

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) merupakan pesta demokrasi di tingkat daerah yang menjadi ajang penting bagi masyarakat dalam menentukan arah pembangunan wilayahnya. Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) menjadi salah satu sarana dalam menyalurkan aspirasi politik masyarakat, di mana setiap warga memiliki hak memilih pemimpin yang diyakini mampu membawa perubahan, kemajuan, dan kesejahteraan bagi daerahnya. Dalam pelaksanaannya, Pilkada tidak hanya menjadi ajang pertarungan politik, tetapi juga mencerminkan kedewasaan berdemokrasi masyarakat di tingkat lokal. Pilkada adalah mekanisme demokratis dalam proses rekrutmen pemimpin daerah yang menjamin hak dan kebebasan rakyat untuk memilih calon dengan aturan yang adil dan setara (Sarbaini, 2020).

Sejak terselenggaranya Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) secara langsung pada tahun 2005, Indonesia telah mengalami perubahan yang signifikan dalam keterlibatan politik masyarakat. Pilkada 2005 menandai era baru di mana rakyat memiliki hak untuk memilih pemimpin daerah mereka secara langsung, yang sebelumnya ditentukan oleh DPRD. Pada tahun 2015, pelaksanaan Pilkada serentak untuk pertama kalinya di 37 daerah pemilu, 415 kabupaten, dan 93 kota, menunjukkan peningkatan partisipasi pemilih hingga 77,5%. Menurut Mangihut (2021) mencatat bahwa meskipun Pilkada 2020 dilaksanakan di tengah pandemi COVID-19, masyarakat tetap menunjukkan komitmen yang tinggi terhadap demokrasi, dengan inovasi dalam protokol kesehatan dan penggunaan teknologi untuk memfasilitasi pembebasan suara. Menjelang Pilkada 2024, harapan akan pemimpin yang lebih responsif dan akuntabel semakin menguat, menciptakan momentum bagi masyarakat untuk berperan aktif dalam menentukan arah pembangunan daerah mereka termasuk Jawa Barat, yang menjadi salah satu wilayah dengan dinamika politik lokal yang menarik untuk diteliti, khususnya di Kabupaten Bandung (Hambali, 2014).

Kabupaten Bandung pada Pilkada serentak 2024 menjadi wilayah strategis yang memiliki peran penting dalam menentukan arah pembangunan

daerah dalam laporan resmi KPU Provinsi Jawa Barat Kabupaten Bandung dengan jumlah pemilih sebanyak 2.664.172 pemilih dengan 31 Kecamatan dan 280 Desa (Wahyuni, 2024). Kabupaten Bandung juga dihadapkan pada persoalan serius dalam penyelenggaraan pemilu. Berdasarkan laporan Bawaslu RI, Kabupaten Bandung menempati peringkat pertama di Jawa Barat dan ketiga secara nasional sebagai daerah dengan tingkat kerawanan pemilu tertinggi, yang mencerminkan potensi pelanggaran seperti politik uang dan manipulasi suara, Selain itu, penelitian Zakii (2024) menunjukkan bahwa rendahnya partisipasi masyarakat sebagai saksi dan keterbatasan anggaran menjadi kendala utama dalam pengawasan pemilu. Pentingnya Pendidikan politik bagi Masyarakat agar lebih mampu memilih pemimpin berdasarkan pemikiran rasional (Zakii, 2024).

Tingginya tingkat kerawanan pemilu di Kabupaten Bandung tidak dapat dilepaskan dari dinamika perilaku pemilih itu sendiri. Di tengah keberagaman karakteristik pemilih baik dari segi pendidikan, akses informasi, hingga kedekatan dengan elit politik masih banyak warga yang menentukan pilihan bukan berdasarkan program kerja atau rekam jejak kandidat, melainkan karena kedekatan personal serta identitas sosial yang melekat pada calon. Penelitian Widiyaningrum (2020) menunjukkan bahwa mayoritas pemilih di Kabupaten Bandung merupakan pemilih parokial dan subjek, yaitu tipe pemilih yang cenderung pasif dan tidak kritis terhadap proses politik. Kondisi ini memperkuat kerentanan terhadap praktik politik transaksional seperti politik uang (Aminuddin et al., 2025).

Dalam menghadapi situasi tersebut, tokoh seperti Dadang Supriatna berupaya menyesuaikan strategi komunikasi politiknya dengan menyasar seluruh tipe pemilih baik subjek, parokial, maupun partisipan guna meningkatkan efektivitas kampanye dan memperkuat keterlibatan publik. Penyesuaian ini dapat terlihat dari cara ia membangun komunikasi langsung melalui kegiatan kunjungan ke desa-desa, kedekatan sosial dalam kampanye, serta penyebaran informasi melalui media sosial untuk menjangkau pemilih yang lebih rasional. Strategi ini menunjukkan bahwa pendekatan komunikasi yang digunakan tidak hanya menyasar pemilih partisipan yang mempertimbangkan program dan rekam jejak, tetapi juga pemilih pasif yang

lebih dipengaruhi oleh hubungan personal dan simbolik. Oleh karena itu, strategi komunikasi yang tepat sasaran menjadi hal yang penting dalam momentum Pilkada Kabupaten Bandung yang mendapat perhatian luas dari berbagai pihak, baik di tingkat lokal maupun nasional (Yudatama, 2024).

Pilkada Kabupaten Bandung 2024 menjadi salah satu ajang politik yang menarik perhatian, karena hanya diikuti dua pasangan calon, yakni Sahrul Gunawan-Gungun Gunawan dan Dadang Supriatna Ali Syakieb. Di tengah dinamika kontestasi ini, realita di lapangan menunjukkan bahwa figur publik seperti Sahrul dan Ali Syakieb kerap mendapat perhatian bukan semata karena kapabilitas politik, melainkan lebih karena popularitas dan daya tarik personal yang sudah melekat di benak masyarakat. Pola ini menunjukkan kecenderungan pemilih yang lebih mengutamakan faktor emosional dan kedekatan dengan figur, dibandingkan pertimbangan rasional seperti rekam jejak ataupun program kerja yang ditawarkan. Tetapi, jika mengacu pada pemikiran dalam teori politik, menurut Gatara (2017) idealnya aktor politik dipilih berdasarkan kompetensi, integritas, serta kejelasan visi yang mampu mendorong pembangunan daerah secara terukur dan berkelanjutan. Seorang aktor politik bukan hanya menjadi sosok di balik wajah kampanye, tetapi juga pemimpin yang sanggup menerjemahkan gagasan ke dalam kebijakan nyata (Gatara, 2017).

Dadang Supriatna merupakan aktor politik yang akan menghadapi tantangan dengan memadukan kedua strategi keberhasilannya yang memperkuat daya tarik program melalui visi “BEDAS” jilid 2 serta menggandeng Ali Syakieb sebagai figur populer, demi menjangkau kecenderungan pemilih baik yang rasional maupun yang emosional. Fenomena ini menjadi cermin dari bagaimana dinamika politik lokal bergerak, di mana strategi komunikasi seorang kandidat tidak hanya mencerminkan cara meraih suara, tetapi juga merefleksikan cara seorang pemimpin membangun hubungan dengan masyarakat dan meletakkan arah masa depan daerah. Yang mana Dadang Supriatna dikenal Masyarakat dari mulai dirinya aktif dari berbagai organisasi kemasyarakatan hingga dirinya sekarang menjadi Bupati dengan dua kali kemenangan (Sukma, 2024).

Selama perjalanan hidupnya Dadang Supriatna mengawali karier sebagai Kepala desa hingga Menjabat sebagai Bupati, Dadang Supriatna Senantiasa Membangun serta juga menjaga hubungan baik dengan Masyarakat, hal tersebut menjadikan itu sebagai fondasi awal dalam pengabdianya (Lidina, 2025). Dapat di lihat lebih jelasnya dibawah ini:

Tabel 1. 1 Rekam Jejak Karier Dadang Supriatna

TAHUN	JABATAN
1989	Pembuat batu bata dan supplier bahan bangunan
2004-2010	Ketua KNPI Kabupaten Bandung
2005-2010	Wakil Ketua MPC Pemuda Pancasila Kabupaten Bandung
1998-2012	Kepala Desa Tegalluar
2008-2011	Ketua Pimpinan Kecamatan Partai Golkar Bojongsoang
2012-2017	Wakil Ketua AMPI Kabupaten Bandung
2009-2019	Anggota DPRD Kabupaten Bandung
2019-2020	Anggota DPRD Jawa Barat
2021-Sekarang	Bupati Bandung

Sumber : (Lidina, 2025)

Tabel 1.1 diatas memperlihatkan perjalanan karier Dadang Supriatna yang dimulai dari profesi sederhana sebagai pembuat batu bata dan supplier bahan bangunan pada tahun 1989. Pengalaman awal yang membekali itu menjadi bekal dalam membangun hubungan sosial yang kuat dengan masyarakat, yang kemudian mengantarkannya menduduki berbagai posisi strategis, mulai dari Ketua KNPI Kabupaten Bandung, Wakil Ketua MPC Pemuda Pancasila, hingga Kepala Desa Tegalluar selama lebih dari satu dekade. Tak hanya aktif dalam organisasi kepemudaan, ia juga terlibat dalam partai politik sebagai Ketua Pimpinan Kecamatan Partai Golkar Bojongsoang dan Wakil Ketua AMPI Kabupaten Bandung. Perjalanan kariernya terus berkembang saat dipercaya menjadi Anggota DPRD Kabupaten Bandung dan DPRD Jawa Barat, hingga akhirnya mendapatkan amanah sebagai Bupati Bandung sejak 2021. Rekam

jejak ini menunjukkan bahwa perjalanan politik Dadang Supriatna bukanlah sesuatu yang instan, melainkan hasil proses panjang yang dilandasi pengalaman hidup, kedekatan dengan masyarakat, dan dedikasi dalam dunia pengabdian publik (Lidina, 2025).

Sebagai petahana Dadang Supriatna kembali maju sebagai calon Bupati Bandung dengan menggandeng Ali Syakieb, sekaligus membawa program lanjutan yang berfokus pada keberlanjutan pembangunan dan kesejahteraan masyarakat. Serta dengan adanya dukungan dari 13 partai besar, termasuk Gerindra, PKB, NasDem, Demokrat, dan PDI-Perjuangan, menjadi bukti dan di percaya bahwa kepemimpinannya diakui oleh banyak pihak dari partai partai pengusung, tidak hanya dari lingkup masyarakat tetapi juga dari kekuatan politik. (Hasani, 2024) Dalam wawancara dengan KPU pada 29 Agustus 2024, Dadang menyampaikan terima kasih atas kepercayaan besar tersebut, serta optimis menargetkan kemenangan dengan akumulasi suara dari koalisi pengusung yang diproyeksikan mencapai 1,4 juta atau sekitar 75% suara sah. Dari sini terlihat bahwa Pilkada bukan semata ajang persaingan angka, melainkan proses penting dalam membangun kepercayaan jangka panjang antara pemimpin, partai, dan masyarakat yang esensinya bukan hanya memilih pemimpin, tetapi memilih arah masa depan daerah selama lima tahun kedepan (Fahmi, 2024).

Besarnya dukungan ini tidak hanya memperkuat posisinya dalam kontestasi politik, tetapi juga menunjukkan kemampuannya dalam membangun stabilitas dan jaringan politik yang solid guna memenangkan Pilkada Kabupaten Bandung 2024. Dukungan Partainya, yaitu PKB, semakin menguat dengan jaringan NU, baik dari aspek kultur maupun struktur yang ada di Kabupaten Bandung, serta aktif melakukan pendekatan kepada tokoh masyarakat melalui jaringan NU dari tingkat kabupaten hingga desa. Strategi ini menjadi relevan mengingat karakter pemilih Kabupaten Bandung yang mulai jenuh dengan dominasi Partai Golkar yang telah berkuasa hampir 20 tahun, sehingga muncul dorongan kuat untuk perubahan kepemimpinan. Dengan membangun basis dukungan yang solid di kalangan NU dan memanfaatkan keinginan masyarakat

akan alternatif baru, peluang kemenangannya semakin terbuka lebar (Muzaqi, 2024).

Tabel 1.2 Hasil Perhitungan Perolehan Suara Bupati Dan Wakil Bupati Kabupaten Bandung

NO	PASANGAN CALON	SUARA SAH	PERSENTASE SUARA
1	H. Sahrul Gunawan, S.E M.Ag H. Gun Gun Gunawan, S.Si., M.Si	827.240	44.15%
2	Dr. H. M. Dadang Supriatna S.I.P., M.Si Ali Syakieb	1.06.344	55,85 %

Sumber : KPU (2024).

Menurut data resmi dari Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kabupaten Bandung, Pilkada Serentak 2024 dimenangkan oleh pasangan Dadang Supriatna dan Ali Syakieb dengan raihan suara sebanyak 1.046.344 atau setara dengan 55,85% dari total suara sah. Di sisi lain, pasangan Sahrul Gunawan dan Gunung Gunawan memperoleh 827.240 suara atau 44,15%. Dari seluruh suara yang masuk, tercatat 1.873.584 suara dinyatakan sah (97,2%) dan 54.296 suara (2,8%) tidak sah (KPU, 2024). Fakta menarik dari hasil pemilu ini adalah bahwa kedua pasangan calon berasal dari latar belakang yang sama-sama kuat secara politik, mengingat Dadang Supriatna merupakan Bupati petahana, sedangkan Sahrul Gunawan adalah Wakil Bupati pada periode yang sama. Ini menunjukkan bahwa kontestasi berlangsung antara dua sosok yang sudah dikenal publik dan pernah bekerja bersama dalam satu pemerintahan. Meski keduanya punya pengalaman dan basis pendukung masing-masing, hasil akhir memperlihatkan bahwa Dadang Supriatna lebih berhasil meyakinkan pemilih untuk kembali memberinya kepercayaan. Hal ini sekaligus memberi gambaran bahwa pendekatan komunikasi politik yang digunakan oleh Dadang, termasuk pesan-pesan kampanyenya, mampu menjangkau dan menyentuh aspirasi masyarakat lebih kuat dibandingkan lawannya (KPU, 2024).

Kemenangan Dadang Supriatna sebagai Bupati petahana dan Ali Syakieb sebagai wakilnya menunjukkan adanya kontestasi yang signifikan antara mereka dan pasangan Sahrul Gunawan serta Gunung Gunawan. Dalam konteks ini,

penting untuk menganalisis pesan dan isu yang disampaikan oleh masing-masing kandidat dalam komunikasi politik mereka kepada masyarakat. Dadang Supriatna dalam kampanyenya, menekankan pada keinginan program-program yang telah dilaksanakan selama masa jabatannya, serta komitmennya untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Di sisi lain, Sahrul Gunawan mengangkat isu-isu baru yang fokus pada perubahan dan inovasi, namun nampaknya tidak seefektif pesan yang disampaikan Dadang Supriatna. Asumsi awal yang dapat ditarik dari hasil pemilihan ini adalah bahwa strategi komunikasi yang diterapkan oleh Dadang Supriatna lebih berhasil dalam menarik perhatian dan dukungan masyarakat dibandingkan dengan yang dilakukan oleh Sahrul Gunawan. Kemenangan Dadang Supriatna ini menunjukkan *urgensi* penelitian lebih lanjut mengenai strategi komunikasi yang digunakan Dadang Supriatna sebagai salah satu faktor kunci dalam meraih pemenang dalam Pilkada Serentak 2024. Oleh karena itu Penelitian ini dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai dinamika komunikasi politik di tingkat lokal dan bagaimana hal tersebut mempengaruhi hasil pemilu (Abda, 2024).

Kemenangan tersebut tidak dapat dilepaskan dari strategi komunikasi politik yang dijalankan selama masa kampanye. Dalam konteks ini, komunikasi politik memainkan peran penting dalam membentuk citra calon, menyampaikan program kerja, serta membangun hubungan emosional dengan masyarakat. Menurut Susanto (2013), jika pesan politik dapat menyentuh kebutuhan mendasar masyarakat, maka hal itu akan berdampak positif terhadap peningkatan dukungan pemilih. Komunikasi politik bukan sekadar alat untuk menyampaikan kekuasaan, tetapi juga sarana untuk membentuk opini publik, mempengaruhi sikap politik masyarakat, dan menciptakan kesadaran bersama melalui *creative understanding*, *identity values*, *aesthetic appeal*, *community agreement*, dan *reform of society* (Mustapa & Syi'aruddin, 2020).

Strategi komunikasi politik sebagai rencana sistematis untuk menukar informasi, pesan, dan ide menjadi kunci dalam membangun kepercayaan dan dukungan masyarakat Kabupaten Bandung. Komunikasi tidak sekadar menyampaikan gagasan, melainkan berfungsi sebagai instrumen untuk

membentuk citra dan memengaruhi opini publik (Falah, 2024). Sejalan dengan itu, realitas kampanye modern kini bergerak dari mobilisasi massa (kampanye) menuju personalisasi kandidat melalui *branding* politik (John & Allen, 2023).

Dadang Supriatna memadukan dua pendekatan dalam strategi politiknya. Ia menggerakkan basis komunitas keagamaan, organisasi masyarakat, dan tim sukses sebagai kekuatan komunal. Secara bersamaan, ia juga memperkuat citra personal dengan menggandeng Ali Syakieb seorang figur publik yang berwibawa serta menampilkan dirinya sebagai sosok religius, guna meningkatkan daya tarik elektoral (Amanda, 2024) Perpaduan antara pendekatan kelompok dan pendekatan pribadi menjadi salah satu faktor penting untuk membangun dukungan yang lebih luas dari berbagai kalangan masyarakat. (Karunia, 2024).

Pengaruh Dadang Supriatna dalam Pilkada Kabupaten Bandung 2024 tampak jelas lewat strategi branding politik yang memadukan citra kepemimpinan berbasis nilai keagamaan dengan popularitas figur publik. Tantangan utama dalam kontestasi ini adalah menciptakan diferensiasi politik pemilih kini menilai tidak hanya program kerja, tetapi juga personal branding, seperti kedekatan kandidat dengan nilai keagamaan dan tingkat keterkenalan mereka. Oleh karena itu, Dadang Supriatna memilih Ali Syakieb, seorang aktor populer, sebagai pasangannya dalam Pilkada. Sementara itu, Dadang Supriatna sendiri dikenal memiliki citra sebagai sosok yang religious. Langkah ini selaras dengan basis ideologis PKB (Partai Kebangkitan Bangsa) sebagai partai islam, sehingga memanfaatkan kekuatan nilai tradisi Islam sekaligus daya tarik selebritas untuk memperkuat posisi mereka di mata pemilih (Putra, 2024).

Gambar 1.1 Launcing Program Intensif Ustadz Ustazah



Sumber : (Hibar, 2025)

Gambar di atas menunjukkan salah satu bentuk implementasi dari jargon BEDAS, khususnya dalam bidang pendidikan keagamaan, melalui program prioritas bernama “Intensif Guru Ngaji.” Program ini menjadi bagian dari upaya Pemerintah Kabupaten Bandung dalam memperkuat sektor keagamaan di masyarakat. Dalam pelaksanaannya, kegiatan tersebut turut dihadiri oleh Ketua BAZNAS Kabupaten Bandung, KH. Yusuf Ali Tontowi, dan Kepala Kantor Kementerian Agama Kabupaten Bandung, H. Cece Hidayat. Kehadiran tokoh-tokoh agama ini memperkuat makna simbolik program tersebut, karena tidak hanya menunjukkan keberpihakan terhadap sektor keagamaan, tetapi juga membentuk citra Dadang Supriatna sebagai sosok pemimpin yang dekat dengan nilai-nilai religius. Dengan demikian, meskipun tidak dilakukan dalam konteks kampanye, program ini turut berkontribusi dalam proses *political branding* yang memperkuat komunikasi politiknya kepada segmen pemilih religius, khususnya pemilih parokial dan subjek (Hibar, 2025).

Sementara itu, dalam pelaksanaan kampanye Pilkada 2024, strategi komunikasi politik yang dijalankan oleh Dadang Supriatna bersama wakilnya, Ali Syakieb, dirancang secara terarah dan disesuaikan dengan karakteristik pemilih yang beragam. Dadang menyasar tokoh agama, masyarakat umum, dan organisasi kemasyarakatan, sedangkan Ali Syakieb diarahkan untuk menjangkau generasi Z, milenial, dan komunitas muda (Bagaskara, 2024). Strategi ini sejalan dengan teori kampanye menurut McNair (2003), yang memandang kampanye sebagai proses komunikasi terstruktur di mana pesan disusun sesuai dengan karakter audiens. Selain itu, Selama masa kampanye Pilkada Kabupaten Bandung 2024, Dadang Supriatna menunjukkan kedekatan yang kuat dengan komunitas keagamaan dan tokoh-tokoh ulama. Ia hadir dalam pengajian akbar yang digelar oleh Syarikat Islam Kecamatan Arjasari, mendengarkan langsung aspirasi warga dan menerima dukungan untuk melanjutkan program Bedas, termasuk harapan agar insentif bagi guru ngaji ditingkatkan. Pada 14 November 2024, ia juga mengadakan doa bersama yang dihadiri ratusan ibu-ibu, menegaskan pendekatannya yang religius dengan lantunan sholawat dan penguatan dukungan dari kalangan perempuan. Dalam berbagai kesempatan, ia juga kerap membagikan konten yang menunjukkan dirinya tak pernah

meninggalkan salat meski di tengah kesibukan kampanye. Dukungan pun mengalir dari sesepuh dan ulama seperti Yayasan Miftahussalam (YAMISA), lembaga pendidikan Islam yang berdiri sejak 1950. Namun, di balik semua itu, muncul kritik dari sebagian masyarakat yang menilai bahwa janji kampanye Dadang Supriatna untuk membawa pemilih masuk surga adalah bentuk retorika yang berlebihan dan tidak pantas disampaikan dalam ruang politik. Kritikan ini muncul sebagai bentuk kesadaran publik akan pentingnya batasan antara nilai keagamaan dan janji politik yang rasional (Iwa As, 2024).

Penelitian ini difokuskan untuk mengkaji bagaimana strategi komunikasi politik Dadang Supriatna disusun dan dijalankan secara sistematis, meliputi pemetaan target audiens, pemilihan media komunikasi, serta penyesuaian pesan politik berdasarkan kondisi sosial dan budaya lokal. *Branding* politik menjadi fokus penting agar pembahasan lebih menyentuh pada esensi strategi komunikasi sebagai alat yang efektif dalam membangun kepercayaan dan memenangkan dukungan publik. Maka dari itu peneliti tertarik meneliti dengan judul **“Strategi Komunikasi Politik Dadang Supriatna Dalam Pemenangan Pilkada Kab Bandung 2024”**

B. Rumusan Masalah

Bagaimana Strategi Komunikasi Politik Dadang Supriatna Dalam Pemenangan Pilkada Kabupaten Bandung 2024?

C. Tujuan Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti ingin memahami secara lebih mendalam bagaimana proses komunikasi politik dilakukan selama pilkada Kabupaten Bandung. Melalui pemahaman tersebut, peneliti berharap dapat melihat strategi apa saja yang digunakan serta bagaimana strategi tersebut berperan dalam upaya meraih kemenangan.

Dengan dasar itu, tujuan penelitian ini adalah:

Untuk Mengetahui Bagaimana Komunikasi Politik Dadang Supriatna Dalam Pemenangan Pilkada Kabupaten Bandung 2024

D. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dalam kegunaan baik secara teoritis maupun manfaat praktis:

1. Secara Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai “Strategi komunikasi politik Dadang Supriatna dalam Pemenangan Pilkada Kabupaten Bandung 2024” serta juga diharapkan sebagai sarana pengembangan ilmu pengetahuan yang secara teoritis untuk dipelajari di bangku perkuliahan.
- b. Penelitian ini diharapkan bisa membantu menambah *referensi* serta menjadi media informasi khususnya bagi jurusan Ilmu Politik, fakultas ilmu sosial politik dan politik Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung.
- c. Sebagai salah satu syarat kelulusan bagi mahasiswa jurusan Ilmu Politik, penelitian ini diharapkan tidak hanya menjadi formalitas, tetapi juga menjadi wujud kontribusi intelektual yang signifikan.

2. Secara Praktis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi yang bermanfaat bagi pembaca, khususnya mahasiswa, akademisi, serta para praktisi komunikasi politik. Melalui studi kasus keberhasilan strategi komunikasi Dadang Supriatna dalam Pilkada Kabupaten Bandung, pembaca dapat memahami bagaimana pendekatan komunikasi yang tepat, relevan, dan menyentuh masyarakat bisa menjadi kunci kemenangan dalam kontestasi politik.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan mampu menjadi panduan strategis bagi tim sukses dalam merancang dan menjalankan kampanye politik yang efektif. Dengan menggali lebih dalam strategi komunikasi yang digunakan oleh tokoh pemenang Pilkada, tim sukses dapat belajar dari pengalaman nyata dan menerapkannya dalam konteks berbeda sesuai karakter wilayah dan pemilihnya. Penelitian ini ingin membantu calon-calon pemimpin muda untuk lebih memahami pentingnya komunikasi yang tidak hanya strategis, tapi juga empatik.
- c. Penelitian ini juga merupakan wujud partisipasi penulis dalam memperkuat praktik demokrasi di tingkat lokal. Dengan menghadirkan analisis yang tajam dan reflektif terhadap dinamika kampanye politik, penelitian ini diharapkan bisa memperkaya literatur sekaligus membuka ruang diskusi bagi pengembangan strategi komunikasi politik yang lebih etis, inklusif, dan berpihak pada kepentingan masyarakat.

E. Kerangka Berfikir

Kerangka berfikir pada penelitian ini merupakan hal yang fundamental, Dimana hal tersebut dapat berfungsi sebagai landasan konseptual yang mengintegrasikan teori dengan fakta empiris observasi serta dengan kajian Pustaka yang relavan dalam konteks penelitian yang berjudul “Strategi Komunikasi Politik Dadang Supriatna Dalam Pemenangan Pilkada Kabupaten Bandung 2024”

Gambar 1.2 Kerangka Berfikir



Berdasarkan Gambar 1.2, kerangka berpikir dalam penelitian ini telah disusun secara sistematis untuk menggambarkan alur berpikir peneliti dalam mengkaji strategi komunikasi politik yang digunakan oleh Dadang Supriatna pada Pilkada Kabupaten Bandung tahun 2024. Penelitian ini secara khusus

menyoroti keberhasilan Dadang Supriatna dalam memenangkan pemilihan kepala daerah sebanyak dua periode berturut-turut, yang menarik untuk dianalisis dari sudut pandang komunikasi politik.

Untuk mendukung kajian ini, peneliti mengacu pada teori komunikasi politik dari Gabriel Almond dan Sidney Verba (1984), khususnya melalui tiga dimensi karakter pemilih, yaitu parokial, subjek, dan partisipan. Ketiga dimensi ini digunakan untuk memahami bagaimana respon pemilih terhadap pesan politik yang disampaikan oleh kandidat. Selain itu, penelitian ini juga memanfaatkan konsep *political branding* atau penjenamaan politik, karena dalam setiap kontestasi, kandidat tidak hanya menjual program kerja, tetapi juga membawa citra, identitas, dan karakter yang membedakan mereka dari pesaing. Dalam konteks ini, teori dari Pich dan Dean (2015) menjadi penting, yang menekankan pada tiga pilar utama branding politik, yaitu identitas, komunikasi, dan kepercayaan.

Lebih jauh, strategi komunikasi politik tidak dapat dilepaskan dari praktik kampanye. Oleh karena itu, peneliti juga mengacu pada pandangan McNair (2006) tentang unsur-unsur penting dalam kampanye politik, yaitu pemilih, media, dan partai politik. Ketiga unsur ini menjadi bagian yang saling terhubung dalam membentuk opini publik dan menentukan efektivitas kampanye seorang kandidat. Dengan menggabungkan ketiga pendekatan teoritis tersebut, penelitian ini berupaya memberikan gambaran menyeluruh mengenai bagaimana strategi komunikasi politik Dadang Supriatna berperan dalam keberhasilannya memenangkan Pilkada Kabupaten Bandung 2024.