

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sistem pemerintahan yang menempatkan masyarakat sebagai pemegang kekuasaan tertinggi dikenal dengan istilah demokrasi. Di dalam tatanan hukum Indonesia, prinsip ini tertuang dengan jelas dalam Pasal 1 ayat (2) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945, yang menegaskan bahwa kedaulatan berada di tangan rakyat dan dilaksanakan menurut Undang-Undang Dasar. Wujud nyata dari penerapan prinsip tersebut terlihat dari diadakannya pemilihan umum, termasuk Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada), yang memberikan kesempatan bagi masyarakat untuk memilih langsung pemimpin di daerah mereka. Melalui jalur ini, warga negara tidak hanya sekadar menggunakan hak suara mereka di dalam bilik pencoblosan, melainkan juga ikut serta menentukan arah pembangunan daerah dengan memilih calon pemimpin yang dinilai memiliki kemampuan, akhlak yang baik, serta rencana kerja yang sesuai dengan kebutuhan publik. Oleh karena itu Pilkada tidak boleh dianggap sebagai acara formalitas demokrasi belaka, melainkan harus dipandang sebagai arena persaingan politik yang mempertemukan berbagai gagasan, harapan, dan strategi demi mendapatkan pengakuan yang sah dari masyarakat. Sejalan dengan semakin matangnya kehidupan berdemokrasi di Indonesia, persaingan politik dalam setiap Pilkada juga menjadi semakin ketat. Kondisi ini mengubah faktor penentu kemenangan seorang calon, di mana keberhasilan saat ini tidak lagi hanya bergantung pada dukungan partai politik atau modal uang semata, melainkan pada keahlian dalam membangun hubungan politik yang berjalan baik bersama masyarakat selaku pemilik kekuasaan tertinggi (Rikardo, 2020).

Hubungan antara pasangan calon dan pemilih dalam setiap ajang Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) dihubungkan oleh peran penting dari komunikasi politik. Fungsi dari hubungan ini tidak hanya sebatas sebagai alat untuk menyebarkan visi, misi, dan rencana kerja, melainkan juga bertindak sebagai sarana untuk

membangun nama baik politik, meraih kepercayaan masyarakat, serta mengarahkan kecenderungan dan tindakan politik para pemilih. Merujuk pada pemikiran Harold D. Lasswell, gejala hubungan politik ini dapat Dibedah melalui rumus mengenai siapa yang berbicara, apa pesannya, media apa yang digunakan, kepada siapa ditujukan, serta dampak apa yang dihasilkan. Rumus ini menegaskan bahwa pencapaian tujuan komunikasi sangat dipengaruhi oleh keterpaduan antara pengirim pesan, isi informasi, sarana penyebaran, sifat sasaran, dan akibat yang ditimbulkan (Arasid et al., 2022). Dalam dunia politik modern, keberhasilan penyampaian pesan tidak lagi hanya diukur dari seberapa sering informasi tersebut disampaikan, melainkan pada keahlian calon dalam menyusun rencana hubungan yang sesuai dengan keadaan sosial, budaya, serta harapan nyata kelompok masyarakat. Penyusunan strategi komunikasi politik ini menjadi penentu utama dalam memilih masalah yang penting, mengemas cerita kampanye, menentukan pilihan media, sekaligus mengarahkan pendapat masyarakat agar terbentuk pandangan yang menguntungkan bagi calon. Oleh karena itu, keberhasilan pasangan calon dalam meraih simpati dan suara mayoritas dari masyarakat dalam Pilkada merupakan dampak langsung dari pengelolaan komunikasi politik yang teratur, luwes, serta berbasis pada data kependudukan pemilih. Pola hubungan politik yang terencana berfungsi sebagai alat utama bagi peserta pemilu untuk menjelaskan rencana kerja jangka panjang mereka sekaligus membentuk gambaran diri yang ideal di depan umum. Melalui pendekatan komunikasi yang dirancang secara matang dan berlandaskan konsep yang kuat, calon pemimpin berusaha memengaruhi pandangan, kecenderungan sikap, dan keputusan politik warga negara ketika menggunakan hak pilih mereka (Bastian & SE, 2022).

Proses peralihan ke media digital ini melahirkan berbagai wadah komunikasi baru yang memudahkan penyebaran informasi secara lebih cepat, menjangkau wilayah yang luas, serta melibatkan hubungan dua arah yang aktif jika dibandingkan dengan cara kampanye lama yang resmi. Kehadiran media sosial seperti Facebook, Instagram, TikTok, YouTube, dan X (Twitter) telah mengubah cara yang dipakai oleh para calon dalam membangun hubungan dengan masyarakat. Jika pada masa lalu penyampaian pesan politik lebih banyak mengandalkan acara

rapat besar, pemasangan alat peraga kampanye, atau pertemuan tatap muka secara langsung, saat ini rancangan komunikasi politik telah berubah menjadi model campuran yang menggabungkan cara digital dengan komunikasi tatap muka secara seimbang. Perubahan tersebut membuka peluang besar bagi para peserta politik untuk mendekati kelompok pemilih yang lebih luas, terutama kelompok generasi muda yang sangat sering menggunakan media digital. Di sisi lain, perkembangan yang cepat ini juga mendatangkan tantangan baru berupa maraknya penyebaran informasi palsu, berita bohong, perpecahan pendapat politik di masyarakat, hingga persaingan gagasan di dunia maya. Kenyataan ini menuntut setiap pasangan calon agar tidak hanya pandai menggunakan alat teknologi sebagai wadah promosi politik saja, melainkan juga wajib memiliki rencana komunikasi yang matang untuk membangun nama baik yang tepercaya, menjaga keselarasan isi pesan, serta menumbuhkan rasa percaya masyarakat di tengah kepungan arus informasi politik yang sangat padat (Irawan et al., 2025).

Informasi politik yang disebarluaskan kepada masyarakat luas bukan sebuah produk instan yang muncul begitu saja, melainkan wujud nyata dari rangkaian proses terstruktur yang melibatkan berbagai perhitungan matang. Di dalam tahapan tersebut, pasangan calon bersama tim pemenangan menyaring aneka masalah yang sedang berkembang di tengah warga, menentukan urutan masalah yang paling penting untuk diangkat, sekaligus menyusun gagasan yang dinilai mampu menarik perhatian dan meraih dukungan dari pemilih. Melalui sudut pandang ini, pesan politik dapat diartikan sebagai hasil dari rumusan terencana yang ditujukan untuk menciptakan pemahaman tertentu demi mencapai target politik yang telah ditetapkan.

Kegiatan kampanye politik sebagai wujud nyata dari hubungan politik memiliki peran yang sangat penting dalam mendongkrak tingkat keterkenalan serta peluang keterpilihan seorang calon (Firdausi & Djuyandi, 2024). Tingkat popularitas menunjukkan seberapa luas sosok calon tersebut dikenali dan diingat oleh masyarakat, sedangkan elektabilitas mencerminkan seberapa besar potensi calon tersebut untuk dipilih oleh warga pada hari pemungutan suara. Meskipun popularitas yang tinggi sering kali menjadi modal awal bagi munculnya peluang

untuk dipilih, kedua hal tersebut tidak selalu berjalan beriringan (Sampurna et al., 2024). Elektabilitas yang sangat tinggi tidak serta-merta menjamin perolehan suara yang banyak jika tidak dibarengi dengan munculnya rasa percaya dari masyarakat, penilaian baik atas kemampuan diri calon, serta kesesuaian antara tema yang dikampanyekan dengan kebutuhan nyata warga. Berdasarkan kenyataan tersebut, keberhasilan dalam mengelola hubungan politik bertindak sebagai faktor penentu utama yang menghubungkan antara modal popularitas dengan peluang kemenangan nyata dari seorang calon.

Selain popularitas dan elektabilitas, partisipasi pemilih juga menjadi indikator penting dalam menilai keberhasilan komunikasi politik dalam sebuah kontestasi elektoral. Partisipasi pemilih tidak hanya tercermin dari kehadiran masyarakat pada hari pemungutan suara, tetapi mereka dalam berbagai aktivitas kampanye baik secara langsung maupun melalui interaksi di media sosial (Febriyan et al., 2025). Strategi komunikasi politik yang efektif diharapkan mampu mendorong keterlibatan publik secara aktif, rasional, dan sadar sehingga berkontribusi pada penguatan kualitas demokrasi lokal.

Kabupaten Bekasi merupakan salah satu wilayah krusial di Provinsi Jawa Barat yang memegang andil vital dalam konfigurasi perekonomian serta konstelasi politik pada level regional maupun nasional (Yohana et al., 2021). Letak geografisnya yang berbatasan langsung dengan DKI Jakarta serta kedudukannya sebagai pusat manufaktur berskala masif memicu wilayah ini mengalami akselerasi proses urbanisasi dan industrialisasi yang sangat pesat. Transformasi tersebut memberikan implikasi mendalam terhadap pergeseran struktur kemasyarakatan, tatanan finansial, serta corak kebudayaan publik yang pada fase berikutnya turut mengintervensi konseptualisasi politik lokal. Dari dimensi sosiologis, profil penduduk di Kabupaten Bekasi dicirikan oleh derajat keberagaman yang sangat tinggi; struktur demografi tidak lagi didominasi oleh warga setempat melainkan juga diisi oleh gelombang kaum urban yang mengadu nasib pada bidang manufaktur serta usaha jasa. Fenomena ini pada akhirnya memicu kerentanan struktural seperti disparitas kesejahteraan material hingga friksi orientasi kebutuhan di antara faksi-faksi masyarakat.

Kabupaten Bekasi dikenal sebagai salah satu pusat industri manufaktur terbesar di Indonesia. Keberadaan berbagai kawasan industri memberikan kontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi daerah dan penyerapan tenaga kerja, namun pertumbuhan ekonomi tersebut belum sepenuhnya berbanding lurus dengan peningkatan kesejahteraan masyarakat secara merata. Masih ditemukan ketimpangan pendapatan, tingginya jumlah pekerja dengan status kerja tidak tetap atau lebih sering kerja kontrak serta ketergantungan ekonomi masyarakat terhadap sektor industri (Hajiji & Rudiansah, 2025).

Tabel 1.1 Tabel Jumlah DPT

Jumlah DPT	Kategori
1.124.775	Laki-Laki
1.127.081	Perempuan
2.251.856	Keseluruhan

Sumber: KPU Kabupaten Bekasi

Pada masa Pilkada berlangsung Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kabupaten Bekasi menetapkan daftar tetap DPT sebanyak 2.251.856 jiwa untuk Pilkada Bupati 2024, terdiri dari 1.124.775 laki-laki dan 1.127.081 perempuan yang tersebar di 4.206 TPS pada 23 kecamatan (BekasiKab.go.id, 2024). Pemilihan kepala daerah Kabupaten Bekasi 2024 menampilkan kontestasi yang tidak hanya bersifat elektoral, tetapi juga mencerminkan perbedaan basis sosial, ekonomi, dan budaya masyarakat yang direpresentasikan oleh masing-masing pasangan calon. Pasangan calon nomor urut 01 Dani Ramdani dan Romli HM, nomor urut 02 BN Holik Qodratullah dan Faizal Hafan Farid, nomor urut 03 Ade Kuswara Kunang dan Asep Surya Atmaja hadir dengan latar belakang pendukung, visi-misi serta strategi kampanye yang berbeda, yang berimplikasi langsung terhadap perolehan suara akhir.

Dari latar belakang pendukung politik paslon 01 diusung oleh koalisi partai relatif besar dan beragam yang di mana dari Hanura, PKB, Golkar, Demokrat, PSI dan Gelora (Amsah Tahar, 2024). Namun kuatnya koalisi partai tidak secara otomatis berbanding lurus dengan kekuatan basis massa di tingkat akar rumput.

Dani Ramdan sebagai figur baru dalam kontestasi Pilkada Kabupaten Bekasi, meskipun memiliki pengalaman birokrasi, relatif belum memiliki ikatan emosional yang kuat dengan masyarakat lokal, sementara Romli HM, meski memiliki pengalaman sebagai kepala desa dua periode pengaruhnya cenderung terbatas pada wilayah tertentu, kondisi ini menunjukkan bahwa dalam masyarakat Kabupaten Bekasi yang masih kuat secara kultural legitimasi sosial dan kedekatan simbolik dengan masyarakat menjadi faktor penting dalam menarik dukungan pemilih.

Paslon 02 di usung oleh Partai Keadilan Sejahtera (PKS) menunjukkan pendekatan berbeda. Dengan mengandalkan strategi *direct selling* politik melalui kaderisasi dan jaringan struktural partai, Holik dan Faizal berusaha menjangkau pemilih secara langsung terutama di basis pemilih ideologis dan religius. Strategi ini relatif efektif dalam mengonsolidasikan suara kader dan simpatisan PKS, tercermin dari perolehan suara yang cukup signifikan namun demikian keterbatasan penetrasi ke luar basis ideologis partai menunjukkan bahwa pendekatan yang terlalu bertumpu pada mesin partai belum sepenuhnya mampu menjangkau heterogenitas sosial masyarakat Kabupaten Bekasi yang terdiri dari buruh kelas menengah urban, dan masyarakat desa non partisan.

Sementara kemenangan paslon 03 Ade Kuswara Kunang dan Asep Surya Atmaja tidak dapat dilepaskan dari keterhubungan sosial dan kultur yang dengan masyarakat lokal dengan dukungan PDI perjuangan, secara historis memiliki basis massa kuat di Kabupaten Bekasi, di perkuat oleh latar belakang personal kandidat. Ade Kuswara Kunang sebagai putra kepala desa Sukadami dan Asep surya Atmaja sebagai adik dari mantan Bupati Eka Supria Atmaja menghadirkan simbol kontinuitas kepemimpinan dan kedekatan dengan struktur sosial lokal. Dalam masyarakat yang masih memelihara budaya patronase dan loyalitas terhadap tokoh lokal, faktor ini menjadi modal politik yang signifikan

Dari sisi visi misi dan strategi kampanye paslon 03 mengusung narasi “Bekasi Bangkit, Maju, dan Sejahtera” secara substansial beresonansi dengan kondisi objektif masyarakat khususnya kelompok buruh dan masyarakat kelas menengah bawah yang menghadapi persoalan ketenagakerjaan, kesejahteraan, dan pelayanan

publik. Program- program yang disampaikan dalam debat publik dan kampanye dinilai lebih konkret dan relevan dengan kebutuhan sehari-hari masyarakat. Hal ini memperkuat terhadap persepsi pemilih bahwa Paslon 03 memiliki pemahaman yang lebih dekat terhadap realitas sosial ekonomi Kabupaten Bekasi.

Perolehan suara akhir semakin menegaskan relasi antara kondisi masyarakat dan hasil Pilkada. Paslon 03 memperoleh 666.494 suara dan ditetapkan sebagai pemenang oleh KPU, diikuti Paslon 02 dengan 588.399 suara, sementara Paslon 01 hanya memperoleh 204.305 suara dari total sekitar 1.45 juta suara sah. Ketimpangan perolehan suara ini mencerminkan bahwa basis sosial dan kultural masyarakat Kabupaten Bekasi lebih menentukan dibandingkan besarnya koalisi partai semata.

Keberhasilan pasangan Ade Kuswara Kunang dan Asep Surya Atmaja memenangkan Pilkada Kabupaten Bekasi Tahun 2024 menjadi fenomena yang menarik untuk dianalisis lebih mendalam dari perspektif komunikasi politik. Kemenangan tersebut tidak dapat dipandang semata-mata sebagai konsekuensi dari dukungan partai politik atau kekuatan elektoral, melainkan juga berkaitan dengan bagaimana pasangan calon membangun hubungan komunikasi dengan masyarakat selama proses kampanye. Pasangan ini mengusung slogan "Bekasi Bangkit, Maju, dan Sejahtera" yang dikomunikasikan secara konsisten melalui berbagai saluran komunikasi, baik melalui kegiatan tatap muka, media sosial, diskusi publik, maupun jaringan relawan hingga tingkat desa dan kecamatan.

Berbagai isu yang diangkat, seperti kesejahteraan buruh, peningkatan kualitas pelayanan publik, pembangunan infrastruktur, pendidikan, dan kesehatan, merupakan isu yang memiliki relevansi dengan kondisi objektif masyarakat Kabupaten Bekasi. Strategi komunikasi yang menonjolkan kedekatan kandidat dengan masyarakat lokal juga menjadi bagian penting dalam membangun citra politik yang positif. Namun hingga saat ini belum diketahui secara mendalam bagaimana elemen komunikasi politik tersebut dirancang, bagaimana isu-isu kampanye dipilih dan diprioritaskan, bagaimana pesan politik dikonstruksi, serta faktor-faktor apa saja yang mendukung maupun menghambat implementasi strategi komunikasi politik pasangan tersebut selama proses Pilkada berlangsung.

Fenomena kemenangan pasangan Ade Kuswara Kunang dan Asep Surya Atmaja menjadi penting untuk dikaji secara ilmiah melalui perspektif komunikasi politik.

Penelitian mengenai strategi komunikasi politik pasangan Ade Kuswara Kunang dan Asep Surya Atmaja memiliki urgensi yang tinggi, baik dari sisi akademik maupun praktis. Dari aspek akademik, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya pengembangan kajian komunikasi politik, khususnya dalam memahami hubungan antara strategi komunikasi, penentuan agenda isu, konstruksi pesan politik, serta efektivitas penyampaian pesan dalam konteks pemilihan kepala daerah. Perspektif teori yang digunakan diharapkan mampu menghasilkan pemahaman yang lebih mendalam dibandingkan penelitian sebelumnya. Dari aspek praktis penelitian ini menjadi penting karena memberikan gambaran empiris mengenai bagaimana strategi komunikasi politik diterapkan dalam menghadapi Masyarakat yang memiliki karakteristik heterogen, baik dari segi sosial, ekonomi, budaya, maupun preferensi politik. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi dan pembelajaran bagi kandidat politik, partai politik, tim pemenangan, konsultan politik, serta penyelenggara pemilu dalam merancang strategi komunikasi yang lebih efektif, adaptif, dan berorientasi pada kebutuhan masyarakat.

Selain itu penelitian ini juga memiliki relevansi bagi masyarakat sebagai pemilih karena dapat meningkatkan pemahaman mengenai bagaimana pesan politik dibentuk, dikemas, dan disampaikan selama proses kampanye sehingga masyarakat mampu bersikap lebih kritis dalam menilai informasi politik yang diterima. Maka dari itu penelitian ini tidak hanya memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan, tetapi juga memiliki manfaat praktis dalam memperkuat kualitas komunikasi politik dan demokrasi lokal di Indonesia.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Apa saja elemen komunikasi politik yang dijalankan oleh pasangan Ade Kuswara Kunang dan Asep Surya Atmaja dalam Pilkada Kabupaten Bekasi 2024?

2. Bagaimana penerapan Strategi Komunikasi Politik yang di tempuh oleh pasangan Ade Kuswara Kunang dan Asep Surya Atmaja Dalam Pemilihan Pilkada Kabupaten Bekasi 2024?
3. Apa saja faktor-faktor pendukung dan penghambat yang ditemui oleh pasangan calon Ade Kuswara Kunang dan Asep Surya Atmaja selama menjalankan Strategi komunikasi?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah diuraikan di atas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Menganalisis elemen-elemen komunikasi politik yang digunakan oleh pasangan Ade Kuswara Kunang dan Asep Surya Atmaja dalam menyampaikan pesan politik kepada masyarakat Kabupaten Bekasi
2. Menganalisis penerapan strategi komunikasi politik yang dirancang dan dijalankan oleh pasangan Ade Kuswara Kunang dan Asep Surya Atmaja selama proses kampanye Pilkada Kabupaten Bekasi 2024
3. Menganalisis faktor-faktor pendukung dan penghambat yang memengaruhi pelaksanaan strategi komunikasi politik Pasangan Ade Kuswara Kunang dan Asep Surya Atmaja dalam memperoleh dukungan masyarakat pada Pilkada Kabupaten Bekasi 2024

D. Kegunaan Hasil Penelitian

Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian ilmu komunikasi politik, khususnya dalam memahami penerapan strategi komunikasi dalam kampanye politik. Khususnya dalam memahami komunikasi politik dalam konteks pemilihan kepala daerah di tingkat lokal. Dengan bagaimana bisa memahami dalam penerapan elemen-elemen komunikasi politik, strategi kampanye politik, serta faktor-faktor yang mendukung dan menghambat pelaksanaan komunikasi politik, referensi bagi peneliti selanjutnya yang tertarik mengkaji tema komunikasi politik, strategi kampanye, dan perilaku politik dalam pemilihan umum maupun pemilihan daerah

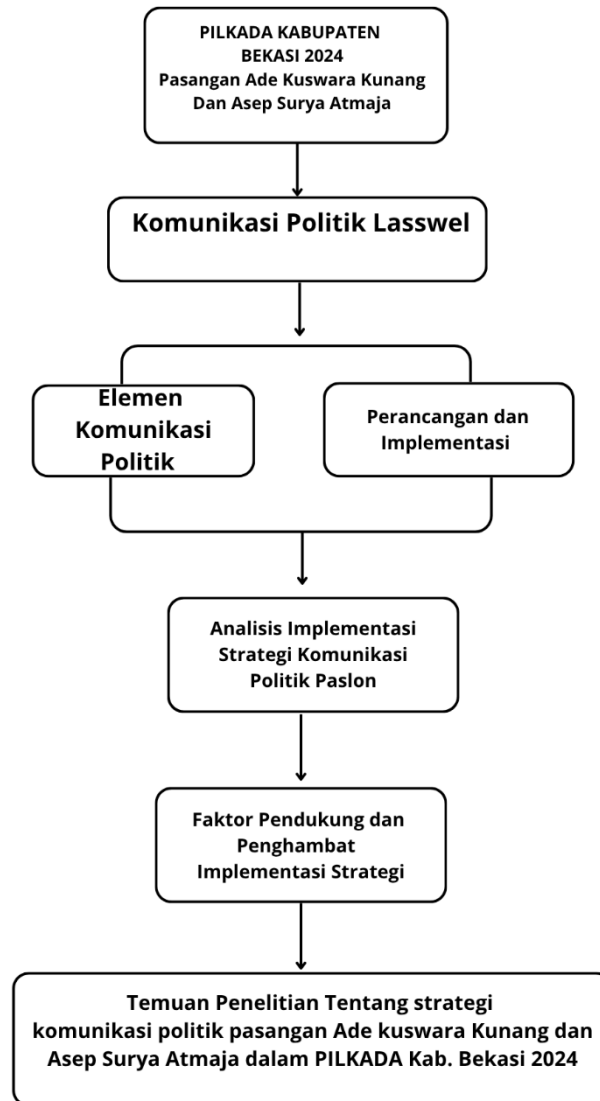
Manfaat praktis penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi penulis sebagai sarana untuk menambah wawasan, pengetahuan, serta pengalaman dalam memahami dan menganalisis strategi komunikasi politik yang diterapkan dalam kontestasi pemilihan kepala daerah. Selain itu penelitian ini menjadi media bagi penulis untuk mengimplementasikan teori-teori komunikasi politik yang telah dipelajari selama proses perkuliahan ke dalam penelitian yang bersifat empiris.

Penelitian ini bagi akademisi diharapkan dapat menjadi referensi dan sumber informasi yang bermanfaat dalam pengembangan kajian ilmu komunikasi terlebih dalam bidang komunikasi politik. Bagi praktisi politik, tim pemenangan, relawan, peneliti ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai penerapan strategi komunikasi politik yang dilakukan oleh pasangan Ade Kuswara Kunang dan Asep Surya Atmaja dalam Pilkada Kabupaten Bekasi 2024. Jika ada temuan penelitian ini dapat menjadi bahan evaluasi dan pertimbangan dalam merancang strategi komunikasi politik agar lebih efektif pada kontestasi politik berikutnya. Selain itu penelitian ini juga diharapkan dapat meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap berbagai bentuk komunikasi politik yang digunakan dalam kampanye sehingga masyarakat lebih kritis dan rasional untuk menerima serta menilai pesan politik yang disampaikan oleh para kandidat.

E. Kerangka Berpikir

Untuk memahami secara sistematis arah dan alur logika penelitian ini, diperlukan sebuah kerangka berpikir yang mampu menunjukkan hubungan konseptual antara fenomena yang dikaji, teori yang digunakan hingga pendekatan analisis yang dipilih. Kerangka berpikir ini berfungsi sebagai panduan konseptual yang menuntun proses penelitian dari identifikasi masalah hingga penarikan kesimpulan, sehingga setiap tahap analisis dapat dipahami sebagai bagian dari alur yang terstruktur dan saling berkaitan, adapun kerangka penelitian ini disusun sebagai berikut:

Gambar 1. 1 Kerangka Berfikir



Sumber: Olahan Penelitian (2026)

Penelitian ini berangkat dari fenomena Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) Kabupaten Bekasi 2024, khusus menganalisis strategi komunikasi politik yang diterapkan oleh pasangan calon Ade Kuswara Kunang dan Asep Surya Atmaja dalam memperoleh dukungan masyarakat. Dinamika politik yang terjadi selama proses kampanye menunjukkan bahwa keberhasilan pasangan calon tidak hanya ditentukan oleh kualitas program yang ditawarkan, tetapi juga bagaimana

kemampuan dalam merancang dan mengimplementasikan strategi komunikasi politik yang efektif sesuai dengan karakteristik masyarakat Kabupaten Bekasi.

Berdasarkan fenomena penelitian difokuskan pada strategi komunikasi politik sebagai konsep utama yang menjadi landasan analisis. Strategi komunikasi politik dipahami sebagai rangkaian proses yang dirancang secara sistematis untuk menyampaikan pesan-pesan politik kepada khalayak dengan membangun pemahaman, memperoleh dukungan, serta memengaruhi perilaku politik masyarakat.

Aspek elemen komunikasi politik yang dianalisis menggunakan model komunikasi Harold D Lasswell yaitu, *Who, Says what, In which channel, To whom, dan With what effect* (Thaib, 2019) . Kelima elemen tersebut digunakan untuk mengidentifikasi aktor yang terlibat dalam komunikasi politik, pesan politik yang disampaikan, media atau saluran komunikasi yang digunakan, kelompok sasaran yang menjadi target komunikasi, serta dampak yang ditimbulkan dari proses komunikasi politik selama kampanye Pilkada Kabupaten Bekasi 2024.

Selanjutnya penelitian menganalisis Perancangan dan implementasi strategi komunikasi politik yang dilakukan oleh pasangan Ade Kuswara Kunang dan Asep Surya Atmaja, analisis ini tidak hanya melihat bagaimana strategi dirancang, tetapi juga bagaimana strategi tersebut diterapkan di lapangan melalui berbagai aktivitas komunikasi politik, baik secara langsung maupun melalui media komunikasi. Tahap implementasi strategi dianalisis dengan memperlihatkan bagaimana tim pemenangan mengintegrasikan berbagai elemen komunikasi politik sehingga menjadi suatu strategi yang terencana dan mampu menjangkau berbagai segmen pemilih.

Hasil analisis terhadap implementasi strategi komunikasi politik kemudian digunakan untuk mengidentifikasi faktor-faktor pendukung dan penghambat selama proses pelaksanaan strategi. Faktor pendukung dapat berupa kekuatan organisasi, koordinasi tim kampanye, jaringan relawan, dukungan partai politik, pemanfaatan media, maupun modal sosial yang dimiliki pasangan calon. Sebaliknya, faktor penghambat mencakup berbagai kendala yang muncul selama pelaksanaan strategi, seperti keterbatasan sumber daya, dinamika politik lokal,

kompetisi antar kandidat, maupun tantangan dalam menjangkau kelompok pemilih tertentu.

Melalui tahapan analisis tersebut, penelitian diharapkan mampu menghasilkan temuan penelitian yang memberikan gambaran secara komprehensif mengenai strategi komunikasi politik pasangan Ade Kuswara Kunang dan Asep Surya Atmaja dalam Pilkada Kabupaten Bekasi Tahun 2024. Temuan tersebut tidak hanya menjelaskan bagaimana elemen komunikasi politik dan implementasi strategi dijalankan, tetapi juga mengungkap faktor-faktor yang memengaruhi keberhasilan maupun hambatan dalam pelaksanaan strategi komunikasi politik. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis terhadap kajian komunikasi politik serta menjadi referensi empiris bagi penelitian sejenis mengenai strategi komunikasi politik dalam kontestasi pemilihan kepala daerah.

