

Cite this: *J.SST*, Vol 4 (2):  
185-193, 2025

Received Date:  
20 Desember 2024  
Accepted Date:  
28 Desember 2024

**Keywords:**  
*Political Communication, Sympathy,  
Regional Elections, Regional Heads*

**Kata kunci:**  
Komunikasi Politik, Simpati,  
Pilkada, Kepala Daerah

**DOI:**  
<http://dx.doi.org/10.31960/tea.v5i1>  
(contoh)

## Strategi Komunikasi Politik H. Irwan Sabri- Hermanus Sebagai Calon Kepala Daerah Kabupaten Nunukan Dalam Menarik Simpati Pemilih Pemula Pada Pilkada 2024

*Political Communication Strategy of H. Irwan Sabri-Hermanus as a Candidate for Regional Head of Nunukan Regency in Attracting the Sympathy of Novice Voters in the 2024 Regional Elections*

Didin Himawan<sup>1\*</sup>; Nur Alim Djalil<sup>2</sup>; Muhammad Yusuf<sup>3</sup>

Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, Fakultas Pascasarjana, Universitas Fajar, Kota Makassar, 90231, Indonesia

\*Email: [didinfa2006@gmail.com](mailto:didinfa2006@gmail.com); (Email institusi, [pascasarjana@unifa.ac.id](mailto:pascasarjana@unifa.ac.id))

**Abstract.** *This research examines the political communication strategy employed by H. Irwan Sabri and Hermanus in their 2024 Pilkada campaign, focusing on their efforts to engage young voters in Kabupaten Nunukan. The study examines the process by which political communicators design, implement, and assess strategies to build trust and mobilize this voting group. By employing qualitative research methods, including interviews with campaign teams and first-time voters, along with observation of campaign activities, the study identifies the strengths and weaknesses of current communication strategies and offers insights into how such strategies can be refined to foster greater participation from younger, digitally connected voters. The study applies Middlaton's Theory of Political Communication, which emphasizes relevance, message adaptation, and the role of media in shaping public perception. It highlights the success of this strategy in creating trust and engagement among young voters but also points to weaknesses such as inconsistent messaging and limited reach beyond digital platforms. The paper concludes that while the strategy has strengths, further refinement in message consistency and broader media integration is essential to fully capitalize on young voters' potential in the upcoming election.*

**Keywords:** *Political Communication, Sympathy, Regional Elections, Regional Heads*

**Abstrak.** Penelitian ini mengkaji strategi komunikasi politik yang digunakan oleh H. Irwan Sabri dan Hermanus dalam kampanye Pilkada 2024, dengan fokus pada upaya mereka untuk melibatkan pemilih muda di Kabupaten Nunukan. Penelitian ini mengkaji proses komunikator politik merancang, menerapkan, dan menilai strategi untuk membangun kepercayaan dan memobilisasi kelompok pemilih ini. Dengan menggunakan metode penelitian kualitatif, termasuk wawancara dengan tim kampanye dan pemilih pemula, serta observasi kegiatan kampanye, penelitian ini mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan strategi komunikasi saat ini dan menawarkan wawasan tentang bagaimana strategi tersebut dapat disempurnakan untuk mendorong partisipasi yang lebih besar dari pemilih muda yang terhubung secara digital. Penelitian ini menerapkan Teori Komunikasi Politik Middlaton, yang menekankan relevansi, adaptasi pesan, dan peran media dalam membentuk persepsi publik. Laporan ini menyoroti keberhasilan strategi ini dalam menciptakan kepercayaan dan keterlibatan di antara pemilih muda, tetapi juga menunjukkan kelemahan seperti pesan yang tidak konsisten dan jangkauan yang terbatas di luar platform digital. Makalah ini menyimpulkan bahwa meskipun strategi ini memiliki kelebihan, penyempurnaan lebih lanjut dalam konsistensi pesan dan integrasi media yang lebih luas sangat penting untuk memanfaatkan sepenuhnya potensi pemilih muda dalam pemilihan mendatang.

**Kata kunci:** Komunikasi Politik, Simpati, Pilkada, Kepala Daerah

## PENDAHULUAN

Pesan politik, komunikator politik, media atau saluran politik, komunikan, dan hasil yang diharapkan semuanya selalu tercakup dalam komunikasi politik. Alhasil, proses komunikasi politik berjalan dengan baik. Ketika komunikasi politik terjadi, pesan politik itu sendiri tidak sepenting tokoh atau aktor politik yang menyampaikannya. Dengan kata lain, keberhasilan atau kegagalan komunikasi politik akan bergantung pada keandalan komunikator politik dan lembaga politik (partai) yang mendukungnya. Sikap dan perilaku seseorang dapat dianggap berubah sebagai hasil dari komunikasi yang berhasil. Berbicara merupakan bagian penting dari proses komunikasi dalam politik. Namun, berbicara harus dipahami secara luas untuk mencakup semua cara orang berkomunikasi, termasuk melalui kata-kata tertulis dan lisan, gambar, isyarat, gerakan, dan pakaian (Danil & Fitri, 2021).

Nunukan, sebuah Kabupaten di Kalimantan Utara, menawarkan berbagai peluang dan masalah bagi para kandidat politik dalam Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) 2024. Penelitian ini hanya berfokus pada dua kecamatan, yaitu Kecamatan Nunukan dan Kecamatan Nunukan Selatan, karena kedua wilayah ini merupakan pusat aktivitas politik dan sosial di Kabupaten Nunukan. Selain itu, konsentrasi pemilih pemula di kedua kecamatan ini memungkinkan analisis yang lebih mendalam terkait strategi komunikasi politik yang diterapkan oleh calon kepala daerah.

Salah satu tantangan yang dihadapi adalah berinteraksi dengan kelompok pemilih pemula. Memahami dan mempraktikkan taktik komunikasi politik yang baik menjadi penting bagi para kandidat yang ingin memperoleh basis pemilih yang cukup besar karena Indonesia terus mengalami pergeseran demografi dan perkembangan politik.

Studi terbaru mengungkap pergeseran signifikan dalam perilaku pemilih dan demografi Indonesia. Berbeda dengan taktik kampanye konvensional, pemilih muda—terutama mereka yang memberikan suara pertama—lebih terpengaruh oleh media digital dan jejaring sosial, menurut studi oleh (Prathama, Y., & Putra, A. T., 2023). Komunikasi politik harus mengadopsi strategi yang lebih bernuansa mengingat pergeseran demografi saat ini.

Untuk melibatkan pemilih pemula, penting untuk menggunakan taktik komunikasi politik yang efektif. Menurut (Alamsyah dkk., 2024), untuk membangun hubungan dengan audiens yang lebih muda, politisi yang sukses sering menggunakan kampanye digital yang terfokus yang memanfaatkan platform media sosial. Kapasitas untuk membuat pesan yang menarik bagi nilai dan minat pemilih muda memiliki pengaruh besar pada hasil pemilu.

Pemilih pemula adalah kelompok masyarakat yang baru pertama kali mendapatkan hak pilih dalam pemilihan umum atau pilkada, biasanya berusia antara 17 hingga 21 tahun. Kelompok ini memiliki karakteristik unik karena masih dalam tahap awal membentuk pandangan politik mereka dan belum memiliki pengalaman dalam proses pemilu. Penelitian tentang pemilih pemula menjadi penting karena beberapa alasan. Pertama, pemilih pemula sering kali memiliki jumlah yang signifikan dalam daftar pemilih, terutama di wilayah dengan populasi muda yang tinggi, sehingga dapat memengaruhi hasil pemilihan. Kedua, mereka merupakan generasi penerus yang akan menentukan arah demokrasi di masa depan. Ketiga, karena minimnya pengalaman, pemilih pemula lebih rentan terhadap pengaruh eksternal, seperti media sosial, berita palsu, kampanye hitam, atau politik uang. Keempat, mereka cenderung membuat keputusan politik berdasarkan isu-isu spesifik yang relevan dengan kehidupan mereka, seperti pendidikan dan peluang kerja.

Total pemilih pemula di kedua kecamatan ini mencapai 6.940 orang. Kecamatan Nunukan dan Nunukan Selatan dipilih sebagai lokasi penelitian karena memiliki populasi pemilih pemula yang signifikan dan mencerminkan dinamika demografi serta sosial-budaya yang relevan dengan penelitian ini.

Pemilih pemula di Kabupaten Nunukan menunjukkan karakteristik khas. Sebagai daerah perbatasan, pemilih pemula di wilayah ini cenderung mengandalkan media sosial sebagai sumber utama informasi politik, menjadikan kampanye digital sebagai metode komunikasi yang efektif. Namun, hal ini juga membuat mereka lebih rentan terhadap pengaruh negatif, seperti informasi palsu, hoaks, atau kampanye hitam. Selain itu, sebagian besar pemilih pemula menunjukkan ketertarikan yang tinggi terhadap isu-isu lokal seperti pendidikan, lapangan kerja, dan pembangunan infrastruktur daerah. Namun, tidak sedikit pula yang bersikap apatis karena merasa suara mereka tidak berpengaruh secara signifikan.

Studi terbaru Nugroho dan Sari (2024) menekankan pentingnya kontekstualisasi pesan politik agar sesuai dengan keyakinan dan isu lokal, karena hal ini dapat meningkatkan keterlibatan dan koneksi pemilih. Penelitian ini difokuskan pada Kabupaten Nunukan karena memiliki sejumlah alasan yang mendukung pentingnya penelitian ini. Pertama, Kabupaten Nunukan memiliki jumlah pemilih pemula yang signifikan, terutama di Kecamatan Nunukan dan Kecamatan Nunukan Selatan, dengan total mencapai 6.940 orang. Sebagai kelompok yang baru pertama kali berpartisipasi dalam pemilu, pemilih pemula memiliki potensi besar untuk memengaruhi hasil Pilkada 2024. Kedua, Kabupaten Nunukan merupakan daerah perbatasan yang memiliki dinamika sosial, budaya, dan ekonomi unik, sehingga strategi komunikasi politik perlu disesuaikan dengan kondisi lokal. Ketiga, pemilih pemula di wilayah ini cenderung mengandalkan media sosial sebagai sumber utama informasi politik, menjadikan platform digital sebagai saluran komunikasi yang dominan dan efektif. Keempat, masih rendahnya tingkat pendidikan politik di kalangan pemilih pemula di Nunukan membuat mereka rentan terhadap pengaruh eksternal, seperti hoaks, kampanye hitam, dan politik uang. Kelima, tantangan lokal seperti pengaruh tokoh masyarakat, budaya tradisional, dan keterbatasan infrastruktur komunikasi menuntut pendekatan kampanye politik yang relevan dan kontekstual. Terakhir, Pilkada 2024 menjadi momen penting untuk mengukur efektivitas strategi komunikasi politik dalam menjangkau kelompok pemilih muda yang akan menentukan arah demokrasi di masa depan.

Oleh karena itu, penelitian ini tidak hanya relevan secara akademik, tetapi juga memberikan kontribusi praktis dalam meningkatkan partisipasi politik pemilih pemula di Kabupaten Nunukan.

## METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, yang lebih adaptif terhadap kompleksitas realitas yang bervariasi, memungkinkan interaksi langsung antara peneliti dan subjek studi, serta sensitif terhadap berbagai nilai yang mungkin mempengaruhi. Peran peneliti dalam penelitian kualitatif ini sebagai perencana, pengumpul data, penganalisis, serta sebagai pencetus penelitian. Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Nunukan, dengan fokus pada strategi komunikasi politik calon kepala daerah dalam menarik pemilih pemula. Penelitian ini dimulai pada bulan Januari 2025 dan akan berlanjut hingga penyelesaiannya pada bulan Februari 2025.

Informan dipilih secara purposive (berdasarkan relevansi terhadap topik), seperti calon kepala daerah dan pemilih pemula. Berikut ini data informan yang relevan

no	Nama Informan	Pekerjaan
1	H. Irwan Sabri, S.E	Bupati
2	Hermanus, S.Sos	Wakil Bupati
3	M. Rifqi (18 tahun)	Pelajar
4	Nahsan (19 tahun)	Belum Bekerja
5	Alfaizan (17 tahun)	Pelajar
6	Olan Rahmadi (21 tahun)	honoror
7	Bagas (21 tahun)	honoror
8	Iqbal (20 tahun)	wiraswasta

Tahap analisis data ini diaplikasikan guna menyusun hasil-hasil dari wawancara secara sistematis. Penggunaan wawancara dalam studi ini bertujuan guna mengumpulkan informasi langsung dari masyarakat, dengan kepercayaan menjadi faktor kunci dalam mendukung metode pengamatan (observasi). Oleh karena itu, analisis data kualitatif menjadi alat penting dalam mengurai dan memahami informasi yang beragam yang diperoleh melalui interaksi langsung dengan responden.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Proses Strategi Komunikasi Politik Calon Kepala Daerah Di Kabupaten Nunukan Pada PILKADA 2024 Untuk Menarik Pemilih Pemula

#### a. Komunkator

Strategi komunikasi politik yang diterapkan oleh H. Irwan Sabri dan Hermanus

dalam kampanye Pilkada 2024 melalui program "ngopi bareng" mencerminkan prinsip-prinsip Teori Middlaton dengan sangat jelas. Program ini menekankan pentingnya pendekatan langsung dan interaktif untuk membangun hubungan personal yang lebih dekat dengan pemilih muda, terutama dalam mengatasi hambatan komunikasi formal yang sering membuat mereka enggan terlibat dalam proses politik. Dalam suasana santai dan tidak formal, calon kepala daerah tidak hanya menyampaikan pesan tetapi juga mendengarkan aspirasi pemilih, sehingga menciptakan rasa saling percaya yang kuat. Selain itu, pemanfaatan media sosial seperti Instagram, TikTok, dan YouTube sebagai perpanjangan dari pendekatan ini membantu menjangkau lebih banyak pemilih muda dengan cara yang relevan dan sesuai dengan preferensi mereka. Dialog yang terjadi dalam setiap sesi ngopi juga berfungsi sebagai alat edukasi politik, di mana pemilih muda diajak untuk memahami pentingnya partisipasi dalam Pilkada dan pembangunan daerah. Melalui pendekatan informal ini, calon kepala daerah berhasil membangun citra positif sebagai figur yang mudah dijangkau, peduli, dan transparan, yang pada gilirannya meningkatkan kepercayaan dan partisipasi politik di kalangan pemilih muda. Respon positif dari pemilih muda menunjukkan bahwa strategi ini berhasil memengaruhi persepsi mereka terhadap calon kepala daerah, membuat mereka merasa lebih dihargai dan penting dalam proses demokrasi. Secara keseluruhan, kombinasi pendekatan langsung dan digital ini mencerminkan prinsip Teori Middlaton, yaitu pentingnya komunikasi dua arah, relevansi pesan, pengaruh media, dan pembentukan citra positif dalam membangun komunikasi politik yang efektif dan berdampak langsung.

#### b. Pesan Politik

Strategi pesan politik yang digunakan oleh H. Irwan Sabri dan Hermanus dalam kampanye Pilkada 2024 mencerminkan pendekatan yang sangat relevan, personal, dan interaktif, dengan fokus utama pada pemilih muda. Menurut Teori Middlaton, efektivitas komunikasi politik bergantung pada kemampuan komunikator untuk menyampaikan pesan yang relevan dengan kebutuhan audiens serta memanfaatkan media yang tepat untuk menjangkau mereka. Pesan-pesan politik mereka tidak hanya berisi visi dan misi, tetapi juga dirancang untuk membangun kedekatan emosional dan menyentuh isu-isu yang dekat dengan kebutuhan pemilih muda, seperti pendidikan, lapangan kerja, dan akses teknologi. Melalui program "ngopi bareng," mereka menyampaikan pesan dalam suasana santai dan tidak formal, yang memungkinkan terjadinya dialog dua arah antara calon dan pemilih. Teori Middlaton menekankan bahwa komunikasi dua arah ini lebih efektif dalam memengaruhi persepsi audiens, karena calon tidak hanya berbicara tetapi juga mendengarkan aspirasi pemilih muda, sehingga menciptakan hubungan personal yang lebih kuat.

Selain itu, penggunaan media sosial seperti Instagram, TikTok, dan YouTube menjadi saluran penting untuk menjangkau pemilih muda dengan cara yang sesuai dengan preferensi mereka. Teori Middlaton menjelaskan bahwa media memiliki peran penting sebagai mediator antara pesan dan audiens, serta memengaruhi bagaimana audiens mempersepsikan pesan tersebut. Pesan-pesan yang disampaikan melalui platform digital sering kali dikemas dalam format menarik seperti video pendek atau grafis yang mudah dicerna, sehingga lebih efektif dalam menarik perhatian audiens muda. Strategi ini juga mencakup penyampaian visi dan misi secara sederhana dan solutif, sehingga mudah dipahami oleh pemilih muda. Slogan atau tagline yang ringan namun berdampak juga kemungkinan digunakan untuk memperkuat pesan mereka, yang sesuai dengan prinsip Teori Middlaton bahwa pesan harus relevan dan mudah diingat agar dapat memengaruhi sikap audiens.

Kombinasi antara pendekatan langsung di dunia nyata dan interaksi digital ini berhasil membangun kepercayaan dan loyalitas pemilih muda, yang cenderung lebih

kritis dan menghargai figur pemimpin yang transparan serta peduli. Teori Middleton menjelaskan bahwa citra seorang pemimpin sangat dipengaruhi oleh cara ia berkomunikasi dengan audiens, dan melalui pendekatan informal ini, calon kepala daerah berhasil menampilkan diri sebagai pemimpin yang manusiawi dan terbuka terhadap aspirasi masyarakat. Respon positif dari pemilih muda menunjukkan bahwa strategi ini tidak hanya berhasil menyampaikan pesan tetapi juga mendorong partisipasi aktif mereka dalam proses politik. Secara keseluruhan, strategi pesan politik ini mencerminkan prinsip-prinsip Teori Middleton, yaitu pentingnya relevansi pesan, pengaruh media, komunikasi dua arah, dan pembentukan citra positif dalam memperkuat dampak pesan politik kepada generasi muda.

### c. Media Politik

Strategi media politik yang diterapkan oleh pasangan H. Irwan Sabri dan Hermanus dalam kampanye Pilkada 2024 sangat sejalan dengan prinsip-prinsip Teori Middleton, yang menekankan pentingnya integrasi berbagai saluran komunikasi untuk menciptakan pengalaman komunikasi politik yang holistik, adaptif, dan interaktif. Teori Middleton menjelaskan bahwa keberhasilan strategi komunikasi politik tidak hanya bergantung pada pemilihan media yang tepat, tetapi juga pada kemampuan untuk menyelaraskan pesan dengan preferensi audiens serta menciptakan ruang bagi partisipasi aktif dari publik.

Pasangan calon ini menggabungkan penggunaan media sosial seperti Instagram, TikTok, dan YouTube sebagai saluran utama untuk menjangkau pemilih muda, dengan pendekatan langsung melalui program "ngopi bareng" di tempat-tempat favorit anak muda seperti warkop dan kafe. Media sosial digunakan untuk menyampaikan pesan dalam format visual yang menarik, seperti video pendek dan grafis, yang mudah dicerna oleh generasi muda. Pendekatan ini selaras dengan prinsip Teori Middleton yang menekankan pentingnya konten yang relevan dan format yang sesuai dengan gaya hidup audiens target. Dengan memanfaatkan media digital yang dekat dengan kebiasaan konsumsi informasi generasi muda, pasangan calon berhasil menciptakan narasi politik yang lebih personal dan terhubung secara emosional.

Selain itu, fitur interaktif seperti polling, kuis, dan sesi tanya jawab di media sosial memungkinkan terjadinya dialog dua arah, sehingga pemilih muda merasa lebih terlibat dalam proses politik. Hal ini mencerminkan prinsip Teori Middleton tentang pentingnya interaksi dua arah dalam komunikasi politik. Dialog dua arah ini tidak hanya meningkatkan partisipasi, tetapi juga memungkinkan pasangan calon untuk mendapatkan feedback langsung dari audiens, yang kemudian dapat digunakan untuk menyesuaikan strategi komunikasi agar lebih efektif.

Sementara itu, media tradisional seperti TV, radio, dan surat kabar tetap dimanfaatkan untuk menjangkau audiens yang lebih luas, dengan konten yang disesuaikan agar tetap relevan dengan isu-isu yang dekat dengan pemilih muda. Pendekatan ini mencerminkan prinsip Teori Middleton tentang pentingnya integrasi antara media baru dan media lama untuk menciptakan jangkauan yang lebih luas dan inklusif. Dengan memadukan media tradisional dan digital, pasangan calon berhasil memastikan bahwa pesan mereka tidak hanya tersampaikan kepada pemilih muda, tetapi juga kepada kelompok pemilih lain yang mungkin lebih nyaman dengan media konvensional.

Program "ngopi bareng" menjadi salah satu strategi unik yang menciptakan suasana santai dan tidak formal, sehingga calon dapat berinteraksi langsung dengan pemilih muda, mendengarkan aspirasi mereka, dan menjelaskan visi misi secara personal. Pendekatan ini mencerminkan prinsip Teori Middleton bahwa komunikasi politik yang efektif harus mampu mengatasi hambatan formalitas dan menciptakan hubungan emosional yang kuat dengan audiens. Melalui interaksi langsung, pasangan

calon berhasil membangun kepercayaan dan menciptakan ikatan personal dengan pemilih muda, yang sering kali skeptis terhadap politisi.

Evaluasi terhadap feedback dari kegiatan "ngopi bareng" dan interaksi di media sosial juga memungkinkan pasangan calon untuk menyesuaikan pesan mereka agar lebih relevan dan efektif. Ini mencerminkan prinsip Teori Middleton tentang pentingnya evaluasi berkelanjutan dalam strategi komunikasi politik. Dengan menggunakan data dan feedback dari audiens, pasangan calon dapat terus memperbaiki pendekatan mereka, sehingga pesan politik mereka tetap segar, relevan, dan responsif terhadap dinamika sosial.

Secara keseluruhan, kombinasi antara teknologi digital, media tradisional, dan komunikasi langsung ini menciptakan strategi media politik yang adaptif, responsif, dan interaktif, yang berhasil membangun kepercayaan serta meningkatkan partisipasi politik di kalangan pemilih muda. Strategi ini tidak hanya mencerminkan prinsip-prinsip Teori Middleton, tetapi juga membuktikan bahwa pendekatan komunikasi politik yang terintegrasi dan berbasis audiens dapat menjadi kunci sukses dalam memenangkan hati pemilih di era digital saat ini.

#### d. Sasaran Politik

Strategi sasaran politik pasangan H. Irwan Sabri dan Hermanus dalam Pilkada 2024 sangat terfokus pada pemilih muda, dengan pendekatan yang personal, inklusif, dan interaktif. Berdasarkan hasil wawancara dengan calon dan pemilih pemula, strategi ini dirancang untuk memenuhi kebutuhan dan aspirasi generasi muda melalui berbagai saluran komunikasi yang relevan dengan gaya hidup mereka. Pasangan calon ini memanfaatkan media sosial seperti Instagram, TikTok, dan YouTube untuk menjangkau audiens muda dengan konten visual, video pendek, dan pesan yang mudah dipahami. Selain itu, program "ngopi bareng" di warkop dan kafe menjadi salah satu cara efektif untuk menciptakan interaksi langsung yang santai dan tidak formal, sehingga pemilih muda merasa lebih terhubung secara emosional dengan calon.

Pendekatan ini mencerminkan prinsip Teori Middleton, yang menekankan pentingnya integrasi antara media baru dan media lama, serta relevansi pesan dengan kebutuhan audiens. Dengan menggabungkan penggunaan media digital dan interaksi langsung, pasangan calon berhasil menciptakan dialog dua arah yang intensif, memberikan ruang bagi pemilih muda untuk menyuarakan aspirasi mereka. Program-program konkret seperti beasiswa pendidikan, pelatihan keterampilan, dan dukungan wirausaha juga ditawarkan sebagai solusi nyata terhadap tantangan yang dihadapi pemilih muda di Kabupaten Nunukan. Hal ini menunjukkan bahwa pasangan calon tidak hanya menawarkan janji-janji politik, tetapi juga memiliki komitmen untuk mewujudkan perubahan yang relevan dengan kebutuhan audiens target.

Selain itu, pasangan calon ini melibatkan pemilih muda secara aktif dalam kampanye mereka, misalnya dengan memberikan peran sebagai relawan atau duta kampanye. Ini menciptakan rasa kepemilikan dan partisipasi aktif di kalangan pemilih muda, yang sering kali merasa kurang terhubung dengan proses politik formal. Dengan melibatkan mereka dalam kampanye, pasangan calon berhasil membangun komunitas yang merasa terhubung secara emosional dengan visi dan misi mereka. Secara keseluruhan, strategi sasaran politik ini mencerminkan prinsip-prinsip Teori Middleton, yang menekankan pentingnya relevansi pesan, integrasi media, dan penciptaan ruang untuk partisipasi aktif audiens. Melalui pendekatan ini, pasangan calon berhasil membangun koneksi kuat dengan pemilih muda, yang diharapkan akan berpengaruh positif pada keberhasilan mereka dalam Pilkada 2024.

Strategi sasaran politik pasangan H. Irwan Sabri dan Hermanus sangat selaras dengan prinsip-prinsip Teori Middleton, yang menekankan integrasi media, relevansi

pesan, dan partisipasi aktif audiens. Pendekatan mereka yang fokus pada pemilih muda melalui media sosial, program langsung, dan keterlibatan aktif berhasil menciptakan koneksi kuat dengan audiens target, sehingga meningkatkan peluang keberhasilan dalam Pilkada 2024.

### **Proses Kelemahan dan Keunggulan Strategi Komunikasi Politik Calon Kepala Daerah untuk Menarik Pemilih Pemula di Kabupaten Nunukan pada Pilkada 2024**

Strategi komunikasi politik pasangan calon H. Irwan Sabri dan Hermanus dalam menarik pemilih pemula di Kabupaten Nunukan pada Pilkada 2024 memiliki keunggulan dan kelemahan yang perlu dianalisis secara mendalam, terutama dengan merujuk pada prinsip-prinsip Teori Midlaton. Teori ini menekankan pentingnya integrasi antara media baru dan media lama, relevansi pesan dengan audiens, serta penciptaan ruang untuk partisipasi aktif dalam komunikasi politik. Berdasarkan hasil wawancara dengan calon dan pemilih pemula, strategi komunikasi politik pasangan calon ini menunjukkan keberhasilan dalam beberapa aspek, namun juga menghadapi tantangan yang perlu diatasi.

Keunggulan utama dari strategi komunikasi politik pasangan calon adalah pendekatan langsung yang personal melalui program "ngopi bareng" dan interaksi santai di tempat-tempat favorit anak muda seperti warkop dan kafe. Pendekatan ini menciptakan hubungan emosional yang kuat dengan pemilih muda, yang sering kali merasa kurang terhubung dengan kampanye formal. Program ini memberikan kesempatan bagi calon untuk mendengarkan aspirasi pemilih muda secara langsung, sehingga mereka merasa dihargai dan lebih tertarik untuk mendukung pasangan calon. Selain itu, pemanfaatan media sosial seperti Instagram, TikTok, dan YouTube juga menjadi salah satu keunggulan strategi ini. Konten visual yang dinamis, seperti video pendek dan live streaming, berhasil menarik perhatian pemilih muda yang lebih responsif terhadap informasi yang mudah dicerna dan relevan dengan gaya hidup mereka. Fitur interaktif di media sosial, seperti polling dan sesi tanya jawab, memungkinkan terjadinya dialog dua arah yang intensif, sehingga pemilih muda merasa lebih terlibat dalam proses politik. Relevansi program yang ditawarkan, seperti beasiswa pendidikan, pelatihan kewirausahaan, dan pengembangan keterampilan, juga menjadi salah satu keunggulan utama. Program-program ini dirancang untuk menjawab tantangan nyata yang dihadapi pemilih muda, sehingga mereka merasa bahwa visi-misi pasangan calon benar-benar sesuai dengan kebutuhan mereka.

Namun, strategi ini juga memiliki kelemahan yang perlu diperhatikan. Salah satu kelemahan utama adalah kurangnya konsistensi dan struktur dalam penyampaian pesan. Beberapa pemilih muda menyebutkan bahwa pesan-pesan kampanye terkadang terasa terlalu informal atau terpecah-pecah, sehingga sulit dipahami secara keseluruhan. Meskipun program ngopi bareng efektif untuk membangun kedekatan, pendekatan ini kadang-kadang tidak terpadu dengan baik dalam keseluruhan pesan kampanye yang ingin disampaikan. Hal ini dapat menyebabkan ketidaksesuaian antara pesan yang ingin disampaikan dan cara penyampaiannya yang terlalu fokus pada sisi hiburan atau keakraban. Selain itu, terbatasnya akses bagi pemilih muda yang tidak aktif di platform digital menjadi tantangan lain. Meskipun media sosial efektif untuk menjangkau sebagian besar pemilih muda, masih ada segmen pemilih yang tidak terbiasa menggunakan teknologi atau lebih nyaman dengan media tradisional seperti TV, radio, atau surat kabar. Hal ini menciptakan kesenjangan informasi antara pemilih muda yang aktif di dunia digital dengan yang tidak. Terakhir, kesulitan dalam menjangkau pemilih muda yang apatis terhadap politik juga menjadi tantangan besar. Meskipun pendekatan informal dapat menarik mereka, banyak pemilih muda yang

merasa bahwa politik terlalu jauh dari kehidupan sehari-hari mereka, sehingga sulit untuk membangun minat dan partisipasi mereka dalam proses politik.

Secara keseluruhan, strategi komunikasi politik pasangan calon ini mencerminkan prinsip-prinsip Teori Midlaton, terutama dalam hal integrasi media baru dan pendekatan personal yang relevan dengan audiens. Namun, untuk meningkatkan efektivitas strategi ini, pasangan calon perlu memperbaiki konsistensi dalam penyampaian pesan, memperluas jangkauan kampanye melalui diversifikasi saluran komunikasi, serta berusaha lebih keras untuk membangun minat politik di kalangan pemilih muda yang cenderung apatis. Dengan melakukan penyesuaian ini, strategi komunikasi politik mereka dapat menjadi lebih inklusif, terstruktur, dan efektif dalam menarik dukungan dari semua segmen pemilih muda di Kabupaten Nunukan.

Strategi komunikasi politik pasangan calon H. Irwan Sabri dan Hermanus memiliki keunggulan dalam pendekatan personal dan relevansi program untuk pemilih muda, namun menghadapi kelemahan dalam hal konsistensi pesan dan terbatasnya jangkauan bagi pemilih yang tidak aktif di media sosial. Berdasarkan Teori Midlaton, strategi ini perlu diperbaiki dengan memperkuat integrasi media, meningkatkan konsistensi pesan, dan membangun minat politik di kalangan pemilih muda yang apatis, agar lebih efektif dalam menarik dukungan di Pilkada 2024.

## SIMPULAN

Strategi komunikasi politik yang diterapkan oleh pasangan calon Kepala Daerah di Kabupaten Nunukan dalam Pilkada 2024 berfokus pada pendekatan langsung dan informal, dengan tujuan untuk menarik pemilih pemula. Pendekatan ini melibatkan program-program seperti ngopi bareng dan nongkrong bersama anak muda di warkop dan kafe-kafe, yang memungkinkan para calon untuk mendengarkan langsung aspirasi pemilih muda dalam suasana yang lebih santai dan tidak formal. Selain itu, pasangan calon juga memanfaatkan media sosial sebagai saluran utama untuk menjangkau pemilih muda, mengingat kebiasaan mereka yang lebih aktif di platform-platform digital seperti Instagram, TikTok, dan YouTube.

Dengan pendekatan ini, pasangan calon berharap dapat menjalin kedekatan emosional dengan pemilih muda dan mengedukasi mereka mengenai pentingnya berpartisipasi dalam Pilkada. Selain itu, pemilih muda dapat merasa lebih terhubung dengan calon yang memahami aspirasi mereka melalui program-program yang relevan seperti beasiswa, pelatihan keterampilan, dan peluang wirausaha.

Keunggulan dari strategi komunikasi politik yang digunakan pasangan calon adalah pendekatan yang lebih personal dan terbuka melalui program ngopi bareng dan nongkrong bersama anak muda. Pendekatan informal ini menciptakan kesempatan bagi calon untuk berinteraksi langsung dengan pemilih muda dan mendengarkan aspirasi mereka. Hal ini membangun hubungan yang lebih dekat dan akrab, yang meningkatkan kepercayaan pemilih terhadap pasangan calon. Selain itu, penggunaan media sosial sebagai alat komunikasi yang efektif berhasil menjangkau segmen pemilih muda yang aktif di platform digital.

Namun, strategi ini juga memiliki kelemahan. Salah satunya adalah kurangnya konsistensi dan struktur pesan yang disampaikan, karena terlalu banyak mengandalkan pendekatan santai dan informal yang terkadang membuat pesan politik menjadi kurang terfokus. Selain itu, terbatasnya jangkauan media sosial menjadi kelemahan lain, mengingat ada sebagian pemilih muda yang tidak aktif atau tidak tertarik dengan platform digital. Kurangnya penyampaian pesan yang lebih formal dan terperinci mengenai program-program strategis dapat menyebabkan kebingungan di kalangan pemilih muda.

Secara keseluruhan, meskipun pasangan calon memiliki keunggulan dalam menjalin kedekatan dengan pemilih muda, perlu ada upaya untuk menyusun pesan yang lebih terstruktur dan memperluas jangkauan kampanye agar dapat menjangkau seluruh lapisan pemilih muda secara efektif.

## REFERENSI

- 1 Alamsyah, R., Rahmawati, N., & Santoso, H. (2024). Digital Campaigning in Indonesian Local Elections: Strategies and Implications. *Asian Journal of Political Science*, 18(1), 50-65
- 2 Alamsyah, F. (2022). *Komunikasi Politik dan Partisipasi Pemilih Pemula dalam Pemilihan Kepala Daerah di Kabupaten Sleman*.
- 3 Alfani, H. (2015). *Political Communication Channel and The Phenomenon of Political Communicators in Indonesia*.
- 4 Anggraini, R. (2019). *Strategi Komunikasi Politik Kandidat Kepala Daerah dalam Meningkatkan Partisipasi Pemilih Pemula di Pilkada Surabaya*.
- 5 Anwar Arifin. (2020). Komunikasi politik: Filsafat, paradigma, teori, tujuan, strategi, dan komunikasi politik Indonesia. *PT Raja Grafindo Persada*.
- 6 Baghdadadi, S. (2023). THE ADOPTION OF DIGITAL POLITICAL COMMUNICATION STRATEGIES DURING THE ELECTORAL CAMPAIGN OF PRESIDENTIAL CANDIDATES AND NON-PRESIDENTIAL CANDIDATES. In *2023 1 Academy of Marketing Studies Journal* (Vol. 27, Issue 2).
- 7 Chebrolu, T., Chowdary, R., Vardhan, N. H., Kumaraguru, P., & Rajadesingan, A. (2023). *Framing the Fray: Evaluating Conflict and Game Frames in Indian Election News Coverage*. <http://arxiv.org/abs/2310.04331>
- 8 de-Lima-Santos, M.-F., Gonçalves, I., Quiles, M. G., Mesquita, L., Ceron, W., & Clara Couto Lorena, M. (2023). *Visual Political Communication in a Polarized Society: A Longitudinal Study of Brazilian Presidential Elections on Instagram*. <http://orcid.org/0000-0002-2674-330X>
- 9 Estevez, J., Dominguez, J. J., & Graña, ; M. (2020). *Relationship between the visibility of political leaders during campaign and the outcome in general elections. A case study for Spain*. <https://github.com/julestevez>
- 10 Fujiwara, T., Müller, K., & Schwarz, C. (2024). The Effect of Social Media on Elections: Evidence from The United States. *Journal of the European Economic Association*, 22(3), 1495–1539. <https://doi.org/10.1093/jeea/jvad058>
- 11 Gorden., W. I. (1971). *The Communication Process*. Holt, Rinehart & Winston.
- 12 Hakim, F. (2021). *Media Sosial Sebagai Instrumen Kampanye Politik: Studi Kasus Pemilih Pemula pada Pilkada Tangerang 2020*.
- 13 Harsono Suwardi. (2003). *Komunikasi massa: Teori dan praktek*. RajaGrafindo.
- 14 Hovland, C. I. (1953). *Communication and persuasion: Psychological studies of opinion change*. New Haven: Yale University Press.
- 15 HUDDY, L., SEARS, D. O., & Levy, J. S. (2013). *the oxford handbook of POLITICAL PSYCHOLOGY* (second).
- 16 McQuail, D. (2010). *McQuail's mass communication theory* (6th ed.). London: Sage Publications.
- 17 Miriam Budiardjo. (2008). *Dasar-dasar ilmu politik* (6th ed.). Gramedia.
- 18 Nurhaliza, S. (2017). *Peran Media Digital dalam Kampanye Politik Kandidat Kepala Daerah pada Pemilih Pemula: Studi Kasus Pilkada Makassar*.
- 19 Nurwanti, H. (2022). Penerapan Strategi dalam Komunikasi Publik di Era Digital. *Jurnal Komunikasi Dan Media*, 10(2).
- 20 Onong Effendy Uchjana. (2003). *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*. Citra Aditya Bakti.
- 21 Pearson, J. C., & Melson, P. E. (2001). *Human communication: The basic course* (10th ed.). Boston: Allyn & Bacon.
- 22 Pratama, A. (2020). *Efektivitas Strategi Kampanye Politik Terhadap Generasi Z dalam Pemilu 2019 di Kota Medan*.
- 23 Rahayu, D. (2015). *Analisis Strategi Politik untuk Pemilih Pemula: Studi pada Pilkada Yogyakarta 2015*.
- 24 Richard L. Wiseman. (2011). *59 Seconds: Change Your Life in Under a Minute*. London: Pan Books.
- 25 Ridwan, M. (2018). *Strategi Komunikasi Politik dalam Pemilu: Studi Kasus Pemilih Pemula di Kota Samarinda*.