, tim kampanye dapat merancang pesan-pesan kampanye yang relevan dan menarik bagi masyarakat setempat. Sebagai contoh konkrit yang ketika berkunjung ke wilayah Cisompet, tim kampanye menemukan bahwa antusias masyarakat, khususnya pemuda dengan olahraga bola voli sangat tinggi. Berdasarkan penemuan ini, tim kampanye berencana untuk melibatkan pemuda-pemuda tersebut dengan mengadakan suatu *event* bola voli setidaknya di tingkat kelurahan.

Pesan politik dalam pemilihan umum merupakan produk politik yang dipasarkan kepada konsumen dalam hal ini pemilih. Produk politik berupa intangible produk atau produk tidak nyata yang sangat terkait dengan sistem nilai, didalamnya melekat janji dan harapan akan masa depan (Tosepu, 2018 : 149). Produk politik yang berisikan janji serta harapan dituangkan oleh Irwandani kedalam visi dan misi yang ia bentuk. Tujuannya utamanya adalah melayani masyarakat dan memastikan bahwa keuntungan yang ia dapatkan sebagai pemerintah nantinya juga dirasakan oleh masyarakat

Pesan politik Irwandani pada kampanye pencalonan anggota DPRD Kabupaten Garut 2019

Pesan politik ialah pernyataan yang disampaikan, baik secara tertulis maupun tidak tertulis, baik secara verbal maupun non-verbal, tersembunyi maupun terang-terangan, baik yang disadari maupun tidak disadari yang isinya mengandung bobot politik. (Canggara, 2009 : 37).

Adapun visi irwandani adalah “kebermanfaatan bagi masyarakat”. Walaupun tidak tertulis, namun visi disampaikan oleh Irwandani kepada masyarakat dan menjadi tujuan utama jika beliau berhasil terpilih dan menduduki kursi sebagai anggota DPRD pada Pemilu 2019. Tujuan utama yang dimaksud Irwandani dalam menjadi wakil rakyat adalah untuk memikirkan nasib rakyat. Irwandani meyakini bahwa motivasi dan dukungan untuk menjadi wakil rakyat berasal dari rakyat itu sendiri. Irwandani percaya bahwa anggota DPRD haruslah ingat dan tidak melupakan siapa yang memilih mereka dan siapa yang mendorong mereka untuk menjadi wakil rakyat.

Komunikasi Politik akan sukses bila sukses memproyeksi diri ke dalam sudut pandang orang lain. Ini erat kaitannya dengan citra diri sang komunikator politik untuk menyesuaikan suasana pikirannya dengan alam pikir khalayak. Komunikasi di dasarkan oleh kesamaan (Hemofili) akan lebih efektif dan lancar ketimbang oleh ketidaksesuaian (derajat, usia, ras, agama, ideologi, Visi dan misi, simbol politik, doktrin politik dan sebagainya). (Wulandari 2013). Teori empati yang dikembangkan oleh Berlo dan Daniel Learner, teori homofili yang di perkenalkan oleh Everett M. Rogers dan F. Shoemaker dalam Arifin (2003). Teori ini merupakan penjabaran dari paradigma interaksional. Secara sederhana, empati adalah kemampuan menempatkan diri pada situasi dan kondisi orang lain.

Sejalan dengan teori tersebut, Kampanye yang dilakukan oleh Irwandani dan tim Jabarwani berupaya membangun hubungan yang kuat dengan masyarakat. Konsep empati, yaitu kemampuan untuk menempatkan diri pada situasi dan kondisi orang lain, dalam hal ini Irwandani selalu berupaya mewujudkan visi misinya

untuk menyebarkan kebermanfaatannya bagi masyarakat. Irwandani berinteraksi dengan masyarakat, berusaha memahami dan merasakan permasalahan, kebutuhan, serta aspirasi masyarakat, Irwandani dapat mengembangkan pesan dan program kampanyenya agar sesuai dengan kebutuhan yang dirasakan oleh masyarakat. “Ketika saya bicara saya ingin bermanfaat untuk orang yang banyak saya berkunjung, masyarakat ada usulan. Maka saya mau tidak mau, siap tidak siap harus mampu menjembatani apa yang menjadi kebutuhan masyarakat. Dan ketika itu adalah terwujud maka itu adalah relevansi dari visi dan misi”.

Sebagai contoh, terbatasnya akses Dapil 3 karena letak geografis yang jauh dari wilayahnya perkotaan. Irwandani menunjukkan rasa empati dengan pesan politik mengenai komitmen yang beliau sampaikan kepada masyarakat mengenai fokus pada perbaikan fasilitas. Irwandani memiliki komitmen yang dijanjikan kepada masyarakat, yang meliputi beberapa bidang penting yang menjadi fokus utamanya. Meskipun komitmennya tidak terlalu banyak, namun ia ingin memberikan perhatian khusus kepada beberapa hal yang dianggapnya sangat penting bagi masyarakat yang ia wakili. Diantaranya fasilitas peribadatan (Masjid), pendidikan (Madrrasah) dan perbaikan infrastruktur lainnya seperti jalanan rusak, kesejahteraan masyarakat dan sektor pertanian. Jika ada kebutuhan yang belum terpenuhi oleh pemerintah hal tersebut terjadi karena keterbatasannya anggaran. Walaupun belum semua kebutuhan masyarakat dapat terpenuhi, tetapi Irwandani memiliki tekad bahwa aspirasi masyarakat harus diserap.

Sedangkan dalam teori hemofili menyatakan bahwa orang cenderung berinteraksi dan membentuk hubungan dengan individu atau kelompok yang memiliki kesamaan dengan diri mereka sendiri. Adapun Irwandani berkeyakinan bahwa yang mendorong dan menjadikan dirinya sebagai wakil rakyat adalah dari rakyat itu sendiri. Irwandani memiliki prinsip bahwa menjadi wakil rakyat berarti tidak hanya memikirkan kepentingan pribadi, tetapi juga memikirkan kepentingan masyarakat secara luas. Irwandani beranggapan bahwa perjuangannya semasa Pemilu adalah perjuangan bersama dengan masyarakat, Jika kemenangan berpihak kepada Irwandani sebagai calon legislatif, artinya adalah kemenangan milik bersama atas perjuangan bersama. Irwandani dalam hal ini pun menunjukkan sikap setara dengan pernyataan yang menjadi prinsip bagi dirinya "masyarakat juga harus menikmati apa yang kita nikmati". Irwandani berkomitmen agar manfaat dan keberhasilan yang dirasakannya sebagai wakil rakyat juga harus dirasakan oleh masyarakat secara keseluruhan.

Terdapat beberapa pola yang digunakan dalam kegiatan komunikasi politik salah satunya adalah pola partisipatif, yaitu dilakukan dengan mengikutsertakan masyarakat dalam proses pengambilan keputusan politik. Pola ini memungkinkan partisipasi aktif dan membangun kesepakatan bersama antara pemimpin dan rakyat. (A.Mustanir 2023). Irwandani berusaha mengundang partisipasi masyarakat dalam proses pembuatan kebijakan (pokir) dan mengajukan pertanyaan tentang kebutuhan mereka serta apa yang harus diperjuangkan.

Tim Kampanye Irwandani memperhatikan isu politik yang ada di wilayah Dapil 3 Kabupaten Garut dan memanfaatkan momentum. Strategi mengemas pesan politik sangat berperan dalam mengarahkan cara masyarakat memaknainya. Pesan yang diangkat harus sesuai dengan isu-isu politik yang berkembang dalam masyarakat (Tosepu, 2018 : 148). Pada saat Pemilu 2019, Isu politik yang sedang hangat dibicarakan oleh masyarakat Dapil 3 Kabupaten garut adalah antusias masyarakat dalam mencoblos Prabowo sebagai calon presiden. Tim kampanye berusaha mengarahkan opini bahwa partai politik di tidak dapat dipisahkan dari pandangan calon presiden dan wakil presiden. Irwandani merupakan calon legislatif yang diusung oleh Partai Amanat Nasional (PAN). Secara kebetulan, jika kita berbicara tentang PAN, pada saat itu PAN mendukung Prabowo. Disisi lain, tingkat antusiasme pemilih untuk memilih Prabowo dalam dapil 3 sangat tinggi, jadi tim kampanye Irwandani menggunakan opini tersebut untuk memainkan peran pada momentum tersebut dalam pengemasan pesan politik.

Dalam menyampaikan pesan politik harus menggunakan narasi yang kuat dan emosional dapat membantu menginspirasi dan menggerakkan audiens, sehingga mereka merasa terhubung dengan pesan politik yang disampaikan (A.Mustanir 2023). Irwanadani mengakui pentingnya penggunaan emosi dalam penyampaian pesan politiknya. Adapun Irwandani menjelaskan menjelaskan bahwa dalam konteks tersebut,

emosi yang dimaksud tidak hanya terbatas pada kemarahan, tetapi juga mencakup perasaan lain seperti kesedihan dan kebahagiaan. Irwandani menyatakan bahwa dia tidak mungkin tetap datar tanpa menunjukkan emosi dalam situasi tertentu.

Penggunaan bahasa yang tepat dalam proses kampanye politik memainkan peran penting dalam memastikan pesan-pesan kampanye tersampaikan dengan jelas dan efektif kepada masyarakat. Untuk masyarakat awam, yang memiliki latar belakang pendidikan rendah pesan politik harus dikemas sesederhana mungkin tanpa menghilangkan esensi pesan politiknya, sebaliknya masyarakat golongan terpelajajat pesan dikemas dengan data dan informasi yang akurat. Selain itu, pesan yang akan disampaikan harus memiliki identitas tersendiri, tidak hanya sesuai dengan ideologi partai (Tosepu, 2018 : 148). Tim kampanye harus memahami kondisi lingkungan di mana kampanye akan dilaksanakan. Jika kampanye dilakukan di wilayah pedesaan, di mana mayoritas masyarakat menggunakan bahasa daerah seperti bahasa Sunda, tim kampanye harus mampu menyampaikan pesan-pesan kampanye dalam bahasa yang dapat dimengerti oleh masyarakat setempat. Dengan berkomunikasi dalam bahasa yang dikenal dan digunakan oleh masyarakat pedesaan, pesan-pesan kampanye dapat dengan mudah dipahami dan diterima oleh audiens. Di wilayah perkotaan yang cenderung memiliki populasi yang lebih heterogen, masyarakat mungkin menggunakan bahasa Indonesia sebagai bahasa umum dalam percakapan sehari-hari. Dalam hal ini, tim kampanye harus menyesuaikan penggunaan bahasa dengan kondisi tersebut. Penting bagi mereka untuk berkomunikasi dengan bahasa yang dapat diakses oleh berbagai lapisan masyarakat dan tidak menghasilkan kesenjangan atau ketidakpahaman.

Dalam menyampaikan pesan politik, Irwandani menekankan nilai-nilai politik yang menjadi prinsipnya sebagai calon anggota legislatif. Salah satunya adalah politik berdasarkan moral agama. Bagi Irwandani, moral dan agama merupakan landasan yang penting dalam berpolitik. Ia berpendapat bahwa tanpa memiliki dasar moral dan agama, seorang politisi cenderung akan melakukan tindakan yang tidak terkendali dan menghalalkan segala cara untuk mencapai tujuannya. Selain itu, Irwandani juga mengedepankan prinsip kejujuran. Ketika masyarakat menyampaikan aspirasi kepada Irwandani, dia menyadari bahwa sebagai anggota DPRD, ia memiliki keterbatasan dan kewenangan yang terukur. Meskipun tidak mampu memenuhi semua aspirasi masyarakat, Irwandani berkomitmen untuk menyampaikan aspirasi tersebut dengan baik kepada masyarakat. Ia tidak ingin memberikan respons yang kosong atau hanya menyatakan setuju tanpa upaya nyata untuk memperjuangkan aspirasi tersebut. Irwandani berusaha mencari solusi yang memungkinkan dan sesuai dengan kewenangan dan keterbatasannya sebagai calon anggota DPRD. Dengan demikian, Irwandani berupaya untuk menjadi perantara yang efektif antara masyarakat dan lembaga legislatif, serta berkomitmen untuk memberikan tanggapan yang konstruktif dan solutif terhadap aspirasi masyarakat.

Media Sosial Facebook Sebagai Salah Satu Saluran Atau Media Politik Pada Kampanye

Blumler dan Gurevitch dalam (Heryanto 2018) mengemukakan bahwa, ada empat komponen yang perlu diperhatikan dalam mengkaji sistem komunikasi politik. Pertama, institusi politik dengan aspek-aspek komunikasi politiknya. Kedua, institusi media dengan aspek-aspek komunikasi politiknya. Ketiga, orientasi khalayak terhadap komunikasi politik. Keempat, orientasikhalayak terhadap komunikasi yang relevan dengan budaya politik.

Dalam kampanye politik Irwandani dan tim kampanye, media sosial dipilih sebagai salah satu instrumen utama untuk mencapai tujuan kampanye mereka. Media sosial pada saat itu adalah salah satu media yang sangat populer dan digunakan secara luas oleh masyarakat, khususnya di wilayah dipil 3 Kab. Garut. Dalam hal ini, Irwandani dan tim kampanye menggunakan media sosial Facebook sebagai salah satu platform utama dengan akun bernama Tim Pemenangan Jabarwani.

Adapun Yusrin Ahmad Tosepu menyebutkan bahwa peran sosial media dalam komunikasi politik adalah sebuah public sphere, yaitu suatu tempat dimana para anggota dapat secara kolektif membentuk pendapat umum. Komunikasi politik yang baik membutuhkan partisipasi dari actor politik, media dan publik. Jenis situs sosial media yang dimanfaatkan bagi proses komunikasi politik ataupun kampanye adalah

facebook. Informasi-informasi yang ditanam dalam facebook sebagai media sosial dalam proses komunikasi politik atau kampanye politik adalah informasi pribadi, ide, gagasan serta visi misalnya. Informasi lain yang paling utama dan dominan adalah opini publik. (Tosepu, 2018 : 167).

Facebook merupakan media sosial yang populer di wilayah dapil 3 Kabupaten Garut pada saat itu. Pak Didit menyatakan bahwa Facebook adalah media sosial yang disukai dan digunakan secara luas oleh masyarakat di wilayah tersebut. Pak Didit juga menekankan bahwa pada saat itu, Facebook merupakan media sosial yang paling dominan dibandingkan dengan platform lainnya yang belum populer di kalangan masyarakat setempat. Menurut Firmazah, Masyarakat disegmentasi berdasarkan geografis dan kerapatan populasi. Misalnya produk dan jasa yang dibutuhkan oleh orang yang tinggal di pedesaan akan berbeda dengan produk politik yang dibutuhkan oleh orang di perkotaan (Tosepu, 2018 : 144).

Berdasarkan data yang dikeluarkan oleh databoks.katadata.co.id pada tahun 2019, Persentase pengguna yang mengakses Youtube mencapai 88%. Media sosial yang paling sering diakses selanjutnya adalah WhatsApp sebesar 84%, Facebook sebesar 82%, dan Instagram 79%. Walaupun penggunaan platform media sosial pada tahun 2019 sudah beragam, namun media kampanye yang digunakan oleh Irwandani dan tim masih memanfaatkan Facebook karena saat itu merupakan media sosial yang populer di Dapil 3 Kabupaten Garut.

Dalam kampanye Pemilu 2019 di daerah pilihan 3 kabupaten Garut, penggunaan media sosial Facebook dianggap sebagai alternatif yang efektif. Menurut Pak Didit, penggunaan berita online pada saat itu kurang efektif di daerah tersebut. Hal ini bisa disebabkan oleh beberapa faktor, salah satunya adalah kurangnya perhatian terhadap berita online di wilayah tersebut. Berdasarkan aspek geografis, pada tahun 2019, media sosial selain Facebook mungkin belum terlalu populer atau tidak mendapatkan perhatian yang cukup di daerah pilihan 3 kabupaten Garut. Oleh karena itu, tim kampanye Irwandani memilih Facebook sebagai platform utama untuk kampanye mereka. Facebook dipandang memiliki keuntungan tertentu karena popularitasnya dan jumlah pengguna yang signifikan (Gustianingsih 2023).

Sebagai daerah pedesaan di Garut Selatan, Irwandani dan tim kampanye menyadari pentingnya menggunakan media peraga dalam kampanye mereka. Selain media sosial, mereka juga memanfaatkan media cetak sebagai alat untuk menyampaikan pesan kampanye secara langsung kepada masyarakat. Tim kampanye Irwandani menggunakan banner untuk memperkuat pesan kampanye mereka. Banner dipasang di berbagai daerah yang strategis di pedesaan tersebut. Melalui banner, pesan kampanye disampaikan secara visual dan menarik perhatian masyarakat setempat. Banner ini ditempatkan di lokasi yang strategis agar dapat dilihat oleh sebanyak mungkin orang.

Hambatan yang ditemui saat melakukan kegiatan kampanye

Dalam menjalankan kampanye setiap calon anggota legislatif pasti menemukan hambatan, begitupun Irwandani dan Tim kampanyenya. Hambatan yang ditemui oleh Irwandani dan Tim Kampanye saat terjun langsung melakukan kampanye sebagai berikut :

Hambatan pertama adalah sulitnya membangun kepercayaan masyarakat kepada bakal calon legislatif. Irwandani menjelaskan bahwasannya yang menjadi kendala utama adalah stigma masyarakat kepada bakal calon legislatif yang datang pada mereka. Bakal calon legislatif kerap kali tidak amanah dengan janji-janjinya kepada masyarakat sehingga menimbulkan stigma negatif kepada bakal calon legislatif, tentunya hal itu menjadi kendala untuk setiap bakal calon legislatif untuk mendapatkan kepercayaan kembali dari masyarakat. Indriyati Kamil dalam .(Mustanir dkk, 2023 : 92) menyebutkan bahwa hambatan komunikasi politik dapat berupa factor internal dan eksternal yang menghalangi efektivitas komunikasi politik antara pengirim dan penerima pesan. Salahsatunya, ketidakpercayaan public terhadap institusi politik atau pihak-pihak tertentu dapat menghalangi efektivitas politik.

Hambatan ini juga mencerminkan tingkat apatis yang tinggi di kalangan masyarakat terhadap politik. Masyarakat cenderung merasa tidak tertarik atau tidak bersemangat terhadap proses pemilu dan calon-calon

yang ada. Penilaian negatif terhadap calon anggota DPRD dan pemerintah secara umum telah mempengaruhi persepsi masyarakat dan membuat mereka sulit untuk mempercayai dan mendukung calon-calon politik.

Kendala yang dihadapi oleh Irwandani dan tim kampanye terkait dengan sifat pragmatis masyarakat terhadap calon legislatif. Masyarakat memiliki kecenderungan yang kuat untuk berpikir pragmatis dan terfokus pada kepentingan pribadi, yang dapat menyebabkan praktik-praktik yang tidak sehat dalam pelaksanaan kampanye, seperti *money politics*. Arifin dalam (Tosepu, 2018 : 146) mengemukakan adanya satu tipe politik transaksional, yaitu individu-individu yang mengambil keputusan dari sejumlah opsi berdasarkan “transaksi” berupa “hadiah” atau “fasilitas”.

Kendala ini mengharuskan Irwandani dan tim kampanye, untuk membangun kembali kepercayaan masyarakat dan menjelaskan dengan sabar bahwa tidak semua orang yang terjun di dunia politik itu tidak baik. Dalam menghadapi kendala ini, Irwandani dan tim Jabarwani melakukan pendekatan secara intensif dengan masyarakat, silaturahmi mengunjungi masyarakat berkali-kali, dan melakukan edukasi secara sungguh-sungguh menjelaskan program dan visi yang dimiliki Irwandani sebagai calon anggota DPRD. Adapun dalam bentuk penyampaian pesan secara edukatif yaitu dengan mempengaruhi khalayak melalui penyampaian pesan-pesan berisi pendapat-pendapat, fakta-fakta dan pengalaman-pengalaman yang dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya. Dilakukan dengan sengaja, teratur dan berencana, dengan tujuan mengubah tingkahlaku manusia kearah yang diinginkan (Tosepu, 2018 : 151). Melalui pendekatan edukasi dan kesadaran, tim kampanye dapat mencoba mengubah persepsi masyarakat dan mengembangkan kesadaran politik yang lebih berkualitas.

Tim Kampanye Irwandani menghadapi beberapa hambatan terkait akses dan letak geografis Dapil yang mereka datangi. Salah satu hambatan yang dirasakan adalah jarak yang jauh antara Tempat Pemungutan Suara (TPS) satu dengan TPS lainnya. Kondisi ini mengharuskan tim kampanye untuk melakukan perjalanan jauh dari satu TPS ke TPS lainnya. Dalam beberapa kasus, aksesibilitas ke TPS-TPS ini juga minim, membuat perjalanan menjadi lebih sulit. Selain itu, biaya transportasi juga menjadi hambatan yang signifikan. Karena dapil 3 terletak di daerah yang jauh dan sulit dijangkau, tim kampanye harus mengeluarkan biaya tambahan untuk transportasi, seperti ojek atau kendaraan taktikal seperti jeep. Biaya ini tidak sedikit, terutama ketika perjalanan dilakukan secara rutin untuk menjangkau berbagai kecamatan. Hal ini berdampak pada cost politik, yaitu biaya operasional yang harus dikeluarkan oleh tim kampanye untuk menjalankan kegiatan kampanye di Dapil III.

Letak geografis daerah yang sulit dijangkau juga mempengaruhi mobilitas tim kampanye. Musim hujan dapat membuat jalan-jalan di daerah tersebut menjadi sulit dilalui oleh mobil biasa atau kendaraan lainnya. Dalam hal ini, tim kampanye perlu menggunakan kendaraan yang lebih tahan terhadap kondisi jalan yang sulit, seperti jeep. Keterbatasan aksesibilitas ini dapat menghambat pergerakan tim kampanye dari kecamatan ke kecamatan, memperlambat jadwal kampanye, dan menambah kesulitan logistik.

Irwandani dan Tim Jabarwani berusaha mencari solusi agar kampanye di Dapil III dapat berjalan lebih lancar. Salah satu solusi yang mereka temukan adalah dengan meningkatkan cost politik, yaitu menaikkan alokasi dana untuk mengatasi kendala yang timbul akibat letak geografis yang sulit dijangkau. Dengan meningkatkan cost politik, tim kampanye dapat mengatasi beberapa hambatan yang timbul akibat kondisi geografis yang sulit. Meningkatkan alokasi dana memungkinkan mereka untuk membayar biaya transportasi tambahan, seperti menggunakan ojek atau kendaraan taktis seperti jeep untuk perjalanan antar-TPS. Hal ini membantu tim kampanye dalam menjaga mobilitas mereka dan meminimalkan keterlambatan dalam menjalankan kegiatan kampanye di berbagai wilayah dapil.

Selain itu, dengan meningkatkan cost politik, tim kampanye dapat menyediakan akomodasi yang lebih baik bagi anggota tim yang terjun langsung ke lapangan. Mereka dapat menyewa tempat tinggal atau fasilitas penginapan di dekat dapil, sehingga anggota tim dapat tinggal di tempat tersebut dan mengurangi waktu yang diperlukan untuk perjalanan harian. Hal ini membantu mengatasi masalah jarak yang jauh antara TPS-TPS dan mempercepat pergerakan tim kampanye dari satu tempat ke tempat lainnya. Hambatan-hambatan

yang muncul akibat letak geografis lebih bersifat taktis daripada sebagai hambatan internal. Dengan melihat kondisi lapangan sebagai kondisi yang harus dihadapi, mereka berupaya mengatasi hambatan tersebut dengan meningkatkan cost politik. Pendekatan ini menunjukkan kemampuan mereka untuk beradaptasi dengan situasi yang sulit dan menyesuaikan strategi mereka demi mencapai tujuan kampanye.

Dalam keseluruhan, Irwandani dan Tim Kampanye mereka berusaha untuk menemukan solusi kreatif dalam mengatasi hambatan-hambatan yang timbul akibat letak geografis yang sulit di Dapil III. Dengan meningkatkan cost politik, mereka berharap dapat memberikan akomodasi yang lebih baik bagi tim kampanye yang terjun langsung ke lapangan, meminimalkan keterlambatan, dan meningkatkan efektivitas kampanye mereka.

D. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut:

Irwandani berhasil terpilih sebagai anggota DPRD karena kesuksesan tim kampanye Jabarwani pada kampanye tahun 2019. Irwandani membentuk tim kampanye dengan mengandalkan dua orang kepercayaan dan menggunakan rekomendasi dari mereka untuk membentuk juru kampanye yang terdiri dari tiga tingkatan. Irwandani juga melakukan inovasi dengan membentuk tim kampanye RELAWAN JABARWANI dan melibatkan tokoh masyarakat seperti pemuda, tokoh agama, tokoh wanita, dan lain sebagainya untuk menjadi juru kampanye. Irwandani memberikan pemahaman yang sama kepada anggota tim kampanye mengenai visi, misi, dan pesan politiknya, dan kepercayaan masyarakat terhadap juru kampanye yang terpilih tercermin dalam hasil pemilihan suara. Irwandani menggunakan strategi silaturahmi dengan masyarakat untuk membangun hubungan yang lebih dekat dan berhasil memperoleh dukungan masyarakat. Irwandani dan tim kampanye juga memahami kearifan lokal dan nilai-nilai masyarakat setempat dalam merancang pesan kampanye. Kredibilitas Irwandani sebagai anggota DPRD sebelumnya, dukungan dari seluruh wilayah dapil 3, dan basis dukungan masyarakat juga membantu keberhasilan kampanye politiknya.

Sebagai anggota DPRD, Irwandani memiliki visi "kebermanfaatan bagi masyarakat" dan berusaha menjalin hubungan yang kuat dengan masyarakat. Irwandani menggunakan strategi komunikasi politik yang partisipatif, dalam menyuarakan pesan politiknya. Irwandani juga memanfaatkan isu-isu politik yang sedang hangat, sebagai contoh pencalonan presiden 2019 yang melibatkan Prabowo Subianto yang diusung salah satunya oleh Partai Amanat Nasional yang dimana nama Prabowo Subianto sangat kuat kredibilitasnya di daerah yang ada di Dapil 3. Dalam menyampaikan pesan politiknya, Irwandani memperhatikan penggunaan emosi dan bahasa yang tepat misalnya menggunakan Bahasa daerah dan Bahasa yang ringan disesuaikan dengan kondisi masyarakat pedesaan. Irwandani juga menekankan pentingnya nilai politik berdasarkan moral agama.

Irwandani dan tim kampanye JabarWani memanfaatkan media sosial sebagai media politik. Media sosial yang digunakan saat kampanye adalah Facebook. Facebook dipilih sebagai media sosial yang populer di wilayah Dapil 3 Kabupaten Garut pada saat itu (2019). Walaupun penggunaan platform media sosial pada saat tahun tersebut sudah beragam, namun media sosial Facebook dirasa dikuasai oleh masyarakat di Dapil 3 Kabupaten Garut dibanding media sosial lainnya.

Hambatan yang dihadapi Irwandani dan Tim Kampanye sebagai calon anggota legislatif adalah sulitnya membangun kepercayaan masyarakat, hal tersebut terjadi karena stigma negatif terhadap bakal calon legislatif. Selanjutnya, kecenderungan masyarakat berfikir pragmatis dan fokus pada kepentingan pribadi. Hambatan selanjutnya yaitu akses serta letak geografis Dapil 3 mengakibatkan terbatasnya aksesibilitas ke daerah-daerah tersebut menjadi hambatan pergerakan tim kampanye. Mereka mengatasi hambatan-hambatan ini melalui pendekatan edukasi, peningkatan komunikasi, dan meningkatkan alokasi dana (cost politik) untuk mengatasi kendala teknis.

Daftar Pustaka

- A.Mustanir. 2023. *Ilmu Politik*. Malang: PT. Malang : Literasi Nusantara Abadi Grup.
- Arifin, Anwar. 2003. *Komunikasi Politik: Paradigma Teori Aplikasi Strategi Dan Komunikasi Politik Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Cangara, Hafied. 2011. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Cangara, H. 2009. *Komunikasi Politik Konsep. Teori, Dan Strategi*. 1st ed. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Gustianingsih, Dalatina Peloggia. 2023. “Distribusi Afeksi Sebagai Bentuk Aktivasi Hak Suara Dalam Ruang Digital Learning.” *Jurnal Riset Jurnalistik Dan Media Digital* 3(1):53–62.
- Heryanto, G. G. 2018. *Media Komunikasi Politik*. Yogyakarta: IRCiSoD.
- Mukarom, Z. 2020. *Teori-Teori Komunikasi. Bandung*. Bandung.
- Nur, E. 2019. “Strategi Komunikasi Tim Sukses Pada Kampanye Politik Untuk Memenangkan Calon Legislatif Kota Makassar.” *Jurnal Diakom* 2(1):120–28.
- Tabroni, R. 2014. “Etika Komunikasi Politik Dalam Ruang Media Massa.” *Jurnal Ilmu Komunikasi* 10(2):105–16.
- Wulandari, R. 2013. “Strategi Kampanye Politik Koalisi Partai Pengusung Afi-Mukmin Dalam Pemilihan Gubernur Tahun 2013.” *EJournal Ilmu Komunikasi* 1(4):220–34.