



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 4 Nomor 5 Tahun 2024 Page 9161-9174

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Media Konvensional Dan Media Baru Dalam Komunikasi Persuasif Calon Legislatif Provinsi Jawa Tengah

Tika Ristia Djaya^{1✉}, Errika Dwi Setya Watie², B Natalia Sari Pujiastuti³

Universitas Semarang, Indonesia

Email: tikaristiadjaya@usm.ac.id^{1✉}

Abstrak

Penelitian ini berfokus pada bagaimana pemanfaatan media konvensional dan media baru dalam komunikasi persuasif yang dilakukan oleh calon legislatif tahun 2024 di provinsi Jawa Tengah. Dalam penelitian ini, bertujuan untuk mengetahui penggunaan media konvensional dan media baru dalam mempersuasi masyarakat yang dilakukan oleh calon legislatif Provinsi Jawa Tengah. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Dalam hal ini peneliti ingin mengetahui komunikasi persuasif calon legislatif provinsi Jawa Tengah disertai dengan data-data pendukung. Media konvensional dan media baru sebagai sarana kebutuhan informasi untuk memperkenalkan dan mensosialisasikan yang memungkinkan setiap orang membangun konsep diri secara virtual melalui media. Kemajuan media baru yang menawarkan cara kerja efektif yang dapat membuat kecenderungan setiap orang dari berbagai kalangan untuk mengenalkan dirinya, menarik simpati dan popularitas di kalangan masyarakat. Media tersebut digunakan untuk dapat membantu kendala yang dihadapi oleh calon legislatif provinsi Jawa Tengah yang nota bene mereka dari masyarakat biasa bukan dari tokoh politik atau tokoh masyarakat sehingga membutuhkan tenaga dan pemikiran ekstra untuk dapat mengenalkan dirinya di masyarakat luas.

Kata Kunci : *Media Konvensional, Media Baru, Komunikasi Persuasif.*

Abstract

This research focuses on how conventional and new media are utilized in persuasive communication by legislative candidates in 2024 in Central Java province. In this study, it aims to determine the use of conventional media and new media in persuading the public by candidates for the Central Java Province legislature. The method used is descriptive qualitative. In this case the researcher wants to know the persuasive communication of legislative candidates for Central Java province accompanied by supporting data. Conventional media and new media as a means of information needs to introduce and socialize which allows everyone to build self-concept virtually through the media. The advancement of new media offers an effective way of working that can make people from all walks of life tend to introduce themselves, attract sympathy and popularity among the public. The media is used to be able to help with the obstacles faced by candidates for the Central Java provincial legislature whose postscript is that they come from ordinary people, not from political figures or community leaders, so they need extra energy and thought to be able to introduce themselves to the wider community.

Keywords: *Conventional Media, New Media, Persuasive Communication.*

PENDAHULUAN

Pemilu menjadi agenda tahunan sebagai wujud dari demokrasi rakyat Indonesia. Berbagai upaya untuk memperoleh kemenangan dilakukan oleh para calon yang akan menduduki kursi. Beberapa kendala yang dihadapi diantaranya adalah masalah yang disuguhkan dalam pesta demokrasi yang mempragmatisme dengan bermodalkan materi terlebih dahulu. Dalam hal ini calon legislatif ingin mengembalikan wadah yang tidak pernah membahas tentang modal. Seperti dikatakan oleh Subiyandi pada wawancara awal tanggal 13 maret 2023. Subiyandi mengatakan bahwa bacaleg-bacaleg baru memanfaatkan aspirasi, seolah-olah partai dapat memperlakukan rakyat, yang mana tidak ada undang-undang untuk membela kepentingan rakyat. Rakyat akan panen aspirasi dengan diberikannya berbagai fasilitas seperti traktor, atau kontribusi lain yang menawarkan konsep hingga bisa dianggap sebagai konsep pencerahan.

Harapannya keadaan seperti tersebut diatas dapat *move on*. Lebih berfokus pada potensi masyarakat Indonesia, maka dengan hal tersebut, bacaleg akan memaksimalkan media yang ada, baik media konvensional maupun media baru untuk mengenalkan serta untuk mempengaruhi publik. Selain itu adanya kerjasama dalam kepengurusan untuk bersinergi dalam mengenalkan kepengurusan di tingkat kota, kabupaten dengan memasang spanduk dengan konsep Indonesia super power baru.

Perolehan berita di era digitalisasi sangatlah mudah. Didukung dengan adanya

media online sebagai media interaktif dimana komunikasi dapat langsung berinteraksi dengan komunikator sehingga media akan lebih mudah dalam memberikan pengaruh pada khalayak. Kehadiran internet di masyarakat sangat banyak manfaatnya dari memberi kemudahan dalam pencarian informasi, berinteraksi dan pengaruh yang sangat luar biasa. Baik pengaruh yang dapat meningkatkan pengetahuan dalam artian positif maupun informasi-informasi yang mudah ditiru oleh masyarakat. Seperti dikemukakan oleh Agus Yulistiyono (2021):

22) bahwa Media sosial dapat digunakan sebagai sarana atau aktivitas digital marketing, seperti sosial media *maintenance*, social media endorsmen dan *social media activation*.

Penelitian terdahulu yang digunakan sebagai referensi dan pembandingan antara lain penelitian berjudul propaganda politik di media sosial twitter (wacana kekuasaan masa jabatan presiden 3 periode oleh Meilan Suzity, dengan menggunakan metode studi pustaka dengan model pendekatan konten analisis. Jurnal berjudul gaya komunikasi politik karena Sobahi atas kemenangan pemilihan bupati Majalengka periode 2018-2023 karya Adi Junadi Atie Rachmiate, Dedeh Faridah, dengan menggunakan metode kualitatif pendekatan studi kasus dengan hasil penelitian aspek penting dalam penelitian ini adalah lebih aktif dalam menggunakan media sosial karena terdapat persebaran kegiatan-kegiatan sosial di masyarakat yang mulai masuk pada ranah digitalisasi. Metode penelitiannya adalah deskriptif kualitatif, hasil penelitian harapannya KPU memaksimalkan penggunaan media sosial sebagai salah satu sarana dalam bersosialisasi sekaligus untuk berkomunikasi kepada masyarakat. Penelitian lain adalah *ciber campaign*: iklan politik media *on line* vs media konvensional (refleksi pemilu legislatif 2009) karya Edwi Arief Sasiawan, metode yang digunakan kualitatif hasil penelitiannya dengan memanfaatkan situs jejaring sosial yang tengah populer seperti *blog* dan *face book* media tersebut untuk mengenalkan caleg atau partai dan mengetahui jumlah *eksposure* di *web* dan *blog* masing-masing.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian kualitatif merupakan suatu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata baik secara lisan maupun tertulis dan perilaku dari orang-orang yang dapat diamati. Penelitian kualitatif mempunyai karakteristik alami yang mana data dapat menjadi sumber data langsung, adapun proses sangat berarti atau lebih penting daripada hasil yang dicapai. Analisa pada penelitian kualitatif cenderung dilakukan

secara induktif dimana makna – makna yang ada merupakan hal yang esensial. (Lexy Melong, 2006:04). Sebagai obyek pada penelitian ini adalah calon legislatif provinsi Jawa Tengah. Instrumen penelitiannya adalah peneliti itu sendiri. Sebagai instrumen peneliti harus mempunyai berwawasan tentang komunikasi persuasif dan komunikasi politik, mempunyai bekal teori, mampu mewawancari, menganalisis, mendokumentasikan dan mengkonstruksi obyek yang diteliti. Berikut untuk teknik pengumpulan data yang digunakan: Observasi, merupakan teknik atau cara mengumpulkan data dengan melakukan pengamatan langsung. Kegiatan yang dilakukan melihat dan mengamati secara akurat, mencatat fenomena yang muncul, dan mempertimbangkan hubungan baik antar aspek dalam fenomena tersebut. Yang kemudian mendapatkan data tentang suatu masalah, sehingga diperoleh pemahaman sebagai alat pembuktian terhadap informasi/keterangan yang diperoleh sebelumnya. (Nana Syaodih, 2013:220) Observasi dilakukan selama penelitian untuk mengoptimalkan data mengenai pemanfaatan media konvensional dan media baru dalam komunikasi persuasif calon legislatif Provinsi Jawa Tengah. Wawancara, merupakan percakapan atau kegiatan tanya jawab untuk memperoleh informasi. Wawancara dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara dan orang yang memberikan jawaban (Lexy Moelong, 2005:186).

Teknik wawancara yang digunakan adalah *indepth intrview* (wawancara mendalam). Wawancara mendalam adalah cara mengumpulkan data/informasi secara langsung/tatap muka dengan informan untuk mendapatkan gambaran lengkap mengenai topik yang diteliti. Wawancara dalam penelitian ini dilakukan untuk memperoleh informasi data dan informasi mengenai pemanfaatan media konvensional dan media baru dalam komunikasi persuasif calon legislatif Provinsi Jawa Tengah. Dokumentasi, merupakan teknik pengumpulan data dengan cara menghimpun, menganalisis dokumen-dokumen, berupa tulisan, gambar, maupun elektronik. Dokumentasi ini sebagai pelengkap dari metode sebelumnya. Hasil penelitian observasi dan wawancara akan lebih kredibel dan dipercaya jika didukung dengan dokumentasi dari para informan. (nana syaodih, 2013:221). Dokumen yang dikumpulkan berupa foto kegiatan penelitian.

Teknik analisis data dalam penelitian ini dengan menghimpun data-data faktual dan kemudian mendeskripsikan.

Analisis berlangsung bersamaan dengan proses pengumpulan data dan setelah data terkumpul. Pengumpulan data, Menggali informasi dari berbagai sumber atau informasi dengan cara wawancara, observasi, analisis dokumen berupa foto-toto kegiatan, gambar, video, postingan serta komentar publik. Reduksi data, data yang diperoleh disortir karena

data dari hasil wawancara dapat dikatakan data mentah dan memiliki sifat yang sangat luas informasinya. (Lexy. J.Moleong, 2002:114). Jadi ada pemilihan data yang penting dan yang dianggap tidak penting dapat dibuang.

Tahapan reduksi antara lain: editing, pengelompokan, meringkas data, menyusun kode-kode/ catatan-catatan yang berkaitan dengan data sehingga dapat menentukan tema, kelompok dan pola data kemudian baru di reduksi yaitu menyusun rancangan konsep-konsep dan penjelasan yang berkaitan dengan tema, pola, serta kelompok yang bersangkutan. Penyajian data, Hasil pengorganisasian data disajikan secara sistematis dalam bentuk laporan. Bentuk penyajian laporan deskriptif analitik, logis dan mengarah pada kesimpulan. Pada tahap ini peneliti melakukan penafsiran data saat wawancara. Penarikan kesimpulan, berkaitan dengan interpretasi peneliti yakni pengembangan makna dari data yang telah ditampilkan. Kesimpulan yang masih mentah diverifikasi selama penelitian berlangsung sehingga memperoleh kesimpulan yang terjamin tentang kredibilitas dan obyektifitasnya. Verifikasi dapat berupa pemikiran ulang yang terlintas pada pikiran peneliti saat mengadakan pencatatan atau dapat meninjau ulang catatan-catatan di lapangan .

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pendekatan Promosi

Hasil wawancara dengan Andi, seorang Bacaleg di tingkat Provinsi Jawa Tengah, yang mencalonkan diri dalam Dapil 4 Kabupaten Magelang, mengungkapkan bahwa ia menggunakan pendekatannya tersendiri dalam menggunakan media sosial untuk berinteraksi dengan publik. Media yang ia gunakan untuk berinteraksi dengan generasi muda adalah TikTok. Keberadaan TikTok sebagai salah satu aplikasi yang populer di kalangan generasi muda mengindikasikan bahwa Andi telah menyadari pentingnya menggunakan platform yang sesuai dan relevan untuk menjangkau audiens dari kalangan tertentu. Kemudian, untuk berinteraksi dengan generasi yang lebih tua, Andi memilih menggunakan Facebook karena generasi tersebut lebih sering menggunakan Facebook daripada platform lainnya. Untuk mengkomunikasikan akun politiknya, Andi memanfaatkan platform YouTube. Penggunaan platform yang berbeda-beda ini bertujuan untuk memperluas jangkauan komunikasi serta menjangkau berbagai kalangan audiens sekaligus. Pendekatan ini menunjukkan upaya Andi dalam memanfaatkan media sosial sebagai alat persuasif yang efektif untuk mempromosikan dirinya dan partainya dalam kampanye politiknya di Provinsi Jawa Tengah.

"Saya menggunakan TikTok, Facebook, dan Youtube untuk berinteraksi dengan publik" (wawancara dengan Andi pada tanggal 12 April 2023)

Sementara itu wawancara dengan Suryo, seorang Bacaleg Partai Demokrat dapil 4, mengungkapkan bahwa ia lebih memilih melakukan interaksi secara langsung ketimbang melalui media sosial. Suryo memilih menggunakan baliho sebagai media kampanye, selain itu ia juga aktif melakukan kampanye secara langsung dan tatap muka. Menurutnya, interaksi tatap muka lebih efektif digunakan untuk memperkenalkan diri, membangun hubungan, serta memahami karakter dan kebutuhan masyarakat. Ia lebih menekankan pada terbentuknya ikatan personal yang akan muncul ketika ia bertemu masyarakat secara langsung. Dengan demikian, akan muncul kepercayaan yang kuat dari masyarakat untuk mendukungnya.

"Saya lebih memilih menggunakan pendekatan yang lebih konvensional daripada media sosial dalam rangka promosi. Saya berfokus pada interaksi langsung dengan publik melalui pertemuan, kampanye door-to-door, penggunaan baliho, dan kegiatan komunitas di tingkat daerah." (wawancara dengan Suryo pada tanggal 15 April 2023)

2. Penggunaan Media Konvensional Sebagai Sarana Promosi

Andi mengungkapkan bahwa ia menggunakan media konvensional dalam mempromosikan dirinya. Ia menggunakan metode kedekatan personal dan profesi untuk memperkenalkan partai politiknya. Salah satunya adalah menjalin komunikasi dengan tokoh masyarakat. Dengan pengaruh dan kredibilitas yang dimiliki oleh tokoh masyarakat di sebuah daerah, Andi dapat lebih mudah mendapatkan dukungan di daerah tersebut.

"Menggunakan metode pendekatan personal, pendekatan profesi, seperti mengambil beberapa sampling dari tokoh masyarakat (Kepala dusun) untuk menjalin komunikasi dan memperkenalkan partai politik." (wawancara dengan Andi pada tanggal 12 April 2023)

Media konvensional lainnya yang digunakan oleh Andi adalah baliho atau media luar ruangan (MMT) untuk memperkenalkan partai politik Gelora Indonesia sejak tahun 2020 pada setiap event. Pengoptimalan penggunaan media konvensional yang ia lakukan adalah dengan memasang minimal sepuluh baliho di lokasi strategis atau di event-event tertentu. Menurutnya, cara yang demikian akan lebih efektif dalam membantunya memperkenalkan dirinya serta Partai Gelora.

"Memasang baliho atau MMT untuk memperkenalkan partai politik gelora Indonesia sejak 2020 pada setiap event, memasang sepuluh titik pada satu kecamatan" (wawancara dengan Andi pada tanggal 12 April 2023)

Senada dengan Andi, Suryo mengungkapkan bahwa ia juga menggunakan media konvensional untuk melaksanakan promosi politik. Dalam memperkenalkan Partai Demokrat sekaligus dirinya sebagai caleg, Suryo secara konsisten menempatkan baliho di lokasi-lokasi yang strategis dan memiliki visibilitas tinggi di masyarakat. Menurutnya, media konvensional memiliki daya tarik tersendiri karena mampu menjangkau berbagai elemen masyarakat sekaligus.

"Saya memasang baliho dan media-media cetak untuk memperkenalkan Partai Demokrat dan saya sebagai caleg di berbagai acara dan lokasi strategis di Dapil 4." (wawancara dengan Suryo pada tanggal 15 April 2023)

3. Preferensi Antara Media Konvensional dan Media Sosial.

Mengenai preferensi antara penggunaan media konvensional dan media sosial untuk sarana politik, Andi menjelaskan bahwa Dewan Pimpinan Nasional memiliki kebijakan langsung untuk mengelola promosi melalui media konvensional. Sebagai seorang Bacaleg, Andi tidak memiliki informasi yang spesifik mengenai teknis pengelolaan promosi melalui media konvensional. Andi juga menjelaskan bahwa tim pusat dari Partai Gelora memiliki arahan khusus untuk promosi melalui media sosial.

"Penggunaan media konvensional dipegang langsung oleh Dewan Pimpinan Nasional, jadi bacaleg tidak mengetahuinya. Untuk media baru atau media sosial mengikuti arahan dari tim pusat. Karena partai politik pada tingkat daerah hanya memperkenalkan partai pada tingkat daerah, menjalankan keorganisasian kepartaian dan merekrut Bacaleg." (wawancara dengan Andi pada tanggal 12 April 2023)

Meski demikian, penggunaan media sosial sangat bergantung kepada inisiatif masing-masing bacaleg yang didasarkan atas survey untuk mengukur kebutuhan serta target yang ingin dituju. Di tingkat daerah, seperti dalam kasus Andi yang mencalonkan diri di Dapil 4 Kabupaten Magelang, peran partai politik lebih fokus pada memperkenalkan partai di tingkat daerah, menjalankan keorganisasian partai, dan merekrut Bacaleg.

"Untuk menggunakan media sosial tergantung inisiatif pribadi masing-masing sesuai survey lapangan." (wawancara dengan Andi pada tanggal 12 April 2023)

Suryo tidak memberikan informasi secara spesifik mengenai persentase penggunaan media konvensional dan media sosial oleh Partai Demokrat atau dirinya sendiri. Namun, dari jawabannya yang lebih cenderung menggunakan pendekatan konvensional dalam promosi politik, dapat diasumsikan bahwa penggunaan media konvensional memiliki peran yang lebih dominan dibandingkan media sosial dalam kampanye Partai Demokrat di wilayah Dapil 4. Ia lebih memilih memasang baliho dan media cetak serta terlibat dalam

pertemuan langsung dengan masyarakat sebagai strategi promosi. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan media konvensional masih menjadi pilihan utama dalam upaya memperkenalkan Partai Demokrat kepada pemilih di wilayah Dapil 4.

"Untuk saat ini kami fokus ke media konvensional" (wawancara dengan Suryo pada tanggal 115 April 2023)

4. Eksistensi Media Konvensional

Dalam wawancara Andi tentang pertanyaan apakah media tradisional akan bertahan, Andi berpendapat bahwa media tradisional akan bertahan. Menurutnya, alasannya media tradisional masih relevan karena masyarakat tertarik dengan gambar. Pendapat Andi tersebut menunjukkan bahwa ia yakin media tradisional seperti media cetak maupun media luar ruang akan tetap menarik dan relevan bagi masyarakat. Media tradisional yang seringkali menggunakan elemen visual yang atraktif seperti gambar dan poster dapat menawarkan pengalaman yang berbeda dan menarik bagi audiens. Meski perkembangan teknologi dan penggunaan media sosial berkembang pesat, Andi percaya bahwa media tradisional masih memiliki peran penting dalam komunikasi dan periklanan. Penggunaan gambar dan elemen visual dalam media tradisional dapat menarik perhatian dan mempengaruhi khalayak dengan cara yang unik. Dengan demikian, menurut visi Andi, media tradisional akan bertahan karena visibilitasnya yang mampu menarik perhatian publik.

"Iya akan tetap bertahan, karena masyarakat suka melihat gambar." (wawancara dengan Andi pada tanggal 12 April 2023)

Menurut Suryo, media konvensional akan tetap ada. Ia percaya bahwa media konvensional akan terus memainkan peran penting dalam promosi politik. Suryo berpendapat bahwa masyarakat masih sangat tertarik untuk melihat gambar dan menerima informasi melalui media cetak seperti baliho dan media periklanan sejenis lainnya. Ia juga menegaskan masih banyak masyarakat di daerah yang belum terbiasa menggunakan media digital atau media sosial, sehingga media konvensional tetap menjadi sarana komunikasi yang efektif untuk menjangkau mereka. Posisi Suryo mencerminkan keyakinannya bahwa media konvensional memiliki keunggulan tertentu dibandingkan media baru atau media sosial. Menurutnya, media konvensional dapat memberikan pengaruh yang kuat dan efektif dalam menyampaikan pesan-pesan politik, khususnya terkait dengan pemilu. Ia percaya bahwa media konvensional dapat menjangkau semua lapisan masyarakat, termasuk yang belum terkoneksi dengan dunia digital. Sementara media sosial dan media digital terus berkembang pesat, pandangan

Suryo menunjukkan bahwa media tradisional masih memiliki peran penting dalam advokasi politik.

"Ya, karena media cetak yang memuat unsur visual seperti gambar masih tetap menarik di mata masyarakat dan dapat menjangkau masyarakat yang belum terbiasa menggunakan medsos." (wawancara dengan Suryo pada tanggal 15 April 2023)

5. Keunikan Cara Promosi Dibandingkan dengan Bacaleg Lain

Ketika ditanyakan tentang perbedaan cara promosi yang dilakukan olehnya dibandingkan dengan Bacaleg lainnya, Andi menjelaskan bahwa ada beberapa perbedaan dalam strategi promosinya. Pertama, Andi mengatakan bahwa ia lebih banyak terlibat dalam berbagai organisasi daripada Bacaleg lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa Andi aktif dalam menjalin hubungan dengan organisasi-organisasi masyarakat, kelompok, atau komunitas tertentu yang dapat memberikan dukungan dan meningkatkan jaringan sosialnya. Selain itu, Andi juga menyatakan bahwa ia tidak memasang banner sebanyak mungkin seperti Bacaleg lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa Andi mungkin lebih fokus pada strategi promosi yang berbeda atau lebih memilih pendekatan lain dalam berkomunikasi dan memperkenalkan dirinya kepada pemilih potensial. Dengan perbedaan tersebut, Andi mengambil pendekatan yang lebih terfokus pada keterlibatan dalam organisasi dan mungkin menggunakan strategi promosi yang lebih selektif dan terarah. Pendekatan ini dapat membantu Andi dalam membangun koneksi yang kuat dengan masyarakat melalui keterlibatannya dalam berbagai organisasi dan meningkatkan kepercayaan serta dukungan dari kelompok-kelompok tersebut. Penting untuk dicatat bahwa perbedaan ini hanya merupakan gambaran dari wawancara dengan Andi, dan cara promosi yang dilakukan oleh Bacaleg lainnya dapat bervariasi secara signifikan tergantung pada strategi dan pendekatan individu masing-masing Bacaleg.

"Saya mencoba mengikuti dan aktif dalam banyak organisasi dibanding bacaleg yang lainnya" (wawancara dengan Andi pada tanggal 12 April 2023)

Hasil wawancara dengan Suryo menunjukkan perbedaan yang signifikan dalam cara promosi yang dilakukannya dibandingkan dengan Bacaleg lainnya. Suryo memiliki preferensi yang kuat dalam menggunakan media konvensional, seperti baliho atau media promosi sejenisnya. Ia mengungkapkan ketidaknyamanannya dalam menggunakan media sosial sebagai alat promosi, karena ia menyadari bahwa masih banyak masyarakat daerah yang belum terbiasa dengan penggunaan media digital. Dengan memilih menggunakan media konvensional, Suryo berharap dapat lebih mudah menjangkau dan berkomunikasi dengan masyarakat di wilayah Dapil 4. Ia percaya bahwa penggunaan baliho dan media

promosi sejenisnya dapat memberikan dampak yang lebih langsung dan efektif dalam memperkenalkan dirinya serta pesan politik yang ia sampaikan. Dengan strategi ini, Suryo berharap dapat membangun kesadaran dan kepercayaan publik terhadap Partai Demokrat dan menciptakan ikatan yang kuat dengan masyarakat di wilayah Dapil 4.

"Saya lebih suka menggunakan baliho atau media promosi sejenisnya. Saya kurang suka menggunakan media sosial untuk promosi karena masih banyak masyarakat daerah yang belum terbiasa menggunakan media digital" (wawancara dengan Suryo pada tanggal 15 April 2023)

6. Cara Mendapat Pemilih Baru

Dalam wawancara dengan Andi, ketika ditanyakan tentang cara untuk mendapatkan pemilih baru, terutama di kalangan pemilih muda yang memiliki potensi besar, Andi menjelaskan beberapa strategi yang ia terapkan. Pertama, Andi menggunakan media sosial, seperti TikTok dan Facebook, sebagai alat untuk menjangkau pemilih baru. Ia aktif dalam menggunakan platform TikTok dan secara rutin mengunggah konten baru setiap satu atau dua minggu. Dengan demikian, Andi berupaya memanfaatkan popularitas TikTok di kalangan pemilih muda untuk meningkatkan visibilitas dan daya tarik kampanye politiknya. Selain itu, Andi juga memiliki tim sendiri yang terdiri dari 20 orang dengan tugas yang terbagi-bagi. Tim ini bertanggung jawab dalam melaksanakan berbagai kegiatan organisasi yang dapat membantu dalam memperoleh pemilih baru. Andi menyadari pentingnya interaksi langsung dengan anak-anak muda dan berupaya untuk menjalin komunikasi dan koneksi dengan mereka. Dengan menggabungkan penggunaan media sosial, terutama TikTok dan Facebook, serta melibatkan tim dan melakukan interaksi dengan pemilih muda, Andi berharap dapat menarik perhatian dan memperoleh dukungan dari pemilih baru, terutama di kalangan pemilih muda yang memiliki potensi besar. Strategi ini mencerminkan kesadaran Andi akan pentingnya memanfaatkan platform media sosial yang populer di kalangan generasi muda serta menjalankan interaksi personal untuk memperluas jangkauan kampanye dan membangun hubungan dengan pemilih potensial.

"Saya berusaha aktif menggunakan dan mengupload konten baru di tik tok dalam satu atau dua minggu. Selain itu saya juga emiliki tim sendiri dengan tugas masing-masing untuk membantu saya menjangkau pemilih baru. Saya juga sering berinteraksi dengan anak muda." (wawancara dengan Andi pada tanggal 12 April 2023)

Hasil wawancara dengan Suryo mengungkapkan bahwa ia memiliki strategi khusus dalam mendapatkan pemilih baru, terutama di kalangan pemilih muda. Suryo lebih fokus

pada pertemuan langsung dengan pemilih potensial, dengan melibatkan diri dalam kegiatan komunitas, dialog interaktif, dan kampanye tatap muka di berbagai lingkungan pemilih. Ia menyadari pentingnya membangun hubungan personal dan mendengarkan langsung kebutuhan serta aspirasi pemilih muda. Dengan melakukan interaksi tatap muka, Suryo berharap dapat menginspirasi pemilih muda, menjelaskan visi dan program kerja yang relevan dengan mereka, serta membangun kepercayaan untuk memperoleh dukungan mereka.

"Lebih fokus pada pertemuan langsung dengan pemilih potensial, seperti melibatkan diri dalam kegiatan komunitas, dialog interaktif, dan kampanye tatap muka di berbagai lingkungan pemilih." (wawancara dengan Suryo pada tanggal 15 April 2023)

7. Teori Spiral Keheningan

Teori spiral keheningan menyatakan bahwa individu cenderung mengikuti arus mayoritas dalam komunikasi publik. Jika mayoritas orang menggunakan media baru atau media sosial, individu lain cenderung mengadopsi media tersebut agar tidak terisolasi atau tidak kehilangan suara mereka. Dalam penelitian ini, Andi mewakili kelompok yang mengadopsi media sosial sebagai alat komunikasi persuasif, sementara Suryo mewakili kelompok yang masih menggunakan pendekatan konvensional. Perbedaan ini mencerminkan adanya variasi dalam penggunaan media komunikasi dan adopsi teknologi dalam komunikasi politik.

Meskipun media sosial telah berkembang pesat dan memiliki potensi untuk mencapai pemilih muda yang besar, Suryo menunjukkan bahwa masih banyak masyarakat di daerah yang belum terbiasa menggunakan media digital. Hal ini dapat menjadi alasan mengapa ia lebih memilih menggunakan media konvensional seperti baliho dan media cetak dalam promosi politiknya. Dalam konteks teori spiral keheningan, hal ini menunjukkan bahwa kelompok yang belum mengadopsi media baru masih memiliki pengaruh dan berperan dalam komunikasi persuasif.

Teori spiral keheningan juga mengakui bahwa preferensi dan kebiasaan individu dapat mempengaruhi pilihan media yang mereka gunakan dalam komunikasi persuasif. Suryo menunjukkan preferensinya terhadap pendekatan konvensional karena ia lebih memilih pertemuan langsung dan interaksi personal dengan pemilih potensial. Pendekatan ini memungkinkannya untuk membangun hubungan yang lebih dekat dan memperoleh wawasan langsung tentang kebutuhan dan keinginan pemilih. Dalam hal ini, preferensi personal Suryo memainkan peran penting dalam strategi komunikasinya.

Dalam penelitian ini, perbedaan antara penggunaan media konvensional oleh Suryo

dan penggunaan media baru oleh Andi mengindikasikan adanya variasi dalam pola komunikasi politik. Teori spiral keheningan memberikan kerangka pemahaman yang berguna untuk melihat pergeseran dalam penggunaan media komunikasi dan adopsi teknologi dalam konteks politik.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan, maka kesimpulan penelitian ini adalah penggunaan media konvensional dan media baru yang digunakan para calon legislatif propinsi Jawa Tengah cukup membantu proses kampanye dan penyebaran informasi dalam rangka mengenalkan diri dan mepersuasi masyarakat. Bentuk pengenalan diri dan promosi yang dilakukan oleh para calon legislatif propinsi Jawa Tengah. Para Calon Legislatif cenderung mengadopsi media konvensional dan media baru agar tidak terisolasi atau tidak kehilangan suara mereka melalui pendekatan konvensional. Perbedaan yang ada di antara calon legislatif dalam mempersuasi masyarakat mencerminkan adanya variasi dalam penggunaan media komunikasi dan adopsi teknologi dalam komunikasi politik

Media konvensional dan media baru cukup memberikan dampak pada pengenalan calon legislatif di propinsi Jawa Tengah dengan ditandai para calon legislatif dalam mengenalkan dirinya kepada masyarakat menggunakan pendekatan personal, media poster, youtube, face book dan tik tok. Yang artinya bahwa komunikasi persuasif melalui media konvensional dan media baru mampu dan sangat membantu dalam menginformasikan profil, identitas para calon legislatif propinsi Jawa Tengah.

Preferensi terhadap pendekatan konvensional lebih memilih pertemuan langsung dan interaksi personal dengan pemilih potensial. Pendekatan ini memungkinkannya untuk membangun hubungan yang lebih dekat dan memperoleh wawasan langsung tentang kebutuhan dan keinginan pemilih. Dalam hal ini, memainkan peran penting dalam strategi komunikasinya.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus Yulistiyono, (2021). *Etika Komunikasi dalam Media Sosial*. Cirebon: Penerbit Insania
- Junaidi Adi, (2023) gaya komunikasi politik karya sobahi atas kemenangan pemilihan bupati Majalengka periode 2018-2023
- Kustiawan, W Hafiz, A.Q., Rasyidin, K., Amelia, P., & Ketaren, S. J. (2022). Propaganda dalam komunikasi politik Melalui Media Sosial. *JIKEM: Jurnal Ilmu Komputer Ekonomi dan Manajemen*, 2(1), 1754-1761

Mc. Luhan, Marshal (1969) *Understanding media* : the exfortions of an,new york
: the urit pers

Mc. Quail (2011) *komunikasi masa* ,Jakarta :salemba

Rahmat (2010) *Praktis membangun website gratis*, Jakarta : PT Alex Media

Rice ronah E. (1984) *the new media communications user and teknologi*, California sage
publications

Sosiawan, E. A. (2015, July). Cyber Campaign: Iklan Politik Media On Line Vs Media
Konsvensional (Refleksi Pemilu Legislatif 2009).*In Seminar Nasional Informatika
(SEMNASIF)* (Vol.1, No.6)

Sugiyono, (2012). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung : ALFABETA

Suzity, M (2021) Propaganda Politik di Media Sosial twitter, skripsi, Fisip UIN Raden patah
Palembang.

