

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG MASALAH

Dalam konteks politik modern, persaingan dalam pemilihan umum telah menjadi fenomena global yang sangat menarik perhatian. Pemilu tidak hanya menjadi ajang memilih pemimpin, tetapi juga mencerminkan dinamika sosial, ekonomi, dan budaya di masyarakat. Kampanye politik dan strategi kemenangan telah berkembang pesat di berbagai negara, di mana partai politik dan kandidat menggunakan berbagai pendekatan, termasuk pemanfaatan media sosial dan teknologi komunikasi untuk menjangkau pemilih. Fenomena ini juga terjadi di berbagai negara berkembang, di mana tantangan untuk meraih suara semakin kompleks karena persaingan semakin ketat. Dalam ilmu politik, teori rasionalitas pemilih dan teori kampanye politik menjelaskan bagaimana pemilih membuat keputusan berdasarkan informasi yang diterima dan manfaat yang mereka harapkan. Teori politik elektoral berfokus pada bagaimana kandidat atau partai politik mengembangkan strategi yang tepat untuk meraih dukungan maksimal. Konsep seperti mobilisasi pemilih dan komunikasi politik juga menjadi sangat relevan dalam memahami fenomena kemenangan dalam pemilu. Dengan demikian, strategi kampanye yang efektif memerlukan pemahaman yang mendalam tentang perilaku pemilih dan konteks lokal (Margiansyah, 2019).

Seiring dengan perkembangan zaman, metode kampanye politik juga ikut berkembang. Dulu, pendekatan kampanye tradisional seperti door-to-door canvassing dan pertemuan fisik dengan pemilih adalah metode utama. Namun, dengan kemajuan teknologi dan media sosial, kampanye kini dapat dilakukan secara virtual dan terstruktur, menciptakan komunikasi yang lebih personal dengan pemilih. Di beberapa negara, inovasi dalam kampanye digital bahkan telah menjadi penentu kemenangan kandidat, seperti yang terlihat dalam pemilu di Amerika Serikat dan beberapa negara Eropa. Meski perkembangan teknologi telah membuka peluang besar, kampanye politik modern juga menghadapi tantangan serius. Disinformasi, hoaks, dan kampanye hitam kerap menjadi ancaman bagi integritas pemilu. Selain itu, tingkat partisipasi politik yang rendah di beberapa negara menjadi perhatian serius, karena pemilih merasa tidak mendapatkan manfaat langsung dari pemimpin yang dipilih. Fenomena ini menciptakan tantangan bagi para kandidat untuk membangun kepercayaan dan keterlibatan masyarakat dalam proses politik (Ahmad Ziruddin et al., 2023).

Di Indonesia, Pemilu dan pemilihan legislatif diatur dalam Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilu. UU ini mengatur tentang pelaksanaan pemilu, partisipasi masyarakat, hingga tata cara pencalonan dan kampanye. Selain itu, peraturan tersebut menekankan pentingnya prinsip transparansi, akuntabilitas, dan keadilan dalam proses pemilihan umum, termasuk dalam penggunaan dana kampanye. Selain UU Pemilu, ada peraturan tambahan seperti Peraturan Komisi Pemilihan Umum (PKPU) yang mengatur tentang tahapan kampanye, metode kampanye, dan pelaporan dana kampanye. Pemerintah juga mengeluarkan Peraturan Presiden dan Peraturan Menteri untuk mendukung kelancaran pemilu, terutama terkait pengawasan dan penegakan hukum terhadap pelanggaran kampanye. Peraturan-peraturan ini memastikan pemilu berjalan dengan tertib dan demokratis (Kolang et al., 2022).

Norma yang ideal mengharuskan adanya transparansi dalam penggunaan dana kampanye. Setiap kandidat atau partai politik harus melaporkan penerimaan dan pengeluaran dana kampanye secara terbuka, sehingga tidak ada celah bagi praktik korupsi atau manipulasi. Transparansi ini sangat penting agar masyarakat mengetahui bahwa proses pemilu berjalan dengan jujur dan adil. Idealnya, setiap pelanggaran dalam kampanye dan pemilu harus ditindak tegas oleh lembaga pengawas seperti Bawaslu. Sistem penegakan hukum yang kuat memastikan bahwa setiap peserta pemilu berkompetisi secara sehat dan sesuai aturan. Hal ini penting untuk menjaga integritas proses pemilihan dan memberikan contoh positif kepada masyarakat tentang nilai demokrasi (Hurriyah, 2020).

Kampanye politik selalu menjadi topik yang menarik untuk diteliti karena ini adalah momen di mana partai politik dan kandidat berlomba-lomba untuk memenangkan hati pemilih. Dalam konteks pemilu modern, kampanye tidak hanya soal memilih pemimpin, tetapi juga mencerminkan bagaimana politik, sosial, dan budaya bertemu. Di sinilah peran media sosial dan teknologi sangat penting—karena kampanye

saat ini lebih mengandalkan digitalisasi, yang memungkinkan pesan politik disebarkan lebih cepat dan lebih luas. Ini menarik karena kita bisa melihat bagaimana strategi dan cara berkomunikasi para kandidat mempengaruhi keputusan pemilih, serta bagaimana informasi yang mereka sampaikan bisa menyesuaikan dengan kondisi sosial dan ekonomi di masyarakat. Penelitian tentang kampanye politik memberi kita wawasan tentang bagaimana proses demokrasi berjalan dalam dunia yang semakin terhubung ini (Fadli et al., 2024).

Selama kampanye, berbagai dinamika menarik terjadi yang mempengaruhi jalannya pemilu. Salah satu dinamika utama adalah interaksi antara kandidat dan pemilih melalui berbagai saluran komunikasi, baik secara langsung maupun melalui media sosial. Para kandidat berusaha sekuat tenaga untuk menarik perhatian pemilih dengan cara yang semakin kreatif, seperti membuat konten viral atau menggunakan influencer untuk menyebarkan pesan mereka. Di sisi lain, pemilih juga semakin selektif dalam memilih informasi yang mereka terima, berkat berkembangnya literasi digital. Selain itu, kampanye politik juga melibatkan taktik mobilisasi pemilih, di mana partai politik berusaha untuk memastikan bahwa pendukung mereka keluar untuk memberikan suara. Dalam proses ini, banyak faktor yang saling mempengaruhi, seperti isu-isu sosial yang sedang hangat, janji-janji politik, serta cara-cara kandidat menghadapi serangan dari lawan politik mereka. Dinamika ini menunjukkan bagaimana kampanye berkembang menjadi sebuah proses yang sangat interaktif dan penuh perhitungan (F. S. D. Putra et al., 2022).

Kampanye politik sangat penting dalam konteks demokrasi elektoral karena merupakan mekanisme yang memungkinkan pemilih untuk membuat keputusan yang informasional dan rasional. Tanpa kampanye yang efektif, pemilih mungkin kesulitan dalam menentukan pilihan karena kurangnya informasi yang memadai tentang kandidat atau partai politik yang bersaing. Kampanye membantu memberikan gambaran jelas tentang visi, misi, dan program kerja dari para kandidat, yang menjadi dasar bagi pemilih dalam memilih pemimpin yang sesuai dengan harapan mereka. Selain itu, kampanye juga menjadi cara bagi partai politik untuk menjangkau kelompok pemilih yang sebelumnya mungkin tidak terjangkau, melalui teknik mobilisasi atau strategi komunikasi yang tepat. Dalam demokrasi, di mana suara rakyat sangat penting, kampanye adalah kunci untuk memastikan bahwa pemilihan dilakukan secara adil dan transparan, serta pemilih bisa membuat pilihan yang terbaik berdasarkan informasi yang mereka dapatkan (Kaid et al., 2021).

Beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan topik ini mencakup analisis strategi pemenangan partai dalam Pemilu 2024. Penelitian oleh Lia, dkk. (2024) menunjukkan bahwa PDIP menggabungkan kampanye digital dan tradisional, dengan pemanfaatan struktur internal dan jaringan akar rumput untuk memperkuat basis massa. Richi Larasati, dkk. (2024) menemukan bahwa Partai NasDem mengandalkan konsolidasi internal, pemetaan wilayah, dan evaluasi kinerja caleg untuk meraih kemenangan. Sementara itu, Deva, dkk. (2024) menganalisis strategi Partai Demokrat dan PKS di Kota Padang, yang menggunakan pendekatan segmentasi dan targeting, dengan Partai Demokrat fokus pada pemilih perempuan dan PKS mengedepankan nilai agama dan dukungan untuk UMKM. Ketiga penelitian ini menyoroti pentingnya struktur internal yang solid, penggunaan media, dan strategi komunikasi politik yang adaptif dalam memenangkan pemilu.

Penelitian terdahulu memiliki beberapa keterbatasan yang dapat menjadi celah bagi penelitian baru. Penelitian oleh Lia, dkk. (2024) hanya mengkaji strategi PDIP secara umum tanpa mempertimbangkan konteks lokal di daerah tertentu, padahal strategi kampanye dapat berbeda di tingkat dapil, seperti Sulawesi Selatan II. Penelitian Richi Larasati, dkk. (2024) lebih menekankan pada struktur internal partai tanpa menggali bagaimana strategi diterapkan oleh kandidat individual, padahal dalam pemilu legislatif, kekuatan kandidat sangat menentukan. Sementara penelitian Deva, dkk. (2024) fokus pada strategi STP di Kota Padang, tetapi tidak membahas peran penting relasi sosial dan jaringan lokal, yang justru sangat krusial di daerah seperti Sulawesi Selatan II. Oleh karena itu, penelitian tentang strategi kemenangan Rahman Pina di daerah tersebut dapat menawarkan perspektif baru terkait pemanfaatan jaringan komunitas dan struktur sosial lokal.

Penelitian ini berfokus pada masalah bagaimana seorang actor politik merumuskan dan menerapkan strategi kampanye dalam pemilu legislatif 2024 di dapilnya. Pemilu legislatif tidak hanya bergantung pada kampanye digital tetapi juga membutuhkan keterlibatan masyarakat lokal dan

pengelolaan dana kampanye yang efektif. Fokus penelitian ini adalah mengidentifikasi kombinasi strategi yang digunakan untuk meraih kemenangan dengan kasus Rahman Pina yang dikenal Alumni Universitas Hasanuddin jadi bintang Pemilu Legislatif 2024 di daerah pemilihan Sulawesi Selatan II. Beliau sudah 4 periode terpilih menjadi anggota DPRD, dua periode di Makassar dan Sulsel, hal ini menarik buat saya untuk meneliti apa saja yang menyebabkan Rahman Pina ini berapa kali incumbent dalam pemilihan legislatif daerah Sulawesi Selatan. Sehingga saya ingin meneliti bagaimana strategi bertahan dan menyerang Rahman Pina. Sejak awal di karier politik, selalu berbenturan dengan tokoh-tokoh besar selalu berakhir dengan alhamdulillah, dan sekarang Ketua Fraksi Golkar DPRD.

Penelitian ini ingin mengelaborasi strategi kampanye Rahman Pina dengan memperhatikan pencapaiannya sebagai anggota DPRD Sulsel yang sudah terpilih selama 4 kali. Hal ini membuktikan bahwa Rahman Pina memiliki strategi yang efektif dalam mendekati masyarakat, menjaga kepercayaan konstituennya, dan memenangkan hati para pemilih. Dengan latar belakang pengalaman yang luas, ia mampu bertahan di dunia politik yang penuh persaingan dan tetap mendapatkan dukungan yang kuat dari berbagai kalangan.

Penelitian ini penting karena akan memberikan wawasan baru tentang bagaimana strategi kampanye di tingkat lokal dapat diterapkan dengan efektif untuk memenangkan pemilu. Studi kasus Rahman Pina dapat menjadi contoh yang relevan bagi kandidat lain yang berkompetisi di pemilu legislatif, terutama dalam memanfaatkan strategi digital dan tradisional secara seimbang. Selain itu, penelitian ini juga akan mengeksplorasi tantangan lokal yang dihadapi oleh Rahman Pina selama kampanye, seperti persaingan dengan kandidat lain, keterbatasan anggaran, dan dampak sosial dari strategi kampanye yang digunakan. Penelitian ini juga akan melihat peran komunitas lokal dan bagaimana mereka mendukung kemenangan Rahman Pina dalam pemilu legislatif.

Sehubungan dengan hal tersebut di atas, maka penulis termotivasi untuk mengkaji lebih dalam penelitian tersebut dengan judul **"Strategi Kampanye Rahman Pina dalam Pemilihan Umum Legislatif 2024 di Sulawesi Selatan"**.

1.2 RUMUSAN MASALAH

- 1.2.1 Apa strategi yang dilakukan Rahman Pina sehingga mampu bertahan selama 4 periode sebagai anggota DPRD di Sulawesi Selatan II?
- 1.2.2 Bagaimana Rahman Pina menggunakan kebijakan-kebijakan yang telah dijanjikan kepada konstituennya untuk meningkatkan kepercayaan dan loyalitas masyarakat selama 4 periode sebagai anggota DPRD di Sulawesi Selatan II?

1.3 TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

1.3.1 Tujuan Penelitian

- 1.3.1.1 Mengidentifikasi strategi politik yang digunakan Rahman Pina dalam mempertahankan posisi sebagai anggota DPRD selama empat periode.
- 1.3.1.2 Menganalisis kebijakan dan janji politik Rahman Pina dalam membangun hubungan yang solid dengan konstituen di dapil Sulawesi Selatan II.

1.3.2 Manfaat Penelitian

1.3.2.1 Secara Teoritis

1. Memperkaya studi-studi sebelumnya terkait strategi kampanye politik, khususnya dalam konteks pemilu legislatif di tingkat lokal.
2. Menambah wawasan khazanah keilmuan dalam bidang ilmu politik, terutama mengenai peran modal

sosial dan politik dalam keberhasilan kandidat incumbent.

3. Memberikan perspektif baru dalam kajian strategi kampanye yang memadukan pendekatan tradisional dengan teknologi modern untuk meningkatkan efektivitas komunikasi politik.

1.3.2.2 Secara Praktis

1. Bagi praktisi politik dan calon legislatif, penelitian ini dapat memberikan panduan strategis tentang bagaimana mengembangkan strategi kampanye yang efektif dan mempertahankan posisi kepemimpinan.
2. Bagi partai politik, hasil penelitian ini dapat membantu dalam merumuskan strategi kemenangan pemilu dan merancang program-program yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat di dapil Sulawesi Selatan II.
3. Bagi masyarakat dan pemilih, penelitian ini dapat memberikan wawasan tentang pentingnya keterlibatan dalam pemilu serta peran program kepemimpinan yang berkelanjutan dalam meningkatkan kualitas pemerintahan di tingkat daerah.

1.4 KAJIAN LITERATUR

Adapun beberapa penelitian terdahulu yang membahas relevansi topik ini diantaranya penelitian oleh Lapina Lia, Ita Rosita Wahyiah, Maulana Suprihatin Sam, Dea Cintana, Nindi Merliana Mita, dan Tawwafaona Ningsih dalam artikel berjudul "Strategi Pemenangan Partai PDIP dalam Pemilu Legislatif Tahun 2024" yang diterbitkan pada April 2024, menganalisis strategi kemenangan PDIP dalam menghadapi pemilu legislatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa PDIP menerapkan kombinasi antara kampanye digital melalui media sosial dan kampanye tradisional secara langsung. Selain itu, partai memanfaatkan struktur internal partai dan jaringan di akar rumput untuk memperkuat basis massa. Manajemen sumber daya yang efektif dan strategi komunikasi politik yang adaptif juga diidentifikasi sebagai faktor penting dalam menjaga keunggulan partai di tengah persaingan politik yang semakin dinamis. Penelitian ini menyimpulkan bahwa kemampuan beradaptasi dengan perubahan sosial dan perkembangan teknologi menjadi kunci keberhasilan partai dalam memenangkan pemilu (Lia, dkk., 2024).

Selain ini, penelitian oleh Richi Larasati, Al Rafni, Suryanef, dan Hasrul dalam artikel berjudul "Strategi Partai NasDem dalam Memenangkan Pemilihan Umum 2024" yang diterbitkan pada tahun 2024, menganalisis langkah-langkah yang diambil Partai NasDem untuk meraih kemenangan dalam Pemilu 2024. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif dan melibatkan informan dari DPW Partai NasDem Sumatera Barat, termasuk pengurus partai dan relawan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi utama yang diterapkan meliputi konsolidasi internal, pemetaan wilayah strategis, bedah dapil, dan pembekalan caleg. Selain itu, NasDem juga memaksimalkan pelaksanaan program sayap partai, melakukan evaluasi kinerja caleg, dan melaksanakan kegiatan sosial untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat. Temuan penelitian ini menekankan pentingnya peran struktur internal yang solid dan partisipasi aktif anggota partai dalam memastikan keberhasilan strategi politik partai di tingkat daerah (Richi Larasati, dkk., 2024).

Terakhir oleh Deva Alfian Tama, Hasrul, Al Rafni, dan Susi Fitria Dewi dalam artikel berjudul "Strategi Pemenangan Partai Demokrat dan PKS di DPC Kota Padang dalam Pemilu 2024" yang diterbitkan pada 2024, menganalisis strategi kampanye kedua partai dalam memenangkan pemilu. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif dan melibatkan informan yang dipilih secara purposive. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Partai Demokrat dan PKS menerapkan strategi segmentasi, targetting, dan positioning (STP). Partai Demokrat berfokus pada pemilih perempuan dan masyarakat kelas menengah melalui program kerja dan media kampanye. Sementara PKS menekankan pada nilai-nilai agama dan kampanye berbasis komunitas, seperti majelis taklim dan dukungan untuk UMKM. Kendala yang dihadapi meliputi polarisasi politik berbasis agama dan

keterbatasan SDM dalam memahami politik. Penelitian ini memberikan wawasan tentang efektivitas strategi kampanye dan tantangan dalam pelaksanaannya di tingkat local (Deva, dkk., 2024).

Penelitian terdahulu yang dibahas tersebut memiliki beberapa keterbatasan yang bisa dijadikan celah atau gap bagi penelitian baru. Misalnya, penelitian yang dilakukan oleh Lapina Lia dan kawan-kawan hanya fokus pada strategi PDIP secara umum, tanpa mengeksplorasi lebih dalam tentang konteks lokal di daerah tertentu. Kampanye dan strategi politik sering kali memiliki karakteristik spesifik berdasarkan wilayah, budaya, dan komposisi pemilih. Oleh karena itu, strategi yang efektif di daerah dengan populasi besar seperti nasional mungkin tidak sepenuhnya relevan di tingkat dapil yang lebih kecil, seperti Sulawesi Selatan II.

Selain itu, penelitian oleh Richi Larasati dan tim lebih menitikberatkan pada partai politik dan struktur internalnya, seperti konsolidasi dan evaluasi caleg, tetapi belum menggali secara spesifik bagaimana strategi ini diterapkan oleh tokoh atau kandidat individual. Padahal, dalam pemilu legislatif, kekuatan kandidat sebagai figur sentral sering menjadi penentu kemenangan, terutama di daerah dengan keterikatan sosial yang kuat seperti di Sulawesi Selatan. Rahman Pina sebagai individu memiliki pendekatan dan strategi tersendiri yang belum banyak dibahas dalam konteks penelitian sebelumnya.

Terakhir, penelitian Deva Alfian Tama dan koleganya lebih berfokus pada strategi STP (segmentasi, targeting, dan positioning) dan tantangan yang muncul selama kampanye di Kota Padang, tetapi tidak menyoroti secara mendalam tentang dampak relasi sosial dan jaringan lokal dalam memenangkan pemilu. Di dapil seperti Sulawesi Selatan II, relasi sosial dan dukungan komunitas sering memainkan peran kunci. Oleh karena itu, penelitian tentang strategi kemenangan Rahman Pina dapat memberikan wawasan baru tentang bagaimana tokoh lokal memanfaatkan jaringan komunitas dan struktur sosial untuk mendapatkan dukungan, sesuatu yang belum dibahas secara tuntas dalam penelitian-penelitian sebelumnya.

1.5 KERANGKA TEORI

1.5.1 Teori Rational Voter

Teori perilaku rasional dalam pemilu menjelaskan bahwa seseorang akan memilih berdasarkan perhitungan yang menguntungkan dirinya secara pribadi. Sebelum memutuskan untuk datang ke tempat pemungutan suara (TPS), individu mempertimbangkan apakah manfaat yang diperoleh lebih besar dibandingkan dengan usaha yang harus dikeluarkan. Faktor yang diperhitungkan bisa berupa waktu yang dihabiskan untuk memilih, aksesibilitas TPS, kemudahan memahami visi-misi calon, hingga tingkat kepedulian terhadap hasil pemilu. Jika seseorang merasa bahwa suaranya memiliki pengaruh besar terhadap hasil akhir, maka ia akan lebih terdorong untuk berpartisipasi. Sebaliknya, jika ia merasa suaranya tidak akan berdampak signifikan, maka kemungkinan besar ia akan memilih untuk tidak ikut serta. Contohnya, seseorang yang tinggal di daerah di mana satu partai selalu menang telak mungkin berpikir bahwa satu suara tambahan tidak akan mengubah hasil akhir, sehingga memilih untuk tidak datang ke TPS. Namun, di daerah dengan persaingan ketat, di mana selisih suara antara kandidat sangat tipis, individu tersebut mungkin akan merasa lebih berkepentingan untuk memberikan suaranya karena ada peluang nyata bahwa suaranya dapat menentukan pemenang (Marsh & Stoker, 2019).

Dalam teori ini, pemilih dianggap sebagai aktor rasional yang tidak bertindak hanya berdasarkan emosi atau kebiasaan, melainkan melalui pertimbangan logis sebelum mengambil keputusan. Mereka cenderung menghitung untung-rugi dalam memilih, termasuk mempertimbangkan kemungkinan bahwa suara mereka akan benar-benar berpengaruh terhadap hasil pemilu. Contoh lain dapat dilihat pada pemilih yang memiliki kesibukan tinggi. Jika waktu yang mereka miliki sangat terbatas, sementara mereka merasa bahwa pemilu tidak akan memberikan dampak langsung bagi kehidupan mereka, maka mereka cenderung memilih untuk tidak berpartisipasi. Namun, jika pemilu tersebut berhubungan langsung dengan kepentingan pribadi, seperti pemilihan kepala daerah yang memiliki kebijakan yang dapat mempengaruhi pekerjaan atau bisnis mereka, maka mereka lebih mungkin untuk meluangkan waktu dan datang ke TPS. Dengan demikian, dalam teori perilaku rasional, keputusan untuk memilih atau tidak sangat dipengaruhi

oleh seberapa besar individu tersebut merasa diuntungkan atau dirugikan oleh hasil pemilu serta seberapa besar usaha yang harus mereka keluarkan untuk ikut serta dalam prosesnya (Wibisono, 2024).

Berbagai ahli memiliki pandangan yang berbeda dalam menjelaskan bagaimana pemilih mempertimbangkan untung dan rugi dalam pemilu. Downs dan Tullock, misalnya, berpendapat bahwa pemilih hanya akan menggunakan hak pilihnya jika manfaat yang diperoleh lebih besar daripada biaya yang dikeluarkan, seperti waktu dan tenaga yang digunakan untuk pergi ke TPS. Pendekatan ini menekankan bahwa pemilih bertindak rasional dan akan memilih hanya jika merasa bahwa suara mereka dapat memberikan dampak nyata terhadap hasil pemilu. Namun, pandangan ini tidak sepenuhnya diterima oleh semua ahli. Riker dan Ordeshook menambahkan bahwa selain manfaat praktis, ada juga manfaat psikologis yang bisa diperoleh dari memilih, seperti rasa puas karena telah menjalankan kewajiban sebagai warga negara. Misalnya, ada pemilih yang tetap memilih meskipun mereka tahu suara mereka mungkin tidak berpengaruh besar, hanya karena mereka merasa bangga telah berpartisipasi dalam proses demokrasi. Di sisi lain, Ferejohn dan Fiorina menekankan bahwa faktor emosional seperti rasa takut akan penyesalan juga berperan dalam keputusan memilih. Sebagai contoh, seseorang yang awalnya ragu untuk memilih bisa saja akhirnya memutuskan untuk datang ke TPS karena khawatir jika calon yang mereka dukung kalah, mereka akan merasa bersalah karena tidak ikut berkontribusi (Alim, 2024).

Untuk menguji berbagai teori ini, Silberman dan Durden melakukan penelitian menggunakan data pemilu di Amerika Serikat pada tahun 1962 dan 1970. Mereka ingin memahami apakah faktor-faktor seperti usia, tingkat pengangguran, pendapatan, ras, serta selisih kemenangan calon berpengaruh terhadap tingkat partisipasi pemilih. Hasil penelitian mereka menunjukkan bahwa semakin besar selisih suara antara pemenang dan pesaingnya, semakin rendah tingkat partisipasi pemilih. Hal ini dapat dijelaskan dengan asumsi bahwa jika seseorang merasa calon tertentu sudah pasti menang dengan selisih besar, mereka cenderung berpikir bahwa suara mereka tidak akan memberikan dampak signifikan, sehingga memilih untuk tidak datang ke TPS. Contohnya, dalam suatu pemilu di mana kandidat A unggul jauh dibandingkan kandidat B berdasarkan hasil survei, pemilih yang mendukung kandidat A mungkin merasa tidak perlu repot-repot memberikan suara karena yakin bahwa kandidatnya sudah pasti menang. Sebaliknya, dalam situasi persaingan ketat di mana perbedaan suara antara kandidat sangat kecil, pemilih akan lebih terdorong untuk berpartisipasi karena merasa suara mereka benar-benar bisa menentukan hasil akhir pemilu. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun banyak faktor yang memengaruhi keputusan seseorang untuk memilih, persepsi tentang pengaruh suara mereka terhadap hasil pemilu menjadi salah satu faktor utama dalam menentukan tingkat partisipasi pemilih (Pito et al., 2022).

Berdasarkan hasil penelitian ini, ada beberapa langkah yang dapat dilakukan untuk meningkatkan jumlah pemilih dalam pemilu. Salah satu cara yang paling efektif adalah dengan mengurangi hambatan atau biaya yang harus dikeluarkan oleh pemilih. Biaya dalam konteks ini tidak hanya berupa uang, tetapi juga waktu dan tenaga yang diperlukan untuk melakukan pendaftaran serta pergi ke tempat pemungutan suara (TPS). Jika proses pendaftaran pemilih dibuat lebih mudah, misalnya dengan sistem otomatis berbasis data kependudukan, maka akan semakin banyak orang yang terdorong untuk memilih karena mereka tidak perlu repot mengurus administrasi tambahan. Selain itu, menyediakan metode pemungutan suara yang lebih fleksibel, seperti pemungutan suara awal atau melalui pos, juga bisa meningkatkan partisipasi, terutama bagi mereka yang memiliki jadwal sibuk atau tinggal jauh dari TPS. Sebagai contoh, di beberapa negara seperti Amerika Serikat, pemilih bisa mengirimkan suara mereka melalui surat sehingga mereka tidak perlu antri di TPS pada hari pemilu. Selain aspek teknis, kampanye edukasi yang menekankan pentingnya pemilu juga berperan besar dalam meningkatkan jumlah pemilih. Jika masyarakat menyadari bahwa suara mereka dapat berdampak nyata pada kebijakan yang mempengaruhi kehidupan sehari-hari, mereka akan lebih termotivasi untuk ikut serta. Misalnya, dalam pemilu daerah, kampanye yang menyoroti bagaimana pemimpin yang terpilih akan mempengaruhi layanan kesehatan atau pendidikan lokal dapat membuat masyarakat lebih sadar bahwa pilihan mereka benar-benar memiliki konsekuensi (Asmuni & Kosandi, 2020).

Meskipun teori perilaku rasional memberikan penjelasan yang cukup kuat mengenai mengapa seseorang memilih atau tidak memilih, ada beberapa kritik yang perlu diperhatikan. Salah satu kelemahan utama teori ini adalah asumsi bahwa pemilih selalu bertindak rasional dengan mempertimbangkan untung

dan rugi secara logis sebelum membuat keputusan. Pada kenyataannya, banyak orang memilih bukan semata-mata karena kalkulasi rasional, tetapi juga karena faktor sosial, psikologis, atau bahkan emosional. Misalnya, ada pemilih yang tetap setia pada partai tertentu karena faktor keluarga, tradisi, atau ideologi, tanpa benar-benar mempertimbangkan apakah partai tersebut masih mewakili kepentingan mereka. Selain itu, tekanan sosial dari lingkungan juga bisa menjadi faktor yang memengaruhi keputusan seseorang untuk memilih. Dalam beberapa komunitas, tidak memilih bisa dianggap sebagai sesuatu yang negatif, sehingga individu merasa terpaksa ikut memilih meskipun mereka sebenarnya tidak terlalu peduli dengan hasil pemilu. Contoh lain adalah pemilih yang datang ke TPS hanya karena mereka merasa bahwa memilih adalah kewajiban moral sebagai warga negara, bukan karena mereka benar-benar yakin bahwa suara mereka akan membuat perbedaan. Oleh karena itu, meskipun pendekatan rasional dapat menjelaskan sebagian besar perilaku pemilih, faktor emosional dan sosial juga harus diperhitungkan dalam memahami fenomena partisipasi politik (Jati, 2022).

Selain itu, teori perilaku rasional dalam pemilu mengasumsikan bahwa setiap pemilih memiliki akses yang cukup terhadap informasi untuk membuat keputusan yang rasional. Padahal, dalam kenyataan, tidak semua pemilih memiliki waktu, sumber daya, atau minat yang cukup untuk benar-benar memahami semua kandidat dan isu yang sedang dibahas dalam pemilu. Banyak orang yang akhirnya memilih berdasarkan informasi yang terbatas atau bahkan bias, seperti hanya mengandalkan berita dari media sosial yang sering kali dipengaruhi oleh algoritma tertentu. Sebagai contoh, dalam pemilu yang berlangsung di era digital saat ini, seseorang bisa saja memilih seorang kandidat hanya karena sering melihat namanya muncul dalam unggahan di media sosial, tanpa pernah benar-benar mencari tahu visi, misi, atau rekam jejak kandidat tersebut. Selain itu, dalam masyarakat di mana budaya ikut-ikutan sangat kuat, seseorang mungkin memilih bukan karena keyakinan pribadi, tetapi hanya karena ingin mengikuti tren di lingkungan sosialnya. Misalnya, jika mayoritas teman atau keluarganya mendukung satu kandidat tertentu, ia mungkin merasa terpengaruh dan akhirnya ikut memilih kandidat tersebut tanpa mempertimbangkan secara mendalam. Hal ini menunjukkan bahwa dalam banyak kasus, keputusan memilih tidak selalu didasarkan pada pertimbangan logis dan rasional sebagaimana diasumsikan oleh teori ini (Bukari, 2022).

Meskipun teori ini memiliki keterbatasan dalam menjelaskan seluruh faktor yang memengaruhi keputusan memilih, tetap saja teori ini memiliki manfaat dalam memahami perilaku pemilih secara umum. Dengan menyadari bahwa banyak orang enggan memilih karena merasa suara mereka tidak berpengaruh, pemerintah dan penyelenggara pemilu bisa mencari strategi untuk meningkatkan partisipasi pemilih. Salah satu cara yang bisa dilakukan adalah dengan memberikan insentif kepada pemilih, seperti kebijakan libur nasional pada hari pemilu atau pemberian fasilitas khusus bagi kelompok masyarakat yang sulit mengakses TPS. Selain itu, kebijakan yang mempermudah proses pemungutan suara, seperti penyederhanaan sistem pendaftaran pemilih atau penggunaan teknologi digital dalam pemilu, juga bisa membantu meningkatkan partisipasi. Contohnya, di beberapa negara, pemilih dapat memberikan suara secara daring atau melalui surat, sehingga mereka tidak perlu mengorbankan waktu dan tenaga untuk datang langsung ke TPS. Meskipun tidak semua orang memilih berdasarkan perhitungan rasional seperti yang dijelaskan dalam teori ini, pemahaman tentang faktor-faktor yang menghambat partisipasi pemilih tetap penting agar dapat diterapkan solusi yang lebih efektif dalam meningkatkan keterlibatan masyarakat dalam pemilu (Revalina et al., 2024).

Teori pemilih rasional yang dijelaskan di atas memiliki keterkaitan erat dengan rancangan penelitian berjudul "*Strategi Kampanye Rahman Pina dalam Pemilihan Umum Legislatif 2024 di Sulawesi Selatan*", terutama dalam memahami bagaimana strategi kampanye dapat memengaruhi keputusan pemilih. Berdasarkan teori ini, pemilih akan memutuskan apakah akan memilih atau tidak berdasarkan pertimbangan manfaat dan biaya, baik dalam aspek rasional maupun psikologis. Oleh karena itu, strategi kampanye yang diterapkan oleh Rahman Pina harus mampu mengatasi hambatan-hambatan yang membuat pemilih enggan berpartisipasi, seperti kurangnya informasi atau rendahnya persepsi tentang pentingnya suara mereka. Misalnya, jika pemilih di Sulawesi Selatan merasa bahwa suara mereka tidak akan berdampak signifikan terhadap hasil pemilu, strategi kampanye harus dirancang untuk meningkatkan kesadaran bahwa setiap suara dapat memengaruhi hasil pemilihan, terutama jika persaingan antar kandidat sangat ketat.

Selain itu, kampanye yang efektif juga harus mempertimbangkan faktor psikologis dan sosial yang berpengaruh dalam pengambilan keputusan pemilih, seperti rasa tanggung jawab sebagai warga negara atau keterikatan dengan komunitas tertentu. Dengan memanfaatkan teori pemilih rasional, penelitian ini dapat mengevaluasi apakah strategi kampanye Rahman Pina telah berhasil memengaruhi keputusan pemilih secara efektif, misalnya melalui penyampaian informasi yang jelas mengenai visi dan misinya, penggunaan media sosial untuk menjangkau kelompok pemilih yang lebih luas, atau pendekatan berbasis komunitas untuk membangun loyalitas politik. Lebih jauh, penelitian ini juga dapat meneliti bagaimana faktor-faktor seperti aksesibilitas kampanye, kedekatan kandidat dengan masyarakat, serta cara komunikasi politik yang digunakan berkontribusi terhadap peningkatan partisipasi pemilih dalam Pemilu Legislatif 2024 di Sulawesi Selatan.

1.6 KERANGKA KONSEPTUAL

1.6.1. Agenda Setting

Agenda setting atau penyusunan agenda berangkat dari pemahaman para peneliti bahwasanya media memiliki kemampuan untuk menyusun isu-isu bagi masyarakat. Teori penyusunan agenda (agenda setting) dirintis pada tahun 1968 ketika berlangsungnya penelitian tentang kampanye pemilihan Presiden Amerika Serikat. Penelitian ini berhasil menemukan hubungan yang tinggi antara penekanan berita dengan bagaimana berita-berita itu dinilai tingkatannya oleh pemilih yang kemudian menjadi hipotesis teori agenda setting. Meningkatnya nilai penting topik tersebut bagi khalayak (Green-Pedersen & Walgrave, 2020).

Aplikasi teori agenda setting pertama sekali pada penelitian perubahan sikap pemilih dalam kampanye pemilu Presiden AS tahun 1968, memberikan hasil penelitian berbalik dengan teori efek media terbatas (the limited media effect theories) sebelumnya. Dengan kata lain teori agenda setting menganggap media memiliki kekuatan untuk menarik dan mempengaruhi khalayak terhadap isu yang berkembang. Fungsi dari teori ini karena media sangat selektif dalam menyiarkan berita, yang menarik bagi publik baik dilihat dari aspek nilai berita (news value) maupun nilai jual (sell value). Sehingga model agenda setting ini mengasumsikan adanya hubungan positif antara penilaian yang diberikan media pada suatu persoalan dengan perhatian khalayak pada persoalan yang sama. Walter Lippmann, seorang jurnalis asal Amerika Serikat menyampaikan teorinya yang menyebutkan masyarakat tidak merespons pada kejadian sebenarnya dalam lingkungannya, tetapi pada gambaran yang ada di dalam pemikirannya yang disebut sebagai lingkungan semu (pseudoenvironment) (Masitah & Dewi, 2022).

Hal ini terjadi karena lingkungan yang sebenarnya terlalu besar, terlalu kompleks, dan terlalu menuntut adanya kontak langsung. Dengan demikian masyarakat tidak dilengkapi untuk berhadapan dengan begitu banyak detail, begitu banyak keragaman, begitu banyak mutasi serta kombinasi. “.. masyarakat akan bersama-sama bertindak menghadapi lingkungan sehingga untuk itu perlu dibuat sebuah model yang lebih sederhana sebagai panduan. Media dalam hal ini memberikan model yang lebih sederhana melalui agenda setting pemberitaan.”

Sedangkan Donald Shaw dan Maxwell McCombs yang menyebut penyunting dan penyiar memegang peranan penting dalam membentuk realitas sosial ketika menjalankan tugas keseharian dalam memilih dan menampilkan berita. Kehadiran berita ini bertujuan mempengaruhi perubahan kognitif antar-individu untuk itulah dibuat agenda setting (Dirgantoro & Muksin, 2024).

Di sini peran penting komunikasi melalui media massa karena memiliki kemampuan dalam menata pola pemikiran dan lingkungan. Bahkan dalam ilustrasinya disebutkan “media massa mungkin tidak berhasil dalam memberitahu khalayak apa yang menjadi pemikiran mereka, tetapi media massa mampu menyampaikan hasil pemikirannya kepada khalayak. Agenda setting terjadi karena media massa harus selektif melaporkan berita. Media massa berfungsi sebagai saluran berita (gate keeper) dalam memilih informasi yang disajikan dan bagaimana menyampaikannya. Apa yang masyarakat ketahui tentang situasi pada waktu tertentu merupakan hasil dari penyaringan informasi gate keeper.

Terdapat dua tingkat penyusunan kerangka agenda setting yakni pertama menentukan isuisu umum yang dianggap penting, kedua menjabarkan setiap bagian dari isu-isu tersebut. Sebagai contoh media menyampaikan harga minyak dunia merupakan isu penting untuk bagian pertama. Sedangkan pada

bagian kedua harga minyak dunia dipengaruhi kondisi ekonomi di Amerika Serikat. Teori berikutnya agenda setting dibagi menjadi tiga tahapan yakni pertama memberikan pengaruh terhadap apa yang tengah berkembang di masyarakat, tahapan berikutnya tercipta agenda publik, dan terakhir terbentuk agenda kebijakan (policy) (Marsh & Stoker, 2019).

Opini yang berkembang di kalangan peneliti media bahwasanya media tidak selalu memiliki pengaruh kuat dalam agenda masyarakat. Kekuasaan media sangat bergantung kepada faktor kredibilitas dari media tersebut, konflik yang terjadi di masyarakat, persepsi masyarakat terhadap media, dan pengetahuan dari masyarakat. Karen Siune dan Ole Borre melalui penelitiannya membagi penyusunan agenda menjadi tiga yakni pertama media merefleksikan agenda masyarakat yang disebut sebagai representasi, kedua melakukan pemeliharaan agenda (persistensi), dan ketiga agenda media mempengaruhi masyarakat (persuasif) (Efendi et al., 2023).

Teori Agenda Setting sangat relevan dengan penelitian ini. Teori ini menjelaskan bagaimana media bisa mempengaruhi apa yang dianggap penting oleh masyarakat. Dalam konteks strategi kampanye Rahman Pina, media bisa digunakan untuk menyoroti isu-isu yang dianggap penting oleh pemilih di daerah tersebut. Dengan menampilkan topik atau isu yang mendukung citra Rahman Pina secara konsisten di media, perhatian masyarakat akan terfokus pada isu-isu yang menguntungkan dia. Jadi, media berperan penting dalam membentuk persepsi pemilih dan meningkatkan kemungkinan kemenangan Rahman Pina di pemilu.

1.6.2. Wajah Kedua Kekuasaan

Dalam artikel "Two Faces of Power" yang ditulis oleh Peter Bachrach dan Morton S. Baratz, kekuasaan dipandang sebagai fenomena yang lebih kompleks daripada sekadar kemampuan untuk memaksakan keputusan. Mereka mengemukakan bahwa kekuasaan memiliki dua dimensi atau wajah. Wajah pertama adalah kekuasaan yang terlihat, yaitu ketika keputusan diambil, dan orang atau kelompok yang mempengaruhi keputusan tersebut dapat terlihat dengan jelas. Wajah kedua adalah kekuasaan yang tersembunyi, yaitu kemampuan untuk mengatur agenda, memilih isu yang akan dibahas, dan mengabaikan isu yang dianggap tidak menguntungkan. Asumsi dasar yang digunakan dalam teori ini adalah bahwa kekuasaan tidak hanya terletak pada siapa yang memutuskan, tetapi juga pada siapa yang dapat mengatur apa yang dibahas atau tidak dibahas dalam suatu ruang sosial atau politik.

Peter Bachrach dan Morton S. Baratz adalah dua ilmuwan politik yang pertama kali mengemukakan konsep "dua wajah kekuasaan" ini. Mereka menerbitkan artikel ini pada tahun 1962, yang menjadi sangat berpengaruh dalam dunia ilmu sosial, terutama dalam studi tentang kekuasaan. Sebelum artikel ini, kebanyakan teori politik lebih berfokus pada aspek yang terlihat dari kekuasaan, seperti kebijakan yang diambil atau keputusan yang dibuat oleh individu atau kelompok tertentu. Namun, Bachrach dan Baratz memperkenalkan pemikiran bahwa kekuasaan juga beroperasi pada tingkat yang lebih halus dan tersembunyi, yang tidak selalu dapat dilihat secara langsung oleh masyarakat.

Sebelum adanya teori dua wajah kekuasaan ini, pandangan dominan mengenai kekuasaan sering kali terbatas pada apa yang dapat dilihat, seperti keputusan yang diambil oleh pemerintah atau individu berkuasa. Namun, kritik terhadap pandangan ini mulai muncul pada awal abad ke-20. Pemikiran ini semakin berkembang setelah para ilmuwan seperti Max Weber, Robert Dahl, dan C. Wright Mills mengidentifikasi bahwa kekuasaan tidak hanya terpusat pada keputusan yang dibuat, tetapi juga pada pengaturan narasi dan agenda dalam masyarakat. Bachrach dan Baratz lebih lanjut menyempurnakan pandangan ini dengan menyoroti bahwa kekuasaan juga mencakup kemampuan untuk menentukan masalah apa yang menjadi perhatian publik, yang pada akhirnya mempengaruhi bagaimana masyarakat membuat keputusan (Haboddin, 2017).

Konsep dua wajah kekuasaan ini berkembang melalui kritik terhadap teori kekuasaan yang lebih sederhana. Bachrach dan Baratz menekankan bahwa pengaruh kekuasaan tidak hanya dilihat dari hasil akhirnya, tetapi juga dari proses yang terjadi sebelum keputusan dibuat. Mereka berpendapat bahwa banyak keputusan yang diambil dalam masyarakat tidak muncul begitu saja, melainkan melalui pengaturan agenda yang sangat hati-hati oleh kelompok atau individu tertentu yang memiliki kekuasaan untuk

mengontrol isu-isu yang akan dibahas atau tidak dibahas. Oleh karena itu, mereka menyarankan agar para ilmuwan sosial melihat kekuasaan tidak hanya dari keputusan yang diambil, tetapi juga dari siapa yang bisa mengontrol topik atau masalah yang dipertimbangkan.

Teori dua wajah kekuasaan ini dapat diterapkan di berbagai situasi dalam kehidupan sehari-hari. Dalam dunia politik, misalnya, tidak hanya para pemimpin negara yang memegang kekuasaan, tetapi juga pihak-pihak yang dapat memengaruhi agenda politik seperti kelompok lobi, media, atau kelompok elit tertentu. Ketika suatu isu mendapatkan perhatian lebih besar di media atau dalam diskusi publik, hal ini bukanlah kebetulan. Ini merupakan hasil dari pengaturan agenda yang dilakukan oleh individu atau kelompok yang memiliki kekuasaan untuk membuat isu tersebut menjadi prioritas, sementara isu lain yang mungkin lebih kontroversial atau tidak menguntungkan diabaikan. Hal ini menunjukkan bahwa kekuasaan bisa tersembunyi dalam proses yang lebih halus dan tidak selalu terlihat.

Salah satu contoh yang sering digunakan untuk menjelaskan teori ini adalah kasus pemilu. Pada saat kampanye, banyak isu yang dibicarakan oleh calon pemimpin negara, namun banyak juga isu yang sengaja tidak dibicarakan. Misalnya, dalam kampanye pemilihan presiden, isu-isu seperti kemiskinan atau ketimpangan sosial sering kali lebih jarang dibahas karena dapat merugikan citra kandidat. Sebaliknya, isu yang lebih populer dan dapat mendatangkan dukungan lebih banyak dari publik, seperti masalah ekonomi atau keamanan, lebih sering disorot. Ini adalah contoh kekuasaan yang tersembunyi, di mana kelompok atau individu yang memiliki kekuasaan dalam menentukan agenda mampu mempengaruhi isu-isu mana yang diperbincangkan dan mana yang tidak.

Di dalam organisasi, kita juga bisa melihat penerapan konsep dua wajah kekuasaan ini. Misalnya, dalam sebuah perusahaan, keputusan besar seperti pemecatan karyawan atau pemilihan manajer baru mungkin akan dilihat oleh banyak orang sebagai hasil dari keputusan atasan atau dewan direksi. Namun, ada kekuasaan yang lebih tersembunyi di balik itu yakni keputusan untuk memperkenalkan topik tertentu dalam pertemuan atau rapat. Beberapa masalah yang dianggap tidak menguntungkan bagi perusahaan seringkali tidak dibahas, meskipun sebenarnya isu tersebut memiliki dampak besar bagi karyawan atau operasional perusahaan. Ini adalah contoh lain di mana kekuasaan tersembunyi memainkan peran penting dalam menentukan agenda yang diangkat dalam diskusi (Triantini, 2019).

Selain dalam politik dan organisasi, teori ini juga dapat diterapkan dalam konteks media dan informasi. Media memiliki kekuasaan yang sangat besar dalam menentukan isu apa yang akan dibahas oleh publik. Ketika sebuah media memilih untuk meliput suatu topik tertentu, mereka sebenarnya sudah mengontrol agenda publik. Misalnya, saat media menyoroti isu-isu tertentu, seperti bencana alam atau kasus kriminal, hal ini bisa membuat isu tersebut menjadi perhatian utama di kalangan masyarakat. Sementara itu, isu lain yang mungkin lebih penting tetapi tidak mendapatkan sorotan media, sering kali terabaikan. Dalam hal ini, media menjadi alat kekuasaan yang dapat mengatur fokus perhatian publik.

Teori dua wajah kekuasaan ini juga bisa diterapkan dalam dunia pendidikan. Di sekolah atau universitas, siapa yang menentukan kurikulum atau mata pelajaran yang akan diajarkan adalah orang-orang yang memiliki kekuasaan. Sementara itu, ada banyak isu atau topik penting yang tidak diajarkan di kelas karena dianggap tidak relevan atau tidak sesuai dengan agenda pendidikan yang sudah ada. Misalnya, isu-isu seperti kesetaraan gender atau perubahan iklim mungkin tidak menjadi bagian utama dalam kurikulum meskipun sangat relevan dengan kehidupan kita. Ini menunjukkan bagaimana kekuasaan tersembunyi bekerja dalam menentukan apa yang dianggap penting untuk dipelajari dan apa yang tidak (Nurjanah, 2022).

Pada tingkat yang lebih pribadi, kita juga dapat melihat dua wajah kekuasaan ini dalam hubungan sehari-hari. Misalnya, dalam sebuah keluarga, meskipun orang tua mungkin memiliki kekuasaan untuk membuat keputusan besar, seperti memilih tempat tinggal atau mengatur keuangan keluarga, mereka juga memiliki kekuasaan tersembunyi dalam menentukan hal-hal kecil yang mungkin tidak langsung terlihat, seperti jadwal kegiatan keluarga atau kebiasaan sehari-hari. Dengan mengatur agenda sehari-hari, orang tua mengontrol arah hidup keluarga tanpa banyak orang yang menyadari bahwa ini juga bagian dari kekuasaan.

Meskipun konsep dua wajah kekuasaan ini telah diterima secara luas, tidak sedikit yang mengkritiknya. Beberapa pihak berpendapat bahwa teori ini terlalu fokus pada aspek tersembunyi dari kekuasaan dan mengabaikan pentingnya kekuasaan yang nyata dan terlihat dalam keputusan-keputusan yang diambil. Mereka berpendapat bahwa meskipun pengaturan agenda adalah hal penting, pada akhirnya keputusan yang diambil oleh individu atau kelompok berkuasa tetap memiliki dampak yang lebih besar dalam kehidupan masyarakat. Namun, meskipun ada kritik, teori ini tetap memberikan wawasan yang berguna tentang bagaimana kekuasaan bekerja lebih dari sekadar keputusan yang tampak.

Secara keseluruhan, konsep dua wajah kekuasaan yang dikemukakan oleh Bachrach dan Baratz membantu kita untuk memahami kekuasaan dengan lebih kompleks. Kekuasaan tidak hanya dapat dilihat dari hasil akhirnya, tetapi juga dari bagaimana keputusan itu terbentuk melalui pengaturan agenda dan proses yang terjadi sebelum keputusan itu dibuat. Dengan memahami dua dimensi kekuasaan ini, kita dapat lebih kritis terhadap apa yang terjadi di sekitar kita, baik dalam politik, organisasi, media, atau kehidupan pribadi, dan melihat bahwa kekuasaan itu ada dalam banyak bentuk, baik yang terlihat maupun yang tersembunyi (Baratz, 1962).

Teori dua wajah kekuasaan yang dikemukakan oleh Bachrach dan Baratz dapat sangat relevan ketika kita membahas strategi kampanye Rahman Pina dalam Pemilu Legislatif 2024 di Sulawesi Selatan. Dalam hal ini, kekuasaan tidak hanya terlihat dari keputusan atau kebijakan yang dibuat, tetapi juga dari siapa yang mengatur agenda yaitu isu-isu apa yang dibahas dan mana yang diabaikan. Dalam kampanye Rahman Pina, selain fokus pada isu-isu yang menjadi perhatian publik, seperti ekonomi atau keamanan, ada kemungkinan bahwa ia atau timnya juga berusaha mengatur topik-topik tertentu agar lebih banyak dibicarakan, sementara isu-isu lain yang lebih sensitif atau merugikan tidak dimunculkan. Misalnya, Rahman Pina mungkin memilih untuk menekankan program-program yang lebih populer dan menghindari pembahasan isu-isu yang bisa mengurangi dukungan pemilih, seperti kemiskinan atau ketimpangan sosial. Ini adalah contoh bagaimana kekuasaan tersembunyi dalam mengatur agenda dapat memainkan peran besar dalam strategi kampanye politik.

1.6.3. Klientelisme

Klientelisme bukanlah sesuatu yang hanya muncul dalam sistem demokrasi, tetapi dalam banyak kasus, praktik ini lebih terlihat jelas dalam negara yang menganut sistem pemilihan umum. Intinya, klientelisme terjadi ketika ada hubungan saling menguntungkan antara pihak yang berkuasa (patron) dan pihak yang mendukung mereka (klien). Fenomena ini semakin sering dibicarakan terutama sejak banyak negara mulai bergerak menuju demokrasi setelah berakhirnya Perang Dingin. Negara-negara yang masih dalam tahap transisi ke demokrasi sering kali lebih rentan terhadap praktik ini karena sistem politiknya masih belum stabil. Di Indonesia sendiri, klientelisme sering muncul dalam bentuk persaingan politik yang melibatkan berbagai kepentingan, baik dari kelompok yang ingin mempertahankan demokrasi maupun dari pihak yang ingin mengamankan kekuasaan melalui jalur yang lebih eksklusif dan tertutup (Aspinall & Berenschot, 2019).

Seorang peneliti bernama Berenschot membagi klientelisme ke dalam tujuh jenis berdasarkan sumber daya yang dipertukarkan. Sumber daya tersebut meliputi kontrak kerja pemerintah, pekerjaan di pemerintahan, akses ke layanan publik, bantuan sosial, perizinan, serta uang. Misalnya, seorang politisi yang sedang mencalonkan diri dalam pemilihan umum dapat menjanjikan pekerjaan di pemerintahan kepada seseorang jika orang tersebut bersedia memberikan suara atau menggalang dukungan untuknya. Atau, seorang pejabat bisa memberikan akses lebih mudah ke bantuan sosial bagi warga yang secara terbuka mendukungnya. Pembagian ini menunjukkan bahwa klientelisme tidak selalu berbentuk pemberian uang tunai, tetapi bisa dalam berbagai bentuk lainnya yang memiliki nilai ekonomi dan politik (Aspinall & Berenschot, 2019).

Namun, ada kritik terhadap cara Berenschot menjelaskan klientelisme karena ia lebih banyak menyoroti bagaimana sumber daya didistribusikan oleh patron, tetapi kurang menekankan bahwa hubungan ini sebenarnya adalah transaksi dua arah. Artinya, bukan hanya patron yang memberikan sesuatu kepada klien, tetapi klien juga memberikan sesuatu sebagai imbalannya, seperti suara dalam pemilu atau dukungan politik. Seorang akademisi lain bernama Hicken juga mengangkat masalah ini

dengan menyatakan bahwa klientelisme sulit didefinisikan secara baku karena sangat bergantung pada konteks di setiap negara atau wilayah. Di satu tempat, klientelisme mungkin berbentuk pemberian bantuan sosial kepada pendukung, sementara di tempat lain, bisa berupa janji memberikan proyek pekerjaan kepada kelompok tertentu (Ramadhan & Oley, 2019).

Menurut Hicken, ada beberapa ciri utama dalam hubungan klientelisme, yaitu hubungan antara dua pihak (patron dan klien), adanya ketergantungan di antara mereka, adanya hubungan hierarkis di mana satu pihak lebih berkuasa dari yang lain, serta hubungan yang berlangsung terus-menerus. Dalam praktiknya, seorang kepala daerah yang ingin kembali terpilih mungkin akan menjalin hubungan dengan tokoh masyarakat tertentu yang memiliki banyak pengikut. Sebagai imbalan atas dukungan politik, kepala daerah ini bisa memberikan proyek-proyek atau bantuan sosial kepada kelompok yang dipimpin oleh tokoh tersebut. Hubungan semacam ini tidak hanya terjadi satu kali, tetapi bisa terus berlangsung selama ada kepentingan yang mengikat kedua belah pihak (Ramadhan & Oley, 2019).

Ada satu unsur lain dalam klientelisme yang masih menjadi perdebatan, yaitu apakah hubungan ini terjadi secara sukarela atau tidak. Beberapa peneliti, seperti Muno, berpendapat bahwa dalam banyak kasus, klien sebenarnya tidak memiliki pilihan lain selain menerima hubungan ini. Misalnya, dalam sebuah desa yang sangat bergantung pada bantuan dari pemerintah daerah, warga mungkin merasa mereka tidak punya pilihan lain selain mendukung politisi yang memberikan bantuan tersebut, meskipun mereka tidak sepenuhnya setuju dengan kebijakan-kebijakannya. Namun, di tempat lain, ada juga situasi di mana seorang klien justru bisa memilih dari berbagai patron yang berbeda, terutama ketika persaingan politik semakin ketat. Dalam kasus seperti ini, klien bisa berpindah dukungan ke patron yang menawarkan keuntungan lebih besar (Sumarto, 2018).

Karena klientelisme sering kali muncul dalam konteks yang berbeda-beda, sulit untuk memberikan definisi yang seragam. Di satu sisi, hubungan ini bisa dilihat sebagai sesuatu yang merugikan demokrasi karena membuat politik lebih banyak berorientasi pada kepentingan pribadi daripada kepentingan publik. Namun, di sisi lain, ada juga yang berpendapat bahwa klientelisme adalah bagian dari dinamika politik yang tak terhindarkan, terutama di negara-negara yang institusinya belum sepenuhnya kuat. Di beberapa daerah, klientelisme bahkan dianggap sebagai cara yang efektif untuk mendapatkan akses terhadap sumber daya yang seharusnya sulit didapatkan oleh masyarakat biasa (Sumarto, 2018).

Dengan demikian, klientelisme bukanlah sekadar tentang "politik uang", tetapi juga melibatkan pertukaran sumber daya lain yang lebih kompleks. Fenomena ini akan terus menjadi bagian dari politik, terutama dalam demokrasi yang masih berkembang seperti Indonesia. Memahami bagaimana klientelisme bekerja, serta bagaimana pengaruhnya terhadap politik dan masyarakat, adalah langkah penting untuk merancang sistem yang lebih adil dan transparan. Meskipun sulit untuk menghapus klientelisme sepenuhnya, upaya untuk membangun institusi yang lebih kuat, meningkatkan transparansi, dan mendorong partisipasi politik yang lebih independen dapat membantu mengurangi dampak negatifnya dalam jangka panjang (Ramadhan & Oley, 2019).

Dalam konteks penelitian berjudul "*Strategi Kampanye Rahman Pina dalam Pemilihan Umum Legislatif 2024 di Sulawesi Selatan*", konsep klientelisme sangat relevan untuk dianalisis, terutama dalam memahami bagaimana strategi kampanye dijalankan di tengah dinamika politik lokal. Klientelisme sering kali menjadi bagian dari strategi politik di berbagai daerah, termasuk Sulawesi Selatan, di mana hubungan patron-klien masih memiliki pengaruh yang kuat dalam proses pemilihan. Misalnya, dalam kampanye legislatif, seorang kandidat dapat membangun jaringan dengan tokoh masyarakat, pemimpin komunitas, atau bahkan kelompok tertentu yang memiliki basis massa besar. Sebagai imbalannya, kandidat tersebut dapat menawarkan berbagai bentuk bantuan atau akses ke program tertentu sebagai bagian dari strategi elektoralnya. Studi ini bisa menggali lebih dalam bagaimana Rahman Pina memanfaatkan sumber daya politiknya untuk membangun hubungan dengan pemilih, apakah melalui pendekatan berbasis program atau melalui pola klientelisme yang lebih tradisional. Analisis ini penting untuk melihat sejauh mana praktik klientelisme masih mendominasi strategi kampanye di Sulawesi Selatan dan bagaimana dampaknya terhadap kualitas demokrasi dalam pemilu legislatif 2024.

1.6.4. Networking

Dalam dunia politik, networking atau jejaring politik adalah tentang bagaimana individu atau kelompok saling berhubungan untuk mencapai tujuan tertentu. Sederhananya, ini mirip dengan membangun pertemanan atau koneksi yang bisa membantu seseorang mendapatkan dukungan, informasi, atau bahkan kekuasaan dalam dunia politik. Konsep ini sudah ada sejak lama dan terus berkembang seiring dengan perubahan zaman. Jika dulu jejaring politik dibangun melalui pertemuan langsung, sekarang teknologi membuatnya lebih mudah dengan media sosial dan platform komunikasi digital. Dengan networking yang kuat, seorang politisi bisa mendapatkan lebih banyak dukungan dan memperluas pengaruhnya dalam masyarakat (Kurniawan et al., 2023).

Networking politik sebenarnya sudah ada sejak zaman dahulu, hanya saja bentuknya berbeda dengan sekarang. Dahulu, para pemimpin atau raja menggunakan jaringan bangsawan dan tokoh masyarakat untuk memperkuat kekuasaan mereka. Seiring waktu, perkembangan teknologi komunikasi mulai mengubah cara politisi membangun hubungan dengan pendukungnya. Pada abad ke-20, media seperti radio dan televisi menjadi alat penting untuk menjangkau masyarakat luas. Kini, dengan hadirnya internet, networking politik menjadi lebih cepat dan bisa menjangkau lebih banyak orang tanpa batasan geografis. Bahkan, politisi bisa berinteraksi langsung dengan pendukungnya melalui media sosial seperti Twitter, Facebook, atau Instagram (Kurniawan et al., 2023).

Dalam praktiknya, networking politik biasanya digunakan untuk membangun dukungan menjelang pemilu, menyebarkan gagasan, atau memperkuat posisi dalam pemerintahan. Misalnya, seorang calon anggota legislatif bisa menjalin hubungan dengan komunitas tertentu, seperti kelompok tani atau organisasi pemuda, untuk mendapatkan dukungan mereka dalam pemilu. Semakin banyak jaringan yang dibangun, semakin besar pula peluang untuk mendapatkan suara. Bahkan di beberapa kasus, jaringan ini tidak hanya digunakan saat kampanye, tetapi juga setelah seorang politisi terpilih, seperti dalam pembagian jabatan atau proyek pembangunan. Hal ini menunjukkan bahwa networking politik bukan hanya soal pemilu, tetapi juga cara seseorang bertahan dalam dunia politik (Kesaulya & Putri, 2023).

Ada beberapa prinsip dasar dalam networking politik yang perlu diperhatikan. Pertama, hubungan dalam jejaring politik biasanya saling menguntungkan, artinya kedua belah pihak mendapatkan manfaat dari hubungan tersebut. Kedua, semakin luas jaringan seseorang, semakin besar pengaruhnya dalam dunia politik. Ketiga, keberhasilan networking politik bergantung pada kepercayaan dan komunikasi yang baik di antara anggotanya. Misalnya, jika seorang politisi sering ingkar janji kepada pendukungnya, maka jaringannya bisa melemah dan dukungannya bisa berkurang. Oleh karena itu, menjaga hubungan baik dengan pendukung sangat penting dalam membangun jejaring politik yang kuat dan bertahan lama (Kesaulya & Putri, 2023).

Seiring perkembangan zaman, cara membangun networking politik juga mengalami perubahan. Dulu, orang harus bertemu langsung untuk membangun hubungan politik, misalnya melalui acara kumpul-kumpul atau pertemuan komunitas. Lalu, ketika media massa seperti televisi dan radio berkembang, politisi mulai memanfaatkan iklan dan wawancara di media untuk menjangkau lebih banyak orang. Sekarang, di era digital, media sosial menjadi alat utama dalam membangun jejaring politik. Banyak politisi yang menggunakan Twitter atau Instagram untuk langsung berkomunikasi dengan pemilihnya, mengomentari isu-isu terkini, atau bahkan sekadar membagikan aktivitas keseharian mereka untuk mendekatkan diri dengan masyarakat.

Salah satu contoh keberhasilan networking politik bisa dilihat dalam kampanye Lisda Hendrajoni pada pemilu legislatif DPR RI 2019. Ia memanfaatkan berbagai jaringan seperti tim sukses lokal, organisasi perempuan, dan komunitas sosial untuk menggalang dukungan. Dengan pendekatan ini, ia tidak hanya mendapatkan dukungan dari individu, tetapi juga dari kelompok yang memiliki pengaruh besar di masyarakat. Strategi ini membuktikan bahwa membangun jejaring politik yang solid bisa menjadi faktor penentu kemenangan dalam pemilu. Begitu juga dalam kampanye politik modern, banyak kandidat yang menggunakan strategi serupa untuk memenangkan pemilihan, baik di tingkat lokal maupun nasional (Z. M. Putra & Gautama, 2021).

Networking politik adalah kunci penting dalam dunia politik modern. Dengan jejaring yang kuat, seorang politisi bisa mendapatkan lebih banyak dukungan, menyebarkan gagasan dengan lebih efektif, dan meningkatkan pengaruhnya di masyarakat. Perkembangan teknologi membuat cara membangun jejaring politik semakin beragam, dari pertemuan tatap muka hingga penggunaan media sosial. Contoh-contoh seperti kampanye berbasis komunitas dan pemanfaatan media digital menunjukkan bahwa networking politik bukan hanya soal mencari dukungan, tetapi juga tentang bagaimana mempertahankan hubungan jangka panjang dengan masyarakat. Oleh karena itu, memahami cara kerja networking politik bisa membantu seseorang lebih memahami bagaimana politik modern dijalankan (Z. M. Putra & Gautama, 2021).

Dalam kaitannya dengan penelitian berjudul "*Strategi Kampanye Rahman Pina dalam Pemilihan Umum Legislatif 2024 di Sulawesi Selatan*", konsep networking politik menjadi aspek yang sangat penting dalam memahami strategi yang digunakan oleh Rahman Pina. Dalam kontestasi politik, membangun jejaring dengan berbagai kelompok masyarakat, tokoh berpengaruh, dan organisasi lokal menjadi kunci dalam menggalang dukungan. Rahman Pina kemungkinan besar memanfaatkan jaringan politiknya, baik melalui hubungan dengan elite lokal, komunitas masyarakat, maupun media sosial, untuk memperkuat citranya dan meningkatkan elektabilitasnya. Selain itu, dalam konteks politik daerah seperti Sulawesi Selatan, relasi patron-klien juga masih memiliki peran besar dalam membentuk jaringan dukungan. Dengan demikian, penelitian ini dapat mengeksplorasi sejauh mana Rahman Pina menggunakan strategi networking politik untuk memperluas pengaruhnya, apakah melalui pendekatan berbasis komunitas, komunikasi digital, atau bahkan kolaborasi dengan aktor politik lainnya demi memenangkan pemilihan legislatif 2024.

1.7 KERANGKA PIKIR

Kerangka pikir adalah gambaran visual atau representasi yang menjelaskan hubungan antara konsep-konsep utama dalam sebuah penelitian. Kerangka ini membantu peneliti merumuskan bagaimana variabel-variabel dalam penelitian saling berhubungan atau memengaruhi satu sama lain. Dengan menggunakan kerangka konseptual, peneliti dapat menyusun alur pemikiran yang sistematis dan terstruktur, sehingga lebih mudah untuk memahami arah penelitian dan mengidentifikasi hipotesis yang akan diuji. Kerangka ini juga berfungsi sebagai panduan dalam mengumpulkan data dan menganalisis hasil penelitian, memastikan bahwa semua aspek penelitian selaras dengan tujuan penelitian yang telah ditetapkan (Assyakurrohim et al., 2023).

Kerangka pikir dalam penelitian ini menjelaskan bagaimana strategi kampanye Rahman Pina dalam Pemilihan Umum Legislatif 2024 di Sulawesi Selatan disusun dan dijalankan. Di bagian awal, terdapat dua faktor utama yang menjadi dasar perencanaan strategi, yaitu teori rational voter dan strategi kampanye. Teori rational voter mengacu pada pemikiran bahwa pemilih akan menentukan pilihannya berdasarkan keuntungan yang mereka peroleh. Artinya, pemilih tidak hanya memilih berdasarkan emosi, tetapi juga mempertimbangkan apakah kandidat yang mereka pilih dapat memberikan manfaat nyata bagi mereka. Di sisi lain, strategi kampanye mencakup berbagai upaya yang dilakukan Rahman Pina untuk menarik perhatian dan dukungan dari masyarakat. Kedua faktor ini bertujuan untuk mencapai satu hal utama, yaitu memenangkan pemilu dan mendapatkan kursi legislatif. Dengan memahami bagaimana pemilih berpikir serta menerapkan strategi yang tepat, Rahman Pina dapat meningkatkan peluangnya untuk memperoleh suara terbanyak.

Untuk mencapai tujuan tersebut, langkah selanjutnya adalah menetapkan agenda setting atau pengaturan agenda kampanye. Agenda setting berfungsi sebagai pedoman dalam merancang strategi yang lebih spesifik. Dalam konteks ini, Rahman Pina harus menentukan isu-isu utama yang relevan dan menarik perhatian masyarakat di Sulawesi Selatan. Misalnya, jika masyarakat lebih peduli terhadap pembangunan infrastruktur, maka kampanye harus menekankan solusi yang akan diberikan Rahman Pina terkait masalah tersebut. Selain itu, jika masalah ekonomi dan kesejahteraan sosial menjadi perhatian utama, maka strategi kampanye harus dirancang untuk menunjukkan bagaimana Rahman Pina dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Dengan menetapkan agenda yang sesuai dengan kebutuhan pemilih, pesan kampanye dapat lebih terarah dan efektif dalam menarik dukungan.

Setelah agenda ditetapkan, strategi kampanye dibagi menjadi dua pendekatan utama, yaitu klientelisme dan networking (jaringan). Klientelisme adalah strategi di mana kandidat membangun hubungan dengan masyarakat melalui pemberian bantuan langsung atau janji program tertentu yang menguntungkan pemilih. Contohnya, Rahman Pina bisa memberikan bantuan sosial kepada komunitas tertentu atau menawarkan program pembangunan yang dapat dirasakan langsung oleh masyarakat. Pendekatan ini bertujuan untuk menciptakan rasa ketergantungan dan loyalitas pemilih terhadap kandidat. Sementara itu, networking lebih berfokus pada membangun relasi dengan berbagai kelompok strategis, seperti tokoh masyarakat, organisasi pemuda, dan komunitas lokal. Melalui jaringan yang kuat, Rahman Pina dapat memperluas basis pendukungnya dan memperkuat posisinya di berbagai lapisan masyarakat.

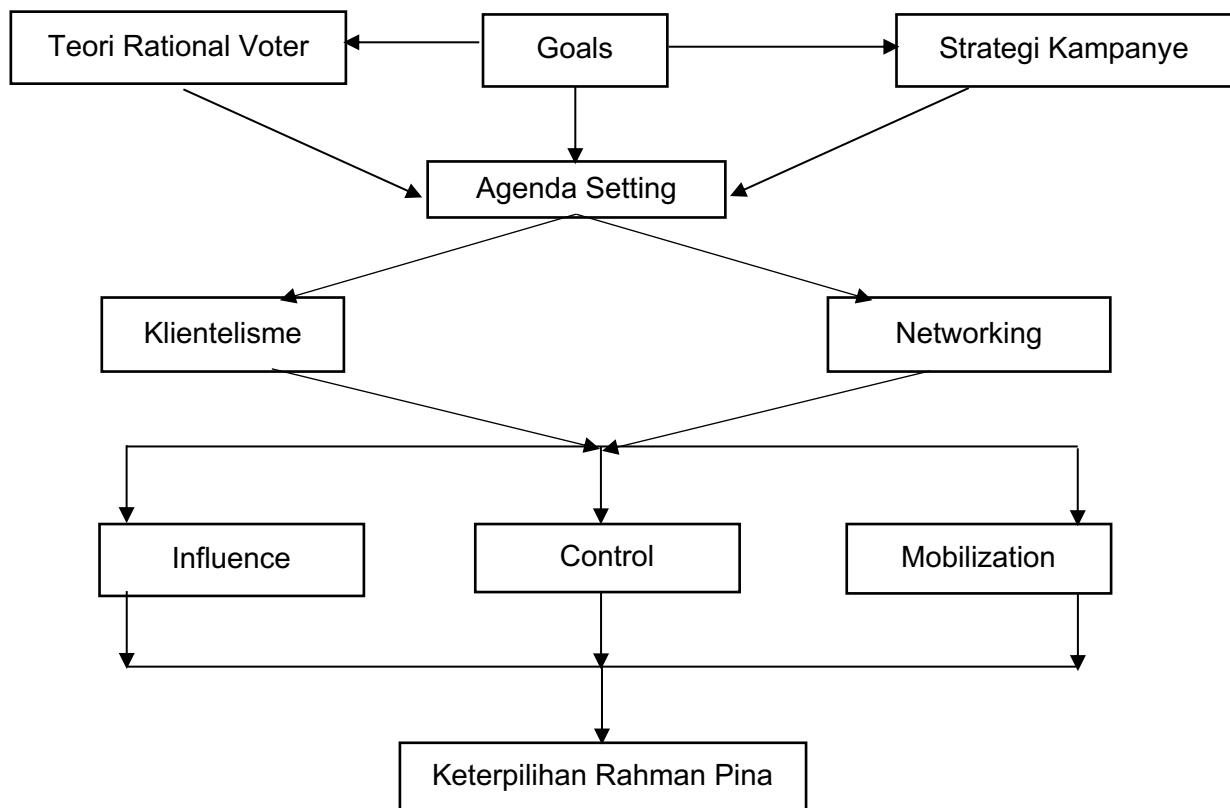
Dari kedua pendekatan tersebut, klientelisme akan menghasilkan pengaruh (influence), sementara networking akan menghasilkan mobilisasi (mobilization). Pengaruh dalam hal ini berarti seberapa besar Rahman Pina dapat meyakinkan pemilih bahwa memilihnya adalah keputusan yang menguntungkan. Jika pemilih merasa mendapatkan manfaat langsung dari Rahman Pina, mereka cenderung akan lebih loyal dan memberikan suara mereka. Sebaliknya, mobilisasi berhubungan dengan bagaimana Rahman Pina dan timnya menggerakkan massa agar lebih aktif dalam mendukung dan memilihnya pada hari pemungutan suara. Mobilisasi bisa dilakukan dengan berbagai cara, seperti kampanye door-to-door, mengadakan pertemuan dengan kelompok masyarakat, serta memanfaatkan media sosial untuk memperluas jangkauan pesan kampanye. Dengan mobilisasi yang efektif, semakin banyak pemilih yang sadar akan pentingnya berpartisipasi dan mendukung Rahman Pina.

Selain influence dan mobilization, faktor lain yang juga berperan penting adalah kontrol (control). Kontrol berfungsi untuk memastikan bahwa semua strategi kampanye berjalan sesuai rencana dan dapat mencapai hasil yang diharapkan. Dalam konteks kampanye Rahman Pina, kontrol dapat mencakup pemantauan terhadap tim sukses, evaluasi efektivitas strategi, serta melakukan perubahan strategi jika diperlukan. Misalnya, jika ditemukan bahwa metode kampanye tertentu tidak memberikan hasil yang optimal, maka tim kampanye dapat segera menyesuaikan pendekatan agar lebih sesuai dengan kondisi lapangan. Kontrol ini juga mencakup pemantauan terhadap reaksi masyarakat terhadap kampanye yang dijalankan. Jika ada kritik atau tantangan yang muncul, tim dapat merespons dengan cepat untuk menjaga citra positif Rahman Pina di mata pemilih.

Selain itu, dalam pelaksanaan strategi kampanye, faktor teknologi dan media sosial juga memainkan peran yang sangat penting dalam meningkatkan keterpilihan Rahman Pina. Di era digital seperti sekarang, penggunaan media sosial seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan TikTok menjadi alat yang efektif untuk menjangkau pemilih dalam skala yang lebih luas. Melalui media sosial, Rahman Pina dapat menyampaikan visi, misi, serta program-program unggulannya dengan cara yang lebih interaktif dan menarik. Video kampanye, siaran langsung, dan diskusi daring dengan masyarakat dapat membangun kedekatan emosional antara kandidat dan pemilih. Selain itu, media sosial juga memungkinkan respons cepat terhadap isu-isu yang berkembang di masyarakat, sehingga Rahman Pina dapat menyesuaikan narasi kampanyenya dengan kebutuhan pemilih. Dengan memanfaatkan teknologi secara maksimal, strategi kampanye dapat lebih efisien, terarah, dan memberikan dampak yang lebih besar dalam meningkatkan elektabilitas serta keterpilihan Rahman Pina dalam Pemilihan Umum Legislatif 2024 di Sulawesi Selatan.

Pada akhirnya, kombinasi dari influence, mobilization, dan control akan menentukan keterpilihan Rahman Pina dalam Pemilihan Umum Legislatif 2024. Jika strategi klientelisme berhasil menciptakan pengaruh yang kuat di masyarakat, networking mampu meningkatkan mobilisasi pemilih, dan kontrol dilakukan dengan baik, maka peluang Rahman Pina untuk memenangkan pemilu semakin besar. Kerangka pikir ini menunjukkan bahwa keterpilihan seorang kandidat tidak hanya bergantung pada popularitas, tetapi juga pada bagaimana strategi kampanye dirancang dan dijalankan. Dengan pendekatan yang sistematis, Rahman Pina dapat memastikan bahwa setiap aspek kampanye mendukung tujuannya untuk meraih kemenangan. Kesuksesan dalam pemilu bukan hanya tentang tampil di publik, tetapi juga tentang bagaimana kandidat mampu memahami kebutuhan pemilih dan memberikan solusi yang mereka butuhkan.

Adapun kerangka berpikir yang mana dapat dijelaskan sebagai berikut:



Gambar 2.1. Kerangka Pikir

BAB II

METODE PENELITIAN

2.1. TEMPAT DAN WAKTU

Penelitian tentang Strategi Kampanye Rahman Pina dalam Pemilihan Umum Legislatif 2024 di Sulawesi Selatan II dilakukan di wilayah yang menjadi basis utama dukungan Rahman Pina. Lokasi penelitian meliputi kecamatan-kecamatan di Kota Makassar yang berada di dapil Sulawesi Selatan II, yaitu Kecamatan Panakkukang, Kecamatan Biringkanaya, Kecamatan Manggala, dan Kecamatan Tamalanrea. Wilayah ini dipilih karena mencerminkan dinamika sosial-politik lokal serta merupakan area di mana Rahman Pina telah berhasil memenangkan pemilu selama beberapa periode sebelumnya. Penelitian ini dilaksanakan selama 2 bulan, yaitu pada bulan Desember 2024 hingga Januari 2025. Periode waktu ini mencakup proses persiapan penelitian, wawancara dengan informan, pengumpulan data lapangan, hingga analisis data dan penulisan laporan penelitian.

2.2. JENIS PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif (Hidayat & Purwokerto, 2019). Pendekatan kualitatif dipilih untuk menggali pemahaman mendalam tentang strategi kampanye yang dilakukan Rahman Pina sehingga mampu mempertahankan posisinya sebagai anggota DPRD selama 4 periode. Penelitian ini berusaha mengeksplorasi makna, proses, dan pengalaman di balik strategi kampanye yang dirancang dan diterapkan oleh Rahman Pina. Dengan metode ini, peneliti dapat memahami konteks sosial-politik di dapil Sulawesi Selatan II, termasuk bagaimana Rahman Pina membangun hubungan dengan masyarakat dan memanfaatkan modal sosial serta politiknya.

Pendekatan deskriptif digunakan untuk menggambarkan secara rinci bagaimana strategi kampanye Rahman Pina dirancang dan diterapkan, serta bagaimana strategi ini berhasil membangun kepercayaan masyarakat selama empat periode. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi elemen-elemen penting yang mendukung keberhasilan Rahman Pina, seperti penggunaan media sosial, kampanye tatap muka, penguatan jaringan relawan, dan pendekatan berbasis komunitas. Dengan pendekatan ini, peneliti mampu memberikan pemahaman yang komprehensif tentang interaksi antara strategi kampanye dengan dinamika politik lokal di dapil Sulawesi Selatan II.

2.3. SUMBER DATA

2.3.1. Data Primer

Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dengan informan kunci yang relevan dengan penelitian (Assyakurrohim et al., 2023). Informan kunci dalam penelitian ini meliputi:

1. Rahman Pina sebagai kandidat utama yang memiliki pengalaman dalam merancang dan menerapkan strategi kampanye.
2. Sekretaris pengurus partai Golkar di tingkat DPD Provinsi Sulawesi Selatan Bapak Andi Marzuki Wadeng, yang memiliki peran dalam pengambilan keputusan dan pengorganisasian kampanye.
3. Tim sukses yang terlibat langsung dalam pelaksanaan kampanye, termasuk strategi lapangan dan komunikasi dengan pemilih.
4. Masyarakat pemilih di dapil Sulawesi Selatan II, baik pemilih loyal maupun mereka yang berpindah dukungan, untuk menggali perspektif mereka terhadap strategi kampanye Rahman Pina yang di antaranya Ibu Endang Muliani, Bapak Herianto, Ibu Rosdiana Sirajuddin, Ibu Nur Amaliah, dan Bapak Syahrul.

Alasan memilih informan ini karena mewakili kelompok-kelompok kunci yang memiliki peran langsung atau pengalaman mendalam terkait strategi kampanye Rahman Pina di dapil Sulawesi Selatan II. Tokoh lokal dan tim sukses dianggap memahami strategi dan dinamika politik yang digunakan Rahman

Pina, termasuk cara membangun jaringan dan memanfaatkan modal sosial di wilayah tersebut. Masyarakat, baik yang loyal maupun yang berpindah dukungan, memberikan perspektif penting mengenai efektivitas kampanye dari sisi penerimaan publik. Dengan memilih informan secara purposive, penelitian ini dapat menggali data yang relevan dan mendalam tentang bagaimana strategi kampanye dirancang, diterapkan, dan diterima, sehingga dapat memberikan pemahaman yang komprehensif tentang keberhasilan Rahman Pina dalam mempertahankan posisinya selama beberapa periode pemilu.

2.3.2. Data Sekunder

Data sekunder diperoleh dari berbagai dokumen dan sumber yang relevan (Assyakurrohim et al., 2023), seperti:

1. Berita dan artikel media massa tentang pemilu 2024 di Sulawesi Selatan, khususnya tentang Rahman Pina dan dapil Sulawesi Selatan II.
2. Laporan resmi dari KPU dan Bawaslu mengenai pelaksanaan pemilu dan kampanye di wilayah penelitian.
3. Dokumen internal partai Golkar terkait strategi kampanye yang digunakan oleh Rahman Pina dan timnya.
4. Literatur dan penelitian sebelumnya yang relevan, seperti kajian tentang strategi kampanye politik dan perilaku pemilih dalam konteks lokal.

2.4. TEKNIK PENGUMPULAN DATA

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini meliputi:

2.4.1. Wawancara Tidak Terstruktur.

Wawancara tidak terstruktur dilakukan dengan informan (Ridlo, 2023) yang memiliki peran penting dalam strategi kampanye Rahman Pina, seperti anggota tim sukses, relawan, tokoh masyarakat, dan pemilih di dapil Sulawesi Selatan II. Wawancara ini dirancang secara fleksibel untuk menggali informasi mengenai bagaimana strategi kampanye dirancang, diterapkan, dan diterima oleh masyarakat. Dengan pendekatan ini, peneliti dapat memahami pengalaman langsung para informan serta mendapatkan perspektif unik yang tidak dapat diperoleh melalui metode pengumpulan data lainnya.

2.4.2. Studi Dokumentasi

Studi dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan dan menganalisis dokumen-dokumen terkait (Ridlo, 2023) kampanye dan pemilu, seperti laporan dana kampanye, peraturan KPU, dan berita tentang kegiatan Rahman Pina. Dokumen-dokumen ini memberikan informasi tambahan yang membantu peneliti dalam memahami konteks kampanye dan peraturan yang berlaku. Studi dokumen juga penting untuk memverifikasi data yang diperoleh dari wawancara dan observasi, serta memberikan perspektif historis tentang strategi politik dan pelaksanaan pemilu di dapil Sulawesi Selatan II.

2.5. TEKNIK ANALISIS DATA

Penelitian ini menggunakan teknik analisis deskriptif untuk menganalisis data yang diperoleh. Analisis tematik memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi pola dan tema utama dari data yang dikumpulkan selama penelitian (Rusli, 2021). Teknik ini cocok untuk memahami secara mendalam strategi kampanye yang diterapkan oleh Rahman Pina dan relevansinya terhadap keberhasilan dalam Pemilu Legislatif 2024 di Sulawesi Selatan II. Berikut adalah tahapan yang diterapkan dalam analisis data ini:

2.5.1. Reduksi Data

Pada tahap ini, data yang dikumpulkan dari wawancara, observasi, dan studi dokumen diseleksi dan diringkas untuk memastikan hanya informasi yang relevan dan sesuai dengan fokus penelitian yang

dipertahankan (Sagena et al., 2023). Reduksi data bertujuan untuk menyaring informasi yang tidak relevan atau berlebihan, sehingga penelitian dapat lebih fokus pada elemen-elemen penting yang terkait dengan strategi kemenangan Rahman Pina. Misalnya, peneliti akan merangkum hasil wawancara dengan tim sukses atau tokoh masyarakat dan mencatat poin-poin kunci tentang pendekatan kampanye yang berhasil diterapkan oleh Rahman Pina.

2.5.2. Kategorisasi

Tahap ini melibatkan pengelompokan data ke dalam kategori atau tema yang sesuai dengan fokus penelitian. Data yang telah direduksi dikelompokkan berdasarkan elemen-elemen seperti strategi digital, pendekatan tatap muka, pengelolaan sumber daya, dan hubungan dengan tokoh masyarakat (Rusli, 2021). Proses kategorisasi ini bertujuan untuk mempermudah analisis dengan menciptakan struktur yang sistematis, sehingga peneliti dapat mengidentifikasi pola-pola yang konsisten dalam strategi kampanye Rahman Pina. Dengan cara ini, peneliti dapat memahami bagaimana berbagai elemen kampanye saling berinteraksi dan memberikan kontribusi terhadap keberhasilan pemilu.

2.5.3. Penarikan Kesimpulan

Setelah data terorganisir dengan baik, peneliti akan menyimpulkan temuan utama dan mengaitkannya dengan teori atau konsep yang relevan (Tawakkal & Rohman, 2022). Penarikan kesimpulan ini tidak hanya memaparkan fakta atau temuan, tetapi juga menjelaskan hubungan antar elemen strategi kampanye Rahman Pina yang mendukung keberhasilan pemilu. Pada tahap ini, peneliti juga membahas implikasi dari strategi yang ditemukan, serta mengaitkannya dengan faktor sosial-politik yang ada di dapil Sulawesi Selatan II. Hasil dari analisis ini akan memberikan wawasan baru tentang bagaimana strategi kampanye dirancang dan diterapkan dalam konteks politik lokal.

