

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) Kabupaten Bekasi tahun 2024 menjadi salah satu ajang penting dalam politik lokal yang penuh dinamika dan sarat makna. Sebagai daerah penyangga ibu kota, Kabupaten Bekasi memiliki tantangan sosial-politik yang kompleks. Populasi pemilih di daerah ini terus bertambah dan semakin beragam, mencerminkan perubahan pola pikir serta kebutuhan masyarakat yang kian berkembang. Salah satu penanda penting dari perubahan tersebut terlihat dalam hasil Pemilu Legislatif 2024. Berdasarkan laporan dari Antara News (2024), sebanyak 67 persen anggota DPRD Kabupaten Bekasi periode 2024–2029 adalah wajah baru. Angka ini menunjukkan bahwa terjadi peremajaan signifikan di parlemen lokal. Artinya, banyak politisi lama yang tidak lagi mendapat dukungan, sementara tokoh-tokoh baru mulai mendapat tempat di hati pemilih.

Fenomena ini bisa dimaknai sebagai bentuk kejenuhan masyarakat terhadap elit politik lama yang dinilai kurang mampu memberikan solusi nyata. Masyarakat kini cenderung menginginkan pemimpin yang lebih segar, mampu mewakili aspirasi mereka, dan punya ide-ide baru untuk mengatasi berbagai persoalan lokal, seperti kemacetan, ketimpangan pembangunan, dan pelayanan publik. Regenerasi ini membuka peluang besar bagi munculnya figur-figur politik baru yang sebelumnya tidak terlalu terlihat. Selain itu, partai politik juga kini ditantang untuk tidak hanya mengandalkan tokoh lama, tetapi harus mulai mempersiapkan kader-kader muda yang kompeten dan punya integritas.

Dinamika politik di Bekasi menunjukkan adanya pergeseran dari pola lama yang cenderung transaksional atau berbasis popularitas semata, menuju pola yang lebih rasional. Para pemilih mulai memperhatikan faktor seperti rekam jejak calon, integritas pribadi, kemampuan berkomunikasi, serta komitmen terhadap perubahan. Situasi ini menciptakan kompetisi politik yang lebih sehat dan terbuka, di mana setiap kandidat memiliki peluang untuk menang asalkan mampu menawarkan visi, program, dan strategi komunikasi yang relevan dengan kebutuhan masyarakat. Pilkada 2024 pun menjadi momen penting untuk melihat bagaimana transformasi

politik lokal berlangsung di tengah arus perubahan sosial yang cepat. (Fitriyanti, Puspitasari, Jasmine, & Putranto, 2025).

Gambar 1. 1 Pasangan Ade Kuswara Kunang dan Asep Surya Atmaja



Sumber : <https://images.app.goo.gl/pFZYqUCtSH1oS8bR7>

Pasangan Ade Kuswara Kunang dan Asep Surya Atmaja dikenal sebagai figur publik yang memiliki latar belakang kuat dalam bidang sosial, advokasi, dan pelayanan masyarakat. Ade Kuswara Kunang, yang berlatar belakang hukum, merupakan seorang aktivis sekaligus kader partai politik yang telah lama berkecimpung dalam gerakan pemuda dan komunitas advokasi. Ia dikenal sebagai representasi generasi muda politikus lokal yang memiliki karakter progresif, vokal, dan peduli terhadap isu-isu kerakyatan, khususnya dalam hal perlindungan buruh, keadilan agraria, dan kelestarian lingkungan hidup. Rekam jejak ini memberikan legitimasi politik yang kuat, sekaligus membangun kepercayaan publik terhadap komitmen perjuangan yang berpihak pada masyarakat bawah.

Dan sosok dr. Asep Surya Atmaja hadir dengan latar belakang sebagai dokter dan praktisi kesehatan masyarakat. Kiprahnya banyak dikenal melalui program layanan kesehatan gratis, penyuluhan gizi, serta keterlibatannya dalam kegiatan sosial berbasis komunitas. Hal ini menjadikan pasangan Ade–Asep memiliki daya tarik tersendiri, yakni gabungan antara pendekatan advokatif dan

pelayanan langsung kepada masyarakat. Citra ini memperkuat persepsi publik bahwa mereka adalah pasangan yang solutif, humanis, dan responsif terhadap kebutuhan dasar masyarakat, khususnya di bidang kesehatan dan kesejahteraan sosial.

Kemunculan tokoh muda seperti Ade Kuswara Kunang, seorang kader dari Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP), menjadi salah satu simbol nyata dari proses regenerasi politik yang mampu menjawab tantangan zaman. Ade Kunang dikenal sebagai sosok yang aktif dalam berbagai kegiatan kepartaian dan dekat dengan masyarakat di tingkat akar rumput. Ia tidak hanya dikenal oleh kalangan elit, tetapi juga oleh masyarakat biasa yang merasakan langsung kehadirannya dalam berbagai kegiatan sosial dan politik. Visi yang dibawanya pun sejalan dengan ideologi kerakyatan yang menjadi ciri khas PDIP, yaitu memperjuangkan keadilan sosial, pemerataan pembangunan, dan keberpihakan terhadap rakyat kecil.

Menurut laporan dari Lenterajabar (2024), keikutsertaan Ade Kunang dalam Pilkada Bekasi merupakan bukti bahwa PDIP serius dalam membangun kaderisasi internal yang berkelanjutan. Partai ini tidak hanya mengandalkan nama besar, tetapi juga mendorong kader muda yang punya kapasitas dan kedekatan sosial dengan masyarakat untuk maju ke gelanggang politik lokal. Langkah ini menunjukkan bahwa PDIP mampu beradaptasi dengan perubahan sosial-politik di masyarakat Bekasi yang semakin terbuka, kritis, dan menuntut pemimpin yang benar-benar paham akan kebutuhan mereka.

Fenomena ini dapat dijelaskan secara lebih mendalam melalui pendekatan teori komunikasi politik menurut Prof. Hafied Cangara dan teori partai politik dari Ramlan Surbakti. Prof. Hafied Cangara menjelaskan bahwa komunikasi politik adalah proses penyampaian pesan-pesan politik dari aktor politik kepada masyarakat, baik secara langsung maupun melalui media massa, dengan tujuan memengaruhi opini publik, membentuk sikap, dan mendorong partisipasi politik. Konsep ini sangat dipengaruhi oleh model komunikasi klasik dari Harold D. Lasswell, yang merumuskan komunikasi dalam lima komponen utama: siapa

(komunikator), mengatakan apa (pesan), melalui saluran apa (media), kepada siapa (komunikan), dan dengan dampak apa (efek).

Kelima elemen ini sangat penting dalam menjelaskan strategi komunikasi politik pasangan calon Ade Kuswara Kunang dan Asep Surya Atmaja. Komunikatornya adalah tokoh-tokoh politik yang diusung oleh PDIP—khususnya Ade Kunang sebagai figur utama. Pesan yang disampaikan meliputi visi kepemimpinan, program-program unggulan, dan integritas personal calon. Komunikan atau audiens-nya melibatkan berbagai segmen masyarakat, seperti pemilih pemula, kelas pekerja, tokoh komunitas, dan kelompok perempuan. Media yang digunakan pun sangat beragam, mulai dari tatap muka di komunitas desa, baliho fisik, hingga platform digital seperti TikTok, Instagram, dan YouTube. Efek yang diharapkan tidak hanya terbatas pada meningkatnya elektabilitas, tetapi juga menciptakan hubungan emosional, kepercayaan, serta mobilisasi suara dalam pemilu.

Prof. Hafied Cangara menekankan bahwa keberhasilan komunikasi politik tidak hanya tergantung pada kejelasan pesan, tetapi juga pada relevansi dan konteks sosial masyarakat penerima pesan. Strategi komunikasi yang diterapkan oleh tim pemenangan harus berbasis pada kebutuhan lokal dan dibangun secara dua arah. Artinya, komunikasi tidak hanya bersifat top-down, tetapi juga responsif terhadap aspirasi dan keluhan dari akar rumput. Hal ini memperkuat efektivitas komunikasi politik dan menjadikan kampanye lebih partisipatif.

Dari sudut pandang teori partai politik menurut Ramlan Surbakti, partai politik memiliki fungsi utama sebagai sarana artikulasi dan agregasi kepentingan rakyat, serta menjadi wahana rekrutmen politik dan kaderisasi kepemimpinan. Partai politik menjadi jembatan yang menghubungkan aspirasi masyarakat dengan kebijakan pemerintahan. Ramlan Surbakti menekankan bahwa partai yang sehat adalah partai yang mampu melakukan rekrutmen secara terbuka, tidak hanya dari elit partai, tetapi juga dari kalangan masyarakat yang memiliki kapasitas dan rekam jejak pelayanan publik.

Dalam kasus Kabupaten Bekasi, PDIP menunjukkan penerapan prinsip ini dengan mendorong figur seperti Ade Kuswara Kunang yang dikenal aktif di komunitas lokal sebagai calon kepala daerah. Ini mencerminkan peran partai

sebagai fasilitator politik yang membuka ruang partisipasi bagi individu-individu yang memiliki kedekatan dengan realitas sosial masyarakat. Strategi pemenangan yang diterapkan pun tidak semata-mata berbasis kekuatan struktural partai, tetapi juga memanfaatkan jejaring relawan, dukungan tokoh lokal, serta pendekatan komunikasi politik yang inklusif.

Integrasi antara teori komunikasi politik Prof. Hafied Cangara (berbasis pada kerangka Lasswell) dan teori partai politik Ramlan Surbakti memberikan landasan konseptual yang kuat dalam menganalisis bagaimana strategi politik pasangan Ade-Asep dibangun. Strategi ini tidak hanya bersandar pada kekuatan simbolik partai, tetapi juga pada efektivitas komunikasi politik dan keberhasilan membangun koneksi dengan basis pemilih secara langsung dan emosional.

Strategi politik yang dijalankan oleh para kandidat dalam Pilkada tidak selalu sejalan dengan kondisi sosial masyarakat di lapangan. Di Kabupaten Bekasi, khususnya di daerah yang padat penduduk dan wilayah industri, masih banyak ditemukan lemahnya pengorganisasian massa pendukung dan minimnya pendekatan politik yang benar-benar menyentuh persoalan nyata masyarakat. Banyak kandidat yang lebih mengutamakan pencitraan instan, misalnya dengan baliho atau kampanye media sosial yang dangkal daripada membangun jaringan dukungan yang kuat dan tahan lama. Kampanye semacam ini cenderung bersifat simbolik, hanya mengandalkan slogan tanpa memberikan solusi konkret terhadap masalah-masalah penting seperti tingginya angka pengangguran, kurangnya pengawasan kawasan industri, serta buruknya layanan publik di sektor kesehatan dan pendidikan.

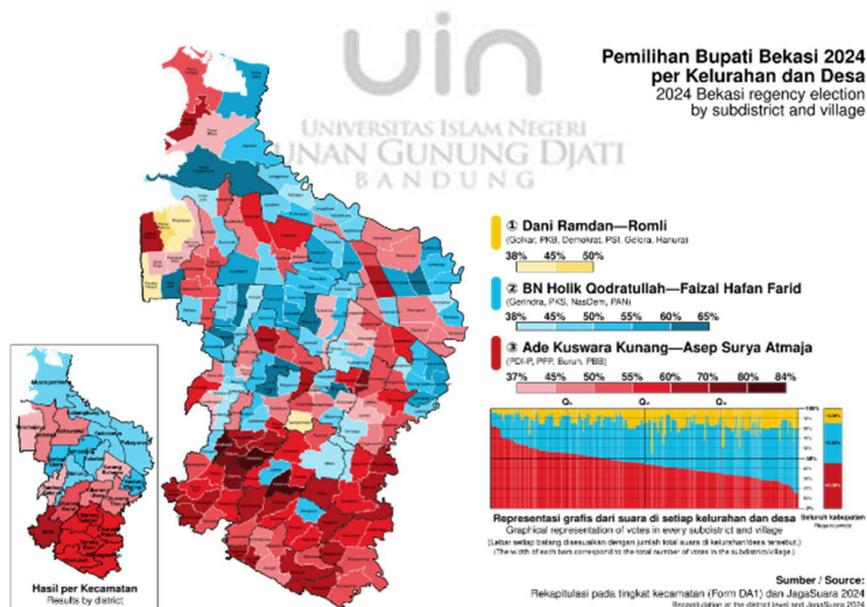
Fenomena tersebut memperlihatkan adanya jurang antara strategi politik yang dirancang dengan kebutuhan masyarakat. Padahal, strategi politik yang baik seharusnya dibentuk berdasarkan pemahaman terhadap struktur sosial masyarakat, siapa yang mereka butuhkan sebagai pemimpin, persoalan apa yang paling mendesak, dan bagaimana mereka ingin dilibatkan dalam proses politik.

Pilkada Kabupaten Bekasi tahun 2024 tidak hanya akan dipengaruhi oleh kekuatan partai politik semata, melainkan juga oleh kemampuan kandidat dalam membaca situasi sosial, membangun komunikasi politik yang efektif, dan

menyusun strategi kampanye yang tepat sasaran. Komposisi pemilih di Bekasi yang mayoritas terdiri dari generasi muda dan pekerja industri membuat pendekatan politik yang lama yang hanya bersifat seremonial atau formalistik tidak lagi cukup. Para kandidat harus mampu menawarkan program-program nyata yang berfokus pada peningkatan kesejahteraan ekonomi, perbaikan layanan publik, pengelolaan kawasan industri yang berkelanjutan, dan transparansi dalam tata kelola pemerintahan.

Media sosial memegang peran yang sangat penting sebagai ruang baru bagi artikulasi politik. Lewat media sosial, kandidat bisa membangun komunikasi dua arah dengan pemilih, menyampaikan pesan politik secara langsung, dan membentuk citra diri yang relevan dengan kebutuhan masyarakat masa kini. Media sosial juga menjadi alat yang ampuh untuk menjangkau pemilih muda yang akrab dengan teknologi dan cenderung lebih kritis terhadap pesan politik yang diterima (Pamungkas, 2009).

Gambar 1. 2 Peta Persebaran Kekuatan Politik Berdasarkan Hasil Pemilu di Kabupaten Bekasi

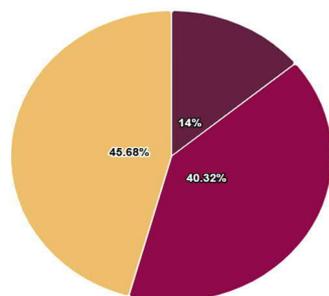


Sumber: <https://kab-bekasi.kpu.go.id>

Peta visual hasil Pemilu menunjukkan dengan gamblang bagaimana kekuatan politik tersebar di Kabupaten Bekasi menjelang Pilkada 2024. Warna merah yang mendominasi wilayah selatan menggambarkan betapa kuatnya pengaruh Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP) di daerah tersebut. Ini sekaligus menjadi indikasi bahwa wilayah selatan merupakan basis utama dukungan terhadap pasangan calon Ade Kuswara Kunang dan Asep Surya Atmaja. Di sisi lain, warna biru dan kuning yang tersebar di sejumlah kecamatan memperlihatkan bahwa partai-partai lain juga memiliki kekuatan tersendiri, terutama di wilayah tengah dan utara Kabupaten Bekasi. Artinya, pertarungan politik di daerah ini tidak didominasi satu partai saja, tetapi berlangsung secara kompetitif di banyak titik strategis.

Selain peta, grafik batang yang menyertainya memberikan informasi tambahan yang penting. Grafik tersebut memperlihatkan bahwa perolehan suara PDIP tidak merata di seluruh wilayah. Di beberapa daerah, partai ini unggul secara signifikan, sementara di daerah lain persaingan berlangsung lebih ketat. Hal ini menunjukkan bahwa kesuksesan politik PDIP dan pasangan Ade–Asep tidak hanya karena popularitas tokoh, tetapi juga hasil dari kerja politik yang terstruktur dan sistematis. Mereka tampak menjalankan strategi yang cerdas, mulai dari memperkuat jaringan di tingkat akar rumput, memetakan wilayah dengan potensi suara tinggi, hingga menyampaikan pesan politik yang relevan dan kontekstual sesuai dengan kondisi masing-masing daerah.

Gambar 1. 3 Diagram persentase dukungan terhadap tiga pasangan calon Bupati dan Wakil Bupati Kabupaten Bekasi pada Pilkada 2024 berdasarkan data prapemilu



- Dr. H. DANI RAMDAN, M.T. - H. ROMLI HM
- HM. BN. HOLIK QODRATULLOH, S.E., M.SI. - H. FAIZAL HAFAN FARID, S.E., M.SI.
- ADE KUSWARA KUNANG, S.H. - dr. ASEP SURYA ATMAJA

Sumber : <https://pilkada2024.kpu.go.id/pilwalkot/jawa-barat>

Fenomena kontestasi dalam Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) Kabupaten Bekasi tahun 2024 memperlihatkan dinamika persaingan yang sangat kompetitif antar kandidat. Berdasarkan data prapemilu yang ditampilkan pada Gambar 1.3, pasangan calon Ade Kuswara Kunang, S.H. dan dr. Asep Surya Atmaja berhasil meraih tingkat dukungan tertinggi, yakni sebesar 45,68%. Perolehan ini unggul atas dua kandidat lainnya, yaitu pasangan HM. BN. Holik Qodratulloh, S.E., M.Si. – H. Faizal Hafan Farid, S.E., M.Si. dengan dukungan sebesar 40,32%, dan pasangan Dr. H. Dani Ramdan, M.T. – H. Romli HM yang memperoleh 14%.

Diagram persentase ini menunjukkan bahwa pasangan Ade–Asep mampu mengonsolidasikan kekuatan elektoralnya secara lebih efektif. Keberhasilan ini tidak semata-mata ditentukan oleh aspek elektoral formal, tetapi juga berkaitan erat dengan efektivitas komunikasi politik, strategi pemenangan, dan partisipasi publik.

Fakta bahwa pasangan Ade–Asep bukanlah petahana namun berhasil meraih dukungan tertinggi mengindikasikan adanya proses politik yang strategis dan terencana. Hal ini memperkuat asumsi bahwa keberhasilan politik tidak bersifat spontan, melainkan merupakan hasil dari kerja sistemik yang mencakup pemetaan pemilih, penyusunan narasi kampanye yang sesuai dengan konteks lokal, serta pembentukan koalisi sosial dan politik yang efektif. Strategi semacam ini tidak hanya berorientasi pada kemenangan elektoral, tetapi juga mengedepankan pendekatan yang partisipatoris dan komunikatif.

Kabupaten Bekasi sebagai daerah urban-industrial dengan jumlah penduduk lebih dari 3 juta jiwa, sebagian besar merupakan pekerja dan generasi muda yang sangat akrab dengan teknologi dan informasi. Kondisi ini membuat strategi politik tidak bisa lagi hanya mengandalkan kekuatan partai, tetapi juga harus mampu membangun narasi yang menarik, menciptakan citra positif, serta menjalin komunikasi langsung dengan masyarakat melalui media sosial dan kanal komunikasi digital lainnya. Kandidat yang mampu membaca situasi ini dengan tepat memiliki peluang besar untuk meraih dukungan bukan hanya dalam bentuk suara, tetapi juga kepercayaan dan legitimasi dari publik. Maka dari itu, strategi pemenangan yang efektif tidak bisa dibuat asal-asalan atau hanya berdasarkan

insting politik, melainkan harus melalui proses perencanaan yang matang, riset sosial yang akurat, dan kalkulasi elektoral yang berbasis data lapangan. (Supit & Wuryanta, 2021).

Hal ini mencakup kemampuan mengelola tim kampanye yang profesional, membangun jaringan komunitas berbasis wilayah, merancang komunikasi politik berbasis data, serta menyesuaikan pesan politik dengan konteks kebutuhan masyarakat (Putu Kurnia Dewi Lestari, Erviantono, & Wayan Radita Novi Puspitasari, 2023). Di sinilah letak dari strategi politik pasangan Ade Kuswara Kunang dan Asep Surya Atmaja, yang menarik untuk dikaji bukan hanya karena potensi elektoralnya, tetapi juga karena mereka mengusung pendekatan baru yang lebih integratif antara kerja struktural partai dan kerja-kerja kultural berbasis masyarakat.

Partisipasi pemilih dalam Pilkada juga sangat dipengaruhi oleh seberapa besar publik dapat mempercayai kandidat yang bersaing. Dalam banyak kasus, kekalahan kandidat bukan karena lemahnya visi atau program, tetapi karena kegagalan dalam membangun kepercayaan publik akibat strategi komunikasi yang tidak menyentuh dimensi emosional dan rasional pemilih (Hakim & Panuju, 2019). Dengan semakin tingginya literasi politik dan akses terhadap informasi, pemilih kini menuntut akuntabilitas dan keterbukaan yang lebih besar dari para kandidat. Strategi politik dalam Pilkada tidak lagi bisa mengandalkan janji kampanye semata, tetapi harus didasarkan pada kerja konkret, relasi sosial yang nyata, serta partisipasi publik dalam proses-proses politik.

Ketertarikan peneliti untuk mengangkat judul penelitian “Analisis Strategi Politik Terhadap Pemenangan Ade Kuswara Kunang Dan Asep Surya Atmaja Dalam Pemilihan Kepala Daerah 2024” didasarkan pada kesenjangan kajian yang masih terjadi dalam literatur ilmu politik lokal. Selama ini, banyak penelitian lebih menekankan pada kekuatan kampanye berbasis media atau peran dominasi partai dalam menentukan arah kemenangan kandidat, namun kurang menyoroti secara mendalam bagaimana komunikasi langsung yang dijalankan di tingkat komunitas menjadi faktor penentu yang tidak kalah penting. Di Kabupaten Bekasi dengan wilayah kepadatan penduduk tinggi, keberagaman kelas sosial, serta kawasan

industri yang luas, praktik politik akar rumput bukan sekadar pendekatan pelengkap, melainkan instrumen strategis yang justru menjadi pembeda antara kandidat yang hadir secara nyata di tengah masyarakat dan mereka yang hanya tampil melalui media visual. Pengalaman lapangan dan pengamatan terhadap aktivitas kampanye menunjukkan bahwa strategi ini tidak hanya mampu menjangkau masyarakat secara emosional, tetapi juga membangun legitimasi politik yang lebih kuat dan bertahan lama (Bahtiar Effendy, 2014)..

Pasangan calon Ade Kuswara Kunang dan Asep Surya Atmaja, dalam Pilkada Bekasi 2024 memberikan contoh nyata bagaimana pendekatan akar rumput dapat dijadikan strategi utama dalam membangun dukungan elektoral. Berbeda dengan kandidat lain yang mengandalkan dana besar dan relasi elite, pasangan ini lebih memilih mendekati diri kepada masyarakat melalui pola interaksi langsung yang rutin, seperti kunjungan ke posyandu, pertemuan warga RT/RW, pengajian ibu-ibu, komunitas petani, dan kelompok karang taruna. Mereka tidak hanya menyampaikan visi dan misi secara satu arah, tetapi juga membuka ruang diskusi yang memungkinkan masyarakat menyampaikan aspirasi dan kebutuhan secara langsung. Strategi ini menciptakan hubungan timbal balik yang memperkuat kepercayaan warga dan mendorong partisipasi aktif dalam proses kampanye. Tidak hanya itu, penggunaan media sosial pun diarahkan untuk memperkuat komunikasi akar rumput, bukan menggantikannya, dengan menampilkan aktivitas lapangan sebagai bukti keterlibatan nyata. Ini menunjukkan bahwa strategi politik berbasis relasi sosial lebih adaptif dan inklusif dibanding pendekatan kampanye yang elitis dan berjarak.

Penelitian ini bukan hanya terletak pada keunikan strategi kampanye yang dijalankan oleh pasangan Ade–Asep, tetapi juga pada potensi kontribusi akademik yang dapat memperkaya diskursus ilmu politik, khususnya dalam kajian komunikasi politik lokal. Dalam demokrasi yang sehat, strategi pemenangan politik tidak cukup hanya mengandalkan citra atau popularitas instan, melainkan harus berpijak pada kedekatan dengan masyarakat, keterlibatan langsung dalam isu-isu riil, dan konsistensi dalam membangun kepercayaan sosial. Oleh karena itu, penting untuk mengeksplorasi lebih lanjut bagaimana strategi komunikasi politik akar

rumpun dirancang, dimobilisasi, dan dievaluasi oleh aktor politik dalam menghadapi kompleksitas Pilkada di daerah seperti Kabupaten Bekasi. Penelitian ini tidak hanya bermanfaat bagi pengembangan teori, tetapi juga bisa menjadi rujukan praktis bagi calon kepala daerah, partai politik, penyelenggara pemilu, dan masyarakat sipil dalam mewujudkan demokrasi lokal yang partisipatif, adil, dan menyentuh kebutuhan konkret warga.

B. Perumusan Masalah

1. Bagaimana strategi komunikasi politik berbasis akar rumput yang diterapkan oleh pasangan Ade Kuswara Kunang dan Asep Surya Atmaja dalam memenangkan Pilkada Kabupaten Bekasi tahun 2024?
2. Apa faktor pendukung efektivitas strategi komunikasi politik akar rumput dalam proses pemenangan pasangan Ade Kuswara Kunang dan Asep Surya Atmaja di Pilkada Kabupaten Bekasi 2024?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi politik akar rumput dilakukan oleh pasangan Ade Kuswara Kunang dan Asep Surya Atmaja dalam Pilkada Kabupaten Bekasi 2024.
2. Untuk mengetahui apa faktor pendukung efektivitas strategi komunikasi politik akar rumput dalam proses pemenangan pasangan Ade Kuswara Kunang dan Asep Surya Atmaja di Pilkada Kabupaten Bekasi 2024

D. Manfaat dan Kegunaan Peneliti

Beberapa hal yang bermanfaat dari sudut pandang akademis dan praktis, dengan penelitian ini diantaranya;

1. Kegunaan Akademis

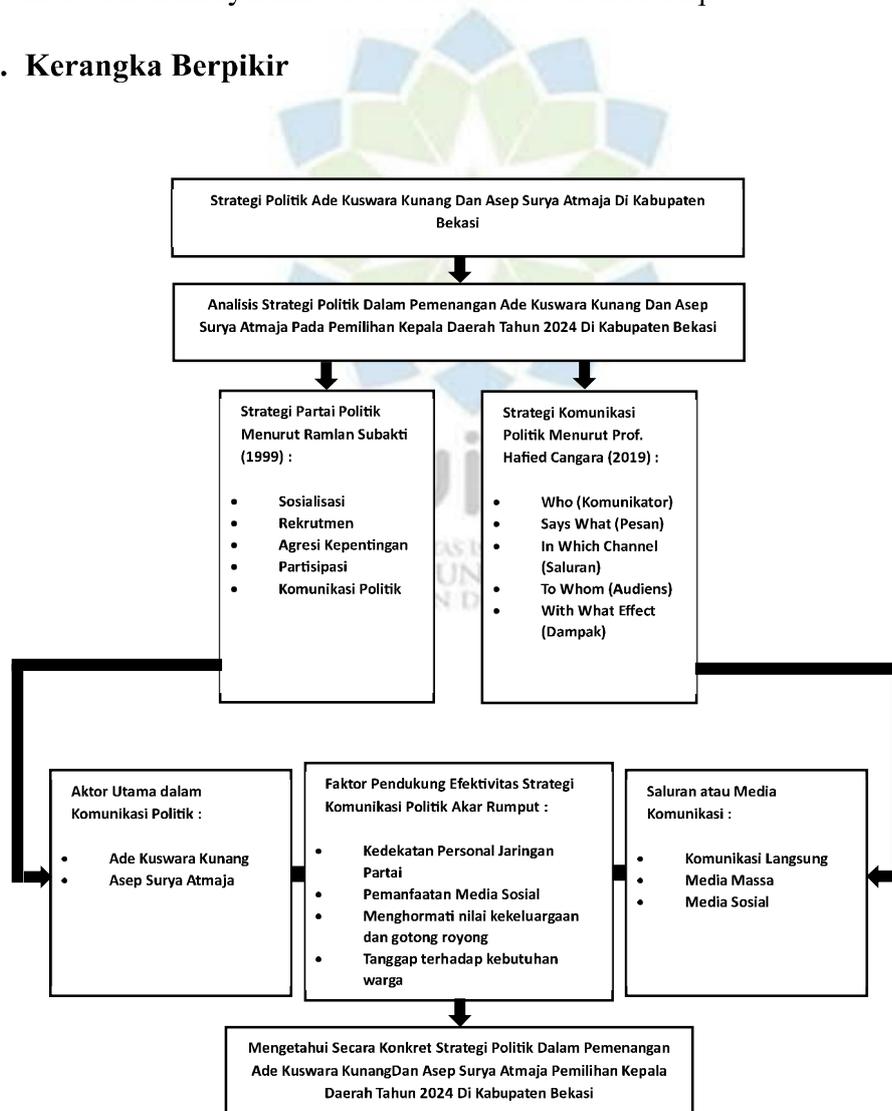
Penelitian ini memberikan kontribusi untuk memperdalam ilmu pengetahuan tentang politik lokal, bagaimana cara kampanye dan mobilisasi politik di masyarakat. Penelitian ini mengungkapkan bahwa meskipun sering diabaikan, strategi kampanye berbasis masyarakat ternyata memiliki peran yang sangat penting dalam kemenangan Pilkada. Ini menjadi

pengetahuan baru yang bisa digunakan oleh peneliti lain dalam studi politik lokal.

2. Kegunaan Praktis

Penelitian ini bisa memberikan manfaat langsung bagi mereka yang terlibat dalam dunia politik, terutama dalam hal perencanaan dan pelaksanaan kampanye Pilkada. Penelitian ini bisa membantu tim kampanye atau calon pemimpin untuk lebih memahami pentingnya membangun hubungan langsung dengan masyarakat. Kampanye yang melibatkan masyarakat lokal dan tokoh-tokoh setempat

D. Kerangka Berpikir



Kerangka berpikir di atas memberikan pandangan yang komprehensif mengenai strategi politik Ade Kuswara Kunang dan Asep Surya Atmaja dalam Pemilihan Kepala Daerah Kabupaten Bekasi tahun 2024. Kerangka ini dirancang untuk memadukan dua landasan teori utama, yakni teori partai politik menurut Ramlan Subakti (1999) dan teori komunikasi politik menurut Prof. Hafied Cangara (2019). Teori Ramlan Subakti digunakan untuk menganalisis dimensi struktural strategi partai politik yang meliputi lima elemen kunci: sosialisasi, rekrutmen, agregasi kepentingan, partisipasi, dan komunikasi politik. Kelima elemen ini tidak hanya relevan untuk memahami proses politik secara umum, tetapi juga menjadi indikator untuk menilai sejauh mana pasangan Ade-Asep mampu mengkonsolidasikan kekuatan politik dari tingkat elite hingga basis massa di akar rumput. Sementara itu, teori komunikasi politik Hafied Cangara memberikan perspektif tentang bagaimana pesan politik disusun dan disampaikan melalui model “Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect,” sehingga penelitian dapat melihat keterhubungan antara sumber pesan, isi pesan, saluran komunikasi, penerima pesan, dan dampak yang dihasilkan dalam konteks kampanye lokal.

Kedua aktor politik utama yaitu Ade Kuswara Kunang dan Asep Surya Atmaja, tidak sekadar menjadi figur kandidat, tetapi juga menjadi instrumen utama yang mempersonifikasikan strategi komunikasi dan politik yang dijalankan. Peran mereka dalam kampanye menekankan pentingnya komunikasi politik berbasis akar rumput (*grassroots political communication*), yang menitikberatkan pada kedekatan personal, interaksi langsung, serta kemampuan membangun kepercayaan masyarakat di tingkat lokal. Faktor-faktor pendukung efektivitas strategi ini meliputi kedekatan personal jaringan partai, pemanfaatan media sosial secara strategis, penghormatan terhadap nilai kekeluargaan dan gotong royong, serta responsivitas terhadap kebutuhan warga. Faktor-faktor ini menunjukkan bahwa keberhasilan politik tidak semata-mata ditentukan oleh kekuatan mesin partai, tetapi juga oleh sensitivitas kandidat terhadap realitas sosial-budaya masyarakat yang mereka sasar. Hal ini sejalan dengan pandangan ilmuwan politik yang menekankan bahwa politik elektoral yang efektif di tingkat lokal harus mampu menggabungkan aspek struktural dan kultural secara harmonis.

Analisis terhadap saluran komunikasi yang digunakan dalam kampanye menunjukkan adanya pendekatan multi-kanal (multi-channel strategy) yang saling melengkapi. Komunikasi langsung yaitu melalui tatap muka, kunjungan ke desa, dan forum diskusi warga, menjadi sarana utama membangun hubungan emosional dan kedekatan psikologis dengan pemilih. Media massa digunakan untuk memperluas jangkauan pesan politik agar dapat diakses oleh segmen masyarakat yang lebih luas dan heterogen. Sementara itu, media sosial berfungsi ganda, yaitu sebagai alat distribusi informasi yang cepat dan fleksibel, serta sebagai kanal interaksi dua arah yang memungkinkan kandidat merespons opini dan aspirasi publik secara real time. Pendekatan multi-kanal ini konsisten dengan konsep integrated political communication, di mana setiap saluran komunikasi dioptimalkan sesuai kekuatan dan karakteristiknya untuk memperkuat konsistensi pesan politik dan citra kandidat. Strategi ini semakin relevan mengingat Kabupaten Bekasi merupakan wilayah dengan karakteristik demografis campuran antara perkotaan dan pedesaan, yang memerlukan diferensiasi metode komunikasi sesuai konteks audiensnya.

Dengan mengintegrasikan teori partai politik Ramlan Subakti dan teori komunikasi politik Hafied Cangara, kerangka berpikir ini menyajikan model analisis yang holistik dan adaptif. Penelitian tidak hanya menilai efektivitas strategi kampanye dari hasil elektoral semata, tetapi juga mengungkap mekanisme interaksi antara dimensi struktural yang mencakup organisasi partai, mobilisasi sumber daya, dan perencanaan strategi dengan dimensi kultural dan komunikasi, yang mencakup relasi sosial, simbol politik, dan narasi kampanye. Pendekatan ini diharapkan mampu memberikan kontribusi teoretis bagi kajian ilmu politik, khususnya dalam memahami pola kemenangan di tingkat daerah yang kompleks. Selain itu, temuan dari penelitian ini berpotensi menjadi referensi praktis bagi kandidat dan tim kampanye di masa depan dalam merancang strategi politik yang kontekstual, responsif terhadap dinamika lokal, dan mampu mengoptimalkan potensi seluruh saluran komunikasi untuk meraih dukungan publik secara maksimal.

Kerangka berpikir ini juga memiliki relevansi yang kuat dengan kondisi empiris Pilkada Kabupaten Bekasi tahun 2024. Secara sosiopolitik, Kabupaten Bekasi

adalah wilayah yang memiliki heterogenitas tinggi, baik dari sisi demografi, etnis, maupun latar belakang sosial ekonomi. Posisi geografisnya yang strategis sebagai penyangga ibu kota membuat arus informasi dan perkembangan politik nasional cepat terserap ke tingkat lokal. Dalam konteks ini, strategi politik yang diterapkan oleh Ade Kuswara Kunang dan Asep Surya Atmaja memerlukan fleksibilitas tinggi, yakni kemampuan mengadaptasi pesan kampanye sesuai segmentasi wilayah.

