

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penggunaan media massa surat kabar daring seperti Radar Bekasi terbukti menjadi strategi kampanye yang efektif dalam meningkatkan popularitas calon legislatif Partai Gerindra di Dapil IX Provinsi Jawa Barat pada Pemilu 2024. Media daring Radar Bekasi memiliki peran strategis sebagai penghubung antara caleg dan masyarakat, menyajikan informasi kampanye dalam bentuk narasi, advertorial, hingga opini yang membentuk citra politik dan menyampaikan kerja nyata caleg di lapangan. Pemanfaatan Radar Bekasi memberikan ruang visibilitas yang luas, terutama di kalangan pemilih lokal seperti kelas menengah, pemilih muda, dan masyarakat urban yang memiliki akses kuat terhadap media daring. Keberhasilan kampanye melalui Radar Bekasi diperkuat oleh pendekatan pesan yang relevan, kolaborasi dengan tokoh lokal, serta keterlibatan langsung masyarakat dalam kegiatan kampanye yang diliput media. Hasilnya, para caleg yang memanfaatkan media ini memperoleh peningkatan pengenalan publik, respons positif, dan kontribusi terhadap kenaikan elektabilitas.

Sebagai media lokal yang memiliki kedekatan geografis dan emosional dengan masyarakat Kabupaten Bekasi, Radar Bekasi berhasil menjadi saluran komunikasi politik yang efektif antara caleg dan pemilih. Kehadiran media ini memungkinkan para caleg menyampaikan pesan-pesan politik mereka secara konsisten, terstruktur, dan berbasis pada isu-isu lokal yang relevan dengan kehidupan masyarakat sehari-hari. Dengan demikian, media daring lokal bukan hanya berfungsi sebagai penyampai informasi, melainkan juga sebagai alat penghubung antara representasi politik dan aspirasi publik.

Pemanfaatan Radar Bekasi sebagai sarana kampanye dilakukan melalui berbagai format, mulai dari advertorial, liputan kegiatan, hingga artikel opini yang menggambarkan gagasan dan keterlibatan caleg dalam menjawab persoalan masyarakat. Konten-konten ini tidak hanya bersifat promosi politik, tetapi juga mencerminkan

rekam jejak caleg dalam memperjuangkan isu-isu penting seperti pendidikan, kesehatan, infrastruktur, dan ekonomi kerakyatan. Hal ini menjadi daya tarik tersendiri bagi pemilih rasional, khususnya kelompok kelas menengah dan pemuda urban yang lebih kritis dan aktif mengakses informasi melalui media digital. Dengan pendekatan narasi yang komunikatif dan visualisasi yang kuat, konten kampanye di Radar Bekasi mampu membangun citra caleg sebagai sosok yang hadir, bekerja, dan memiliki kepedulian terhadap daerah pemilihannya.

Lebih jauh, keberhasilan strategi kampanye melalui Radar Bekasi juga diperkuat oleh keterlibatan tokoh lokal dan respons langsung dari masyarakat. Banyak masyarakat yang merespons positif pemberitaan caleg di media ini, baik melalui interaksi langsung di lapangan maupun di ruang digital seperti media sosial. Mereka menyatakan merasa lebih mengenal sosok caleg, memahami program-program yang ditawarkan, serta merasa lebih yakin dalam menentukan pilihan politiknya. Kepercayaan masyarakat terhadap Radar Bekasi sebagai sumber informasi juga menjadi faktor penting dalam membentuk persepsi positif terhadap caleg yang aktif memanfaatkan media ini. Dengan kata lain, kehadiran Radar Bekasi turut memperluas jangkauan pesan politik dan memberikan legitimasi sosial yang lebih kuat bagi para calon yang berkompetisi.

Di sisi lain, Radar Bekasi juga tetap menjaga profesionalitas dalam menempatkan diri sebagai media informasi yang netral dan berintegritas. Meskipun menerima kerja sama advertorial dari para caleg, redaksi tetap memilah antara konten iklan dan konten editorial, menjaga keberimbangan pemberitaan, dan menyajikan informasi yang layak secara jurnalistik. Hal ini membuat Radar Bekasi tetap dipercaya oleh publik dan tidak dianggap sebagai corong propaganda politik. Bahkan, beberapa isu yang diangkat dalam pemberitaan merupakan hasil inisiatif redaksi berdasarkan dinamika sosial yang berkembang di masyarakat, sehingga media ini tidak hanya menunggu materi dari caleg, tetapi turut aktif membentuk narasi kampanye yang informatif dan edukatif.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa strategi kampanye melalui media daring lokal seperti Radar Bekasi memberikan kontribusi signifikan dalam membentuk popularitas dan meningkatkan elektabilitas calon legislatif. Media ini mampu menjadi ruang publik yang mempertemukan gagasan politik dengan kebutuhan masyarakat secara konstruktif. Efektivitas kampanye melalui Radar Bekasi terletak pada kombinasi antara pesan yang relevan, narasi yang kuat, respons publik yang positif, dan kredibilitas media sebagai institusi informasi lokal. Penelitian ini mempertegas pentingnya peran media lokal dalam proses demokrasi elektoral di tingkat daerah, serta membuka peluang bagi pendekatan kampanye yang lebih adaptif, partisipatif, dan berbasis pada kekuatan komunikasi politik digital.

Ada tujuh faktor yang mempengaruhi pilihan strategi kampanye media massa daring dalam membentuk popularitas anggota DPRD Gerindra Dapil 9 Kabupaten Bekasi antara lain (1) Daya jangkauan dan kredibilitas Radar Bekasi sebagai media lokal yang dikenal masyarakat Bekasi; (2) Kemampuan Radar Bekasi mengemas pesan kampanye secara informatif dan emosional sehingga mampu diterima berbagai lapisan masyarakat; (3) Keterbatasan menjangkau daerah terpencil dan padat penduduk melalui tatap muka; (4) Respons masyarakat terhadap pemberitaan media daring yang bersifat dua arah; (5) Pengaruh Radar Bekasi dalam membentuk citra dan persepsi politik secara konsisten dan berkelanjutan; (6) Adanya pergeseran perilaku konsumsi informasi politik di kalangan pemilih muda dan pemilih kritis, yang lebih banyak mengakses berita melalui media daring daripada mengikuti kampanye konvensional; (7) Adanya profesionalisme dan netralitas media lokal.

Dalam penelitian ini, komunikasi persuasi yang dijalankan caleg dengan surat kabar daring Radar Bekasi menggunakan metode asosiasi dimana pesan disajikan dengan menumpangkan pada suatu peristiwa yang aktual, atau sedang menarik perhatian dan minat massa. Pola yang digunakan melalui isu yang disiapkan oleh tim kampanye caleg untuk radar Bekasi. Tetapi sering juga redaksi Radar Bekasi yang lebih dulu menangkap fenomena sosial yang berkembang di tengah masyarakat dan menawarkannya kepada caleg untuk direspons dalam narasi kampanye. Seringkali isu

nasional ditarik ke dalam konteks lokal agar tetap aktual dan membumi. Strategi ini mencerminkan komunikasi persuasi berbasis asosiasi, yakni menghubungkan pesan kampanye dengan peristiwa yang relevan dan sedang menjadi perhatian publik (Nida, 2014).

5.2 Saran

Berdasarkan temuan yang diperoleh dalam penelitian ini, *Pertama*, media lokal merupakan saluran untuk menyampaikan aspirasi melalui kegiatan yang disampaikan melalui *radar bekasi* sehingga kegiatan-kegiatan yang bersifat sosialisasi dapat dilihat oleh masyarakat yang berdampak positif terhadap caleg tersebut sehingga dapat meningkatkan popularitas. Media lokal Radar Bekasi memiliki keunggulan dalam menjangkau masyarakat secara lebih dekat dan kontekstual, terutama di wilayah-wilayah yang menjadi basis dukungan politik. Calon legislatif perlu mengemas pesan-pesan kampanye dalam bentuk narasi yang menyentuh kebutuhan publik dan membangun kedekatan emosional, bukan sekadar pesan promosi diri. Penggunaan media lokal secara tepat akan membantu meningkatkan popularitas, memperluas jangkauan, dan memperkuat citra caleg di tengah pemilih yang semakin kritis. Kampanye politik tidak lagi cukup dilakukan melalui baliho, tatap muka terbatas, atau media sosial pribadi saja, melainkan perlu didukung oleh media yang memiliki kredibilitas, jangkauan lokal yang luas, serta kedekatan dengan masyarakat pembaca. Pemanfaatan media lokal secara maksimal memungkinkan penyebaran pesan kampanye dilakukan lebih efektif, terukur, dan tepat sasaran, terutama jika dikemas dalam narasi yang menyentuh dan sesuai kebutuhan publik.

Kedua, para tim kampanye disarankan untuk menjalin komunikasi aktif dan profesional dengan redaksi media daring lokal dalam merancang konten kampanye. Gaya kampanye dan isi pesan kampanye diharapkan dapat membentuk popularitas calon anggota legislatif oleh karena itu koordinasi antara tim sukses, calon anggota dewan dan media diperlukan agar pesan politik tersampaikan dengan baik. Tim kampanye juga perlu memperhatikan kualitas konten, menghindari repetisi narasi, serta menyesuaikan

gaya penyampaian dengan karakteristik pembaca media daring. Selain itu, strategi kampanye digital harus bersifat tematik, berjangka panjang, dan tetap berpijak pada kerja nyata caleg agar pesan kampanye tidak hanya informatif tetapi juga membangun kepercayaan. Diharapkan tim sukses caleg agar mampu menyusun strategi komunikasi politik yang adaptif, tidak hanya berfokus pada promosi figur, tetapi juga menyampaikan gagasan, kerja nyata, dan komitmen caleg terhadap persoalan masyarakat. Kampanye harus bersifat edukatif dan menyentuh logika serta emosi pemilih. Oleh karena itu, tim kampanye perlu membangun komunikasi yang baik dengan pihak media, termasuk memahami mekanisme kerja redaksi dan gaya pemberitaan yang sesuai dengan etika jurnalistik. Keterlibatan dalam produksi konten seperti advertorial, opini, atau liputan kegiatan hendaknya dilakukan secara profesional dan berkelanjutan, tidak hanya menjelang pemilu. Hal ini penting agar kedekatan antara calon dan masyarakat terbangun bukan karena momentum, tetapi karena konsistensi dan kehadiran yang nyata di ruang publik.

Ketiga,. Penelitian ini berfokus pada Calon Anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah dan Surat Kabar Daring Lokal yang dimana Caleg dapat memanfaatkan media surat kabar Daring lokal dalam kebutuhan sosialisasinya kepada masyarakat sehingga masyarakat dapat mengenal calon anggota dewan yang akan dipilihnya. Selain itu, redaksi Radar Bekasi dapat lebih aktif menyelenggarakan forum edukasi politik, seperti rubrik khusus pemilu, wawancara publik, atau debat terbuka yang menghadirkan berbagai caleg, sehingga masyarakat memiliki akses informasi yang lebih adil dan luas dalam menentukan pilihannya.

Keempat, Masyarakat sebagai pemilih diharapkan semakin cermat dalam menyaring informasi kampanye yang mereka terima, baik dari media sosial maupun media daring. Kepercayaan terhadap media lokal seperti Radar Bekasi patut dijaga dengan tetap bersikap kritis terhadap isi pemberitaan. Masyarakat perlu membiasakan diri untuk membaca secara menyeluruh, memverifikasi informasi, dan tidak hanya bergantung pada satu sumber. Dengan begitu, pemilih akan menjadi lebih rasional dan partisipatif dalam proses pemilu, serta mampu memilih calon legislatif berdasarkan

rekam jejak dan kontribusi nyata, bukan semata janji politik yang tidak terbukti. Pemilih diharapkan tidak hanya terpaku pada citra dan popularitas calon, melainkan juga memperhatikan rekam jejak dan kontribusi nyata yang diberitakan. Mengakses lebih dari satu sumber informasi, memverifikasi berita, dan berdiskusi secara terbuka menjadi cara terbaik untuk menjadi pemilih yang rasional dan sadar politik. Kesadaran ini penting untuk mencegah manipulasi informasi serta mendorong partisipasi politik yang berkualitas dalam proses pemilu.

Terakhir, diharapkan penelitian selanjutnya dapat berkonsentrasi kepada pemilih atau masyarakat sehingga dapat memperkaya wawasan tentang seberapa efektif peran kampanye calon anggota dewan dan media massa dapat memberikan informasi kepada masyarakat. Dan diharapkan ke depan penelitian ini dapat dikembangkan dengan pendekatan yang lebih luas atau menggunakan metode kuantitatif guna mengukur pengaruh kampanye media terhadap perilaku memilih secara lebih terukur.

