

Ruang Edukasi Politik Masyarakat: Wawasan dari Capres-Cawapres dalam Program Kampanye Pemilihan Presiden 2024

Bayujati Prakoso¹, Rachela Belinda Fatharani², Fajar Kurnia Illahi³,
Rif'atul Himmah⁴, Era Realita⁵

Alumni Magister Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas Diponegoro

bayujatiprakoso@alumni.undip.ac.id

Abstract

Social media has become one of the primary media for political campaign activities, especially in the 2024 presidential election. This research tries to analyze how audience see the election dynamics and campaign programs of the candidates. Qualitative approach by utilizing Netlytic and ATLAS.ti version 9 was used to analyze the comments on YouTube. Researchers collecting some of comments from dialogue-based campaigns content on both platforms. The result shows that the audience respond positively to this kind of campaign content. Some of the keywords that appeared in the comments are leadership, intelligent, inspirational, public, education, etc. So, it can be said that audience positive response is a sign of success from the dialogue-based campaign that expected to make the public understand the programs of the candidates, as well as delivering the aspirations and problems they faced. On the other hand, in terms of the quantity of audience comments, 'Desak Anies' as a campaign activity/program is in the highest order, namely 29,902 comments, then in second place, 'Tabrak, Prof!' as many as 713 comments, then, in third place 'Slepet Imin' reached 416 comments, and finally 'Rembuk Ganjar' reached 68 comments. Apart from campaign programs, audience is free to comment on their sosial media about dynamics of the presidential election during the campaign period.

Keywords: Audience Comments, Campaign Program, 2024 Presidential Election, Indonesia.

Abstrak

Media sosial menjadi salah satu media primer dalam kegiatan kampanye politik, khususnya pada pemilihan presiden dan wakil presiden 2024. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis komentar audiens mengenai dinamika dan program kampanye para calon presiden dan wakil presiden. Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan memanfaatkan Netlytic dan ATLAS.ti versi 9 untuk menganalisis komentar audiens di media sosial YouTube. Sebelum menganalisis komentar, peneliti mengumpulkan komentar audiens dari berbagai konten kampanye berbasis dialog yang dilakukan oleh calon presiden dan wakil presiden pada kedua platform tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa audiens memberikan respons yang positif terhadap konten kampanye berbasis dialog. Beberapa kata kunci yang muncul dalam komentar audiens antara lain kepemimpinan, cerdas, inspiratif, rakyat, edukasi, dan sebagainya. Berdasarkan hal tersebut, dapat diketahui bahwa respons positif merupakan salah satu tanda berhasilnya kampanye berbasis dialog yang dianggap mampu membuat masyarakat mengerti program kampanye dari calon presiden dan wakil presiden, serta menyampaikan aspirasi dan masalah yang dihadapi oleh masyarakat. Dilain sisi, dari segi kuantitas komentar audiens, 'Desak Anies' sebagai aktivitas/program kampanye berada di urutan tertinggi yakni 29.902 komentar, kemudian urutan kedua, 'Tabrak, Prof!' sebanyak 713 komentar, lalu, di urutan ketiga 'Slepet Imin' mencapai 416 komentar, dan terakhir 'Rembuk Ganjar' mencapai 68 komentar. Selain

program kampanye, melalui media sosial masyarakat juga bebas untuk berkomentar mengenai dinamika pemilihan presiden selama masa kampanye.

Kata kunci : *Komentar Audiens, Program Kampanye, Pemilihan Presiden 2024, Indonesia.*

A. Pendahuluan

Pemilihan Presiden (Pilpres) 2024 merupakan agenda politik nasional. Komisi Pemilihan Umum Republik Indonesia (KPU) mengumumkan tiga pasangan calon (atau disingkat paslon) dalam Pilpres mendatang, yaitu Anies Rasyid Baswedan dan A Muhamin Iskandar (pasangan calon nomor urut 01), kemudian Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming Raka (pasangan calon nomor urut 02), serta Ganjar Pranowo dan Mahfud MD (paslon nomor urut 03). Pemilu akan digelar pada 14 Februari 2024. Pada Pemilu 14 Februari 2024 mendatang akan diselenggarakan Pemilihan Umum serentak yakni Pemilihan Presiden dan Wakil Presiden, DPR, DPD, DPRD Provinsi, dan DPRD Kota dan Kabupaten Republik Indonesia. Sebagai negara demokrasi, Pemilu selayaknya berjalan langsung, umum, bebas, rahasia, jujur dan adil.

Dalam proses Pemilu 2024 mendatang, terdapat sejumlah dinamika, termasuk adanya dinamika dalam Pilpres 2024 yang muncul di Indonesia, diantaranya polemik keberadaan putusan MK mengenai batas usia cawapres sampai pada lolosnya Gibran menjadi Calon Wakil Presiden yang menuai protes netizen di Indonesia, yakni pelanggaran etik yang dinilai menjadi masalah dalam etika bernegara dan berdemokrasi, kemudian, problematika presiden yang menyatakan boleh kampanye dan berpihak pada konteks pemilihan presiden, dan sejumlah masalah lainnya.

Dalam studi terdahulu menunjukkan keragaman dinamika jelang Pilpres 2024, terdapat dinamika Pilpres 2024 pada para tokoh calon presiden yakni Anies Baswedan dan Ganjar Pranowo, sementara ada tokoh lainnya yang digadang akan mencalonkan diri sebagai Presiden dan dicitrakan oleh audiens di X yaitu dengan narasi mengajak audiens dengan kecenderungan adanya upaya mendukung Partai Kebangkitan Bangsa dan warga NU untuk menjadikan menang (menang dalam pilpres 2024) Muhaimin Iskandar, kemudian narasi audiens X bahwa Anies dipandang sebagai orang yang memiliki keikhlasan dan pembawa perubahan, Puan Maharani yang dicitrakan sebagai perempuan yang merakyat, sementara Ganjar Pranowo tak tampil narasi yang berasal dari tweet X dari pencarian Netlytic (Prakoso et al., 2023).

Putusan MK Pasal 169 huruf q UU No. 7 Tahun 2017 tentang Pemilu diajukan oleh Almas Tsaqibbirru sebagai mahasiswa Universitas Surakarta mengenai batas usia capres dan juga cawapres yang diperbolehkan dibawah umur 40 tahun dengan syarat sudah pernah menjabat atau sedang menjabat/menduduki jabatan negara melalui proses Pemilihan Umum dapat maju mengikuti Pemilu 2024 (Rizki, 2023). Putusan MK pada perkara nomor 90/PUU-XXI/2023 tentang batas usia capres dan cawapres

ini membolehkan dibawah 40 tahun asal pernah/sudah terpilih dari proses Pemilu, baik DPR atau DPD, Gubernur/Wali Kota dinilai kontroversi (ugm.ac.id, 2023) dan bernuansa kepentingan politis karena ada momentum Pilpres 2024 (umy.ac.id, 2023). Dengan adanya pencalonan Gibran Rakabuming Raka dinilai melanggar nilai etik hingga berujung pada pencopotan Ketua MK Anwar Usman (Farisa, 2023).

Media luar negeri asal Jerman, Handelsblatt menyebut bahwa proses pencalonan Gibran yang dari hasil keputusan MK yang kontroversial yang pada hal ini juga adanya ikut andil Presiden Joko Widodo yang dinilai terlibat dalam urusan politik – Presiden Jokowi dianggap membangun dinasti politik (Putri, 2023). Selain itu, perihal bantuan langsung tunai (BLT) yang dibagikan pada Februari 2024 ini dinilai menuai problematis sebab tak ada nomenklatur di UU APBN 2024 (Theodora et al., 2024). Ekonom Universitas Indonesia, Fithra Faisal (dalam Theodora et al., 2024) berpandangan bahwa konteks bansos yang dibagikan mendesak ini di tengah situasi yang tidak genting, berbeda seperti tahun sebelumnya bansos dibagikan di kala pandemi Covid-19 sebab ada situasi ketidakpastian di dunia. Rissalwan Haby Lubis, Pakar Kesejahteraan Sosial dari UI menyebut penyaluran bansos ini dari pemerintah bernuansa politis (politisasi bansos) (Republika.co.id, 2024). Terbaru, Hasyim Asy'ari yang notabene sebagai Ketua KPU dan jajaran anggota KPU lainnya diberikan sanksi berat dari Dewan Kehormatan Penyelenggara Pemilu karena telah melanggar kode etik menyangkut proses pendaftaran sebagai calon wakil presiden, yakni Gibran Rakabuming Raka dalam Pilpres 2024 (Arifuddin, 2024). Masalah etik dan sarat akan konflik kepentingan politik mewarnai dinamika dalam pemilu 2024.

Pada debat capres dan cawapres juga viral di jagat maya mengenai survei elektoral dan survei analisis sentimen capres dan cawapres dengan hasil yang beragam, diantaranya terdapat hasil survei dari Drone Emprit sebagaimana dikutip oleh Antara News (dalam antaranews.com, 2024) bahwa dalam sentimen publik di X pada debat ke-1 capres menghasilkan positif tertinggi dengan presentase positif 64 % yaitu kepada Anies Baswedan, dan sentimen negatif tertinggi (52 %) tertuju pada Prabowo Subianto. Kemudian, debat ke-2 cawapres menghasilkan sentimen positif tertinggi (70 %) kepada Gibran Rakabuming Raka, dan sentimen negatif tertinggi (41 %) yaitu Muhaimin Iskandar; kemudian, debat ke-3 capres menghasilkan sentimen positif tertinggi (76 %) yaitu Anies Baswedan, sementara sentimen negatif tertinggi (54 %) yaitu Prabowo Subianto, lalu pada debat ke-4 cawapres menunjukkan sentimen positif tertinggi (80 %) adalah Muhaimin Iskandar, dan sentimen negatif tertinggi (60 %) yaitu Gibran Rakabuming Raka, terakhir pada debat ke-5 capres sebagai debat pamungkas menunjukkan hasil sentimen positif tertinggi (86 %) tertuju kepada Anies Baswedan, sementara sentimen negatif tertinggi (48 %) tertuju kepada Prabowo Subianto.

Dari analisis sentimen oleh Drone Emprit (dalam antaranews.com, 2024) yang dipaparkan sebelumnya dan berbagai dinamika realitas politik menyangkut pilpres 2024 memberikan makna pada; adanya reaksi audiens diberbagai media sosial, putusan MK Pasal 169 huruf q Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 yang memberikan tendensi konflik kepentingan politik, pelanggaran etik yang dijatuhkan kepada Anwar Usman dan pelanggaran etik Ketua KPU yang notabene penyelenggara pemilu di Indonesia.

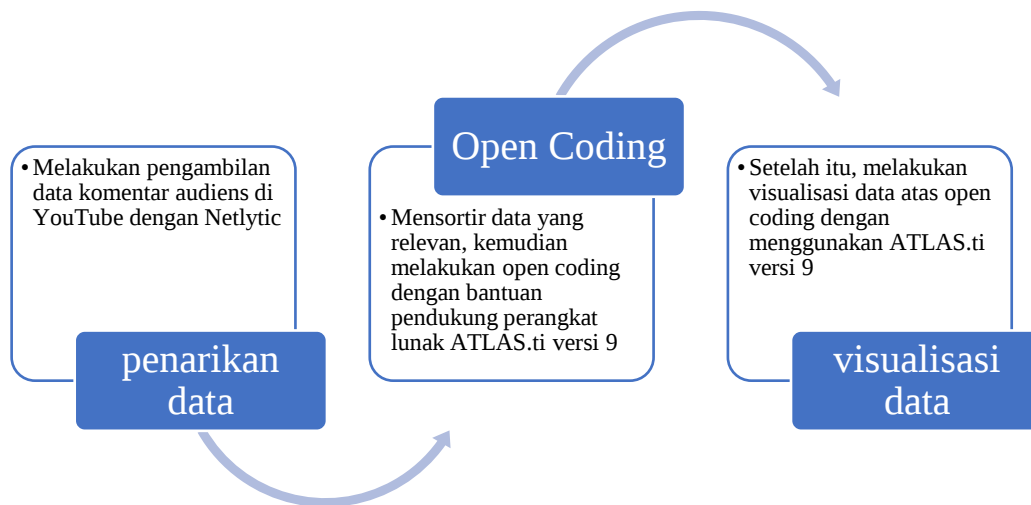
Dari ragamnya dinamika pemilihan presiden 2024, studi ini bertitik tolak mengidentifikasi dinamika wacana dan narasi yang muncul melalui komentar audiens atas program kampanye capres dan cawapres 2024. Maka, studi ini bertujuan untuk mengidentifikasi dinamika komentar audiens atas tontonan program kampanye Capres dan Cawapres dalam Pilpres 2024 di Indonesia. Untuk mendapatkan dinamika komentar audiens, dibutuhkan analisis ini dengan mengidentifikasi dinamika komentar audiens di media sosial YouTube perihal program kampanye capres dan cawapres dalam Pemilihan Presiden 2024 di Indonesia. Studi ini berpijak pada analisis isi komentar audiens yang berguna untuk mendapatkan gambaran pemetaan audiens dalam dinamika pilpres 2024. Pada konteks ini, diharapkan mendapatkan wacana, narasi yang muncul dalam percakapan audiens atas program-program kampanye Capres dan Cawapres Pilpres 2024 di Indonesia.

Rasionalisasi analisis komentar adalah pertama, keberadaan komentar merupakan bentuk praktik berdemokrasi yang nyata yang telah diatur oleh UUD 1945 pada Pasal 28E ayat 3 bahwa masyarakat bebas berpendapat di muka umum, kedua, respons audiens merupakan timbal balik dan penilaian atas program kampanye, ketiga, meski komentar audiens yang merepresentasikan keseluruhan komentar masyarakat Indonesia, namun komentar audiens menjadi poin positif untuk meninjau autokritik, masukan, saran, juga pandangan dan implikasi atas kondisi sosial-ekonomi, dan realitas kehidupan bernegara.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan studi kepustakaan, yakni mengidentifikasi komentar audiens dalam program kampanye Capres dan Cawapres dalam Pemilihan Presiden 2024 di Indonesia di YouTube. Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dengan metode analisis isi. Pada studi ini berupaya untuk melihat pemetaan jaringan percakapan yang menggambarkan dinamika komentar audiens atas program kampanye Capres dan Cawapres dalam Pilpres 2024. Untuk meraih data, dilakukan analisis komentar dengan menggunakan Netlytic atas konten program kampanye Capres dan Cawapres dalam Pilpres 2024 untuk mendapat data

akumulasi total komentar audiens, lalu disortir data yang dibutuhkan sesuai topik dan masalah penelitian, kemudian dianalisis secara kualitatif. Sumber data yang digunakan dalam studi ini yaitu dari YouTube: konten dalam akun resmi YouTube “Ubah Bareng”, “Anies Baswedan”, “Total Politik”, “Muhaimin Iskandar”, “METRO TV”, “MerdekaDotCom”, “Official iNews” yang membahas mengenai konten lengkap program kampanye “Desak Anies”, “Slepet Imin”, “Rembuk Ganjar”, dan “Tabrak, Prof!”. Secara visual, berikut digambarkan proses peta konsep studi ini:



Gambar 1. Peta Jalan Penelitian Analisis Komentar Audiens atas Program Kampanye Capres-Cawapres dalam Pilpres 2024 (diolah oleh peneliti)

C. Hasil dan Pembahasan

Dalam mengidentifikasi dan menganalisis dinamika komentar audiens atas program kampanye capres dan cawapres dalam pilpres 2024, kami menganalisis dengan fokus pada komentar audiensnya, kemudian, melihat visualisasi dinamika komentar audiens yang pada titik tertentu berimplikasi pada wacana yang tampil di media. Maka, aspek kajiannya terletak pada studi ini ingin menunjukkan analisis jaringan sosial pada isu pilpres 2024 dengan fokus pada; a) analisis komentar audiens pada atas program kampanye capres dan cawapres dalam pilpres 2024; b) analisis dinamika perkembangan dalam konteks Pilpres 2024.

Analisis Komentar Audiens atas Program Capres-Cawapres

Identifikasi dan analisis komentar audiens (pengambilan data komentar audiens di YouTube atas Program unggulan paslon capres dan cawapres) hasilnya temuan perihal respons audiens atas program kampanye masing-masing. Analisis berdasarkan data yang dikumpulkan yaitu konten tayangan program kampanye

masing-masing paslon. Dalam program kampanye capres dan cawapres 2024, yaitu Anies Baswedan dengan program bernama 'Desak Anies', kemudian program dialog dari Muhaimin Iskandar bernama 'Slepet Imin'. Lalu, di paslon 02, peneliti tidak menemukan konten program kampanye khusus. Kemudian, pada paslon 03, peneliti menemukan program kampanye konten Ganjar Gerak Cepat, menginap di desa dan Rembuganjar dari Ganjar Pranowo dan program kampanye bernama 'Tabrak Prof' dari Prof Mahfud MD.

Desak Anies merupakan salah satu program kampanye oleh Anies Baswedan-Muhaimin Iskandar. Menurut pernyataan dari Dewan Pakar Tim Nasional Pemenangan paslon 01, program ini memiliki tujuan utama untuk mencerdaskan generasi muda (Prasetyo, 2024). Kegiatan bertemu langsung dengan warga khususnya generasi milineal dan Z, dianggap mampu menjadi wadah yang menampung aspirasi, pertanyaan-pertanyaan, maupun keluhan kesah warga. Program ini juga bisa sekaligus menjadi ajang untuk memberikan edukasi kepada warga terkait pemilu, politik, dan berbagai fenomena yang sedang panas di Indonesia. Di sini, warga dapat mengajukan pertanyaan – pertanyaan dan dijawab langsung oleh Anies Baswedan.

Gaya kampanye Desak Anies ini bisa dibilang mencoba untuk mengadopsi gaya kampanye *blusukan* milik Jokowi pada pilpres 2012 silam, yaitu dengan langsung turun ke bawah untuk bertemu dengan warga. Hal ini merupakan upaya untuk menumbuhkan kepercayaan warga, karena mereka merasa didengarkan dan menjadi lebih dekat. Selain itu, dengan duduk bersama dan melakukan obrolan yang sifatnya santai juga dapat untuk menumbuhkan *image* calon pemimpin yang ramah dan rendah hati kepada warganya.

Setiap pasangan calon capres dan cawapres memiliki cara berbeda dalam menarik perhatian warga, begitu pula yang dilakukan oleh Ganjar Pranowo-Mahfud MD. Setiap paslon capres dan cawapres perlu memahami kebutuhan masyarakat saat ini sehingga dapat menarik suara saat pemilu. Penyesuaian yang dilakukan tersebut diprogramkan pada 'Tabrak Prof', dimana kampanye itu mendengarkan keluhan – kesah masyarakat secara langsung. . Kampanye yang dilakukan Mahfud ini salah satunya dilakukan untuk menjaga ideologi partai yang mengusungnya. Metode yang dilakukan oleh Mahfud tidak hanya bertemu tatap muka, akan tetapi juga memanfaatkan seluruh platform media online, terutama Instagram dan tiktok. Kampanye tidak bisa dilakukan secara kaku, akan tetapi harus mampu menyesuaikan diri dengan pada kondisi kritis seperti saat ini (Purnamasari, 2024).

Pada kampanye yang dilakukan oleh Mahfud MD, isu yang diusung mengenai hukum, politik, juga kemanusiaan. Hukum menjadi isu yang menarik saat ini, masyarakat menganggap hukum yang diterapkan pada setiap masyarakat memiliki perbedaan. Hukum Indonesia dianggap kurang adil untuk memberikan sanksi

terutama yang berkaitan dengan kaum elit. Mahfud menggaris bawahi mengenai penegakan hukum yang masih tumpul ke atas, tetapi tajam ke bawah. Penegakan hukum terhadap orang-orang penting memiliki uang sering kali tidak berjalan, sementara itu masyarakat kaum bawah kerap mendapat perlakuan hukum yang tidak sesuai.

Analisis pada artikel ini berupaya mengidentifikasi dinamika komentar audiens dalam konten video di media sosial YouTube terkait program kampanye capres-cawapres dalam Pilpres 2024. Pada konteks tertentu, analisis ini memungkinkan didalamnya berimplikasi pada sebaran narasi/wacana yang populer atas komentar audiens. Dalam rangka mengidentifikasi secara mendalam, peneliti memilah dan mengkategorisasi temuan dengan dua pertimbangan; a) jumlah terbanyak komentar audiens; b) jumlah kata/istilah/term terbanyak yang dibicarakan oleh audiens/term populer dalam perbincangan komentar audiens. Sebab, urgensi dinamika komentar audiens relevan dengan banyaknya komentar dan term yang digunakan dalam percakapan audiens di media sosial. Hal ini akan berimplikasi pada; aspek narasi yang tampil dengan bernada positif, atau negatif, atau netral. Dilain sisi, dalam analisis ini dapat memunculkan dominasi term dalam dinamika percakapan audiens. Dominasi term atau term yang populer sering digunakan oleh audiens memungkinkan mencerminkan realitas sosial. Pada konteks tersebut, percakapan yang bermuatan narasi/wacana tertentu merupakan memungkinkan berpotensi menggambarkan kondisi sosial di masyarakat. Dalam rangka mengidentifikasi komentar audiens dalam program kampanye capres dan cawapres dalam Pilpres 2024 di Indonesia, peneliti menunjukkan; 1) jumlah total program kampanye; 2) term-term/istilah-istilah populer; dan 3) identifikasi analisis pada program kampanye Desak Anies, Slepét Imin, Rembuk Ganjar, dan Tabrak, Prof!.

Tabel 1. Analisis term populer dan terseleksi komentar audiens dalam program kampanye Pilpres 2024 melalui Netlytic dan ATLAS.ti versi 9

No.	Nama program kampanye	Jumlah komentar audiens	Term istilah yang kerap muncul (term populer) dan terseleksi
1.	Desak Anies	29.902 komentar	anies, baik, cerdas, indonesia, jakarta, pemimpin, perubahan, presiden
2.	Tabrak, Prof!	713 komentar	ganjar, indonesia, hukum, mahfud,

			negara, rakyat, tabrak	pemimpin,
3.	Slepet Imin	416 komentar	amin, anies, debat, imin, Indonesia, perubahan, rakyat, slepet	
4.	Rembuk Ganjar	68 komentar	ganjar, keamanan, mahfud, nelayan, petani, presiden, rakyat	indonesia,

Dalam tabel 1 menunjukkan jumlah total komentar audiens di setiap kontennya yang didapat di kanal resmi YouTube Anies Baswedan dan Cak Imin. Secara kuantitatif, jumlah total komentar terbilang naik dan turun (fluktuatif). Namun, letak perbedaan dari segi jumlah komentar berada di program Desak Anies dengan jumlah total komentar terbanyak dibandingkan jumlah total komentar program Slepet Imin, Rembuk Ganjar, dan Tabrak, Prof!. Komentar audiens lebih banyak pada program Desak Anies yakni 29.902 komentar, kemudian di urutan kedua, program Tabrak, Prof! mencapai total 713 komentar, lalu di urutan ketiga, program Slepet Imin mencapai 416 komentar, dan di urutan keempat, program kampanye Rembuk Ganjar mencapai 68 komentar. Selanjutnya, untuk melihat wacana yang dipercekapkan oleh audiens, indikator untuk melihatnya melalui analisis term/istilah populer. Pada uraian identifikasi pada tabel 1 menampilkan term; ‘anies’, ‘baik’, ‘cerdas’, ‘indonesia’, ‘jakarta’, ‘pemimpin’, ‘perubahan’, ‘presiden’, sementara, pada program Slepet Imin muncul term ‘amin’, ‘anies’, ‘debat’, ‘imin’, ‘indonesia’, ‘perubahan’, ‘rakyat’, ‘slepet’. Lalu, pada program Tabrak, Prof! muncul term ‘ganjar’, ‘hukum’, ‘indonesia’, ‘mahfud’, ‘negara’, ‘pemimpin’, ‘rakyat’, ‘tabrak’, kemudian pada program Rembuk Ganjar memunculkan term ‘ganjar’, ‘indonesia’, ‘keamanan’, ‘mahfud’, ‘nelayan’, ‘petani’, ‘presiden’, ‘rakyat’.

Dari term-term populer tersebut memberikan makna pada bahwa; pertama, program kampanye ini menjadikan tempat dialog calon pemimpin dan masyarakat, kedua, keberadaan term ini membawa pada respons audiens yang beragam atas sosok kepemimpinan, sikap, yang kemudian dari situ dapat menjadi pertimbangan dan atau menguatkan pilihan audiens (preferensi audiens atas calon presiden) pada capres yang diharapkan untuk memimpin Indonesia di masa mendatang. Maka, untuk menunjukkan keberadaan term populer, peneliti mengungkapkannya pada bentuk dua hal; komentar asli audiens atas program kampanye, kemudian hasil analisis

berupa interpretasi term (hal ini terlihat pada tabel 2). Interpretasi term ini memungkinkan memunculkan narasi tertentu.

Tabel 2. Analisis Komentar Audiens atas Program Kampanye Pilpres 2024

Nama Program		Nama program kampanye
Komentar Anies	Desak	<i>"Keknya yg bilang Pak Anies bertele² itu yg tertutup hatinya, sy ga ngerasa Pak Anies bertele² justru sy mendapati pemaparan yg runut dan mencerahkan diujungnya." (term; anies)</i>
		<i>"Anak muda indonesia sekarang lebih pilih pemimpin yg cerdas dan kompeten seperti pak anies baswedan." (term; anies)</i>
		<i>"Anies Baswedan telah mengambil langkah-langkah inovatif dalam pengembangan infrastruktur dan peningkatan kualitas pendidikan di Jakarta. Upayanya untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat juga patut diapresiasi." (term; jakarta)</i>
Komentar Imin	Slepet	<i>Desak anies : serius dan edukatif  Slepet imin : menyala dan happy     (term; imin)</i>
		<i>masukkan buat cak imin supaya bisa menguasai tema debat lebih dalam 1. prinsip visi misi 2. contoh konkret (term; imin, debat)</i>
		<i>kelebihan cak imin emang humor tapi kadang banyak kata2 gak perlu sehingga waktu habis saat debat kpu (term; imin, debat)</i>
		<i>masukkan buat gus imin lebih efesien klo berbicara... di slepet imin ...waktunya over terus... dan di debat resmi kpu pengaruh... (term; debat)</i>
Komentar Ganjar	Rembuk	<i>Mantap pak ganjar peduli sama rakyat kecil      (term; rakyat)</i>

positif untuk memberikan edukasi politik kepada masyarakat. Sementara program Cak Imin dengan program kampanye ‘Slepet Imin’ sebagaimana Desak Anies, dipandang program yang edukatif untuk masyarakat. Audiens merasa senang atas keberadaan program Slepet Imin. Dilain sisi, selain membuat rasa senang dan memberikan edukasi untuk masyarakat, audiens mengutarakan komentar kritiknya kepada Cak Imin bahwa seringnya Cak Imin berbicara melewati batas waktu yang telah ditentukan, kurang menguasai topik/tema debat seperti prinsip visi dan misi serta studi kasus/contoh riil yang ada di masyarakat, kemudian disarankan untuk berbicara yang efisien. Dalam sisi kepribadian, audiens memandang Cak Imin kental dengan kepribadian yang humoris.

Lalu, pada pemaknaan atas Audiens dalam ‘Rembuk Ganjar’ bahwa Ganjar dipandang secara personal sebagai orang yang peduli dengan rakyat kecil (merakyat). Kepribadian yang rakyat ini menggambarkan seorang pemimpin yang dapat mengentaskan berbagai persoalan yang ada di masyarakat. Dalam konteks ini, seperti pandangan audiens atas rencana Ganjar jika terpilih menjadi presiden yang mewacanakan untuk menghapus hutang nelayan, namun disatu sisi ada yang mengkritik Ganjar bahwa semasa kepemimpinan Ganjar menjadi Gubernur di Jateng tak melakukan hal tersebut (menghapus hutang nelayan). Kemudian, pasangan cawapres dari Ganjar, yakni Mahfud MD, pemaknaan atas komentar audiens dalam ‘Tabrak, Prof!’ yakni Mahfud MD dipandangan oleh audiens sebagai orang yang memiliki kepribadian kepemimpinan yang peduli akan hukum di Indonesia, ia digambarkan sebagai sosok penegak hukum di Indonesia. Sifat yang bertanggung jawab, cerdas, jujur, dan berani melawan ketika ada permasalahan hukum ialah digambarkan oleh audiens. Hal ini memicu kebanggaan audiens akan Mahfud MD sebagai pribadi yang positif; sebagai pribadi yang mumpuni menjaga demokrasi melalui menegakkan hukum di Indonesia.

Tabel 3 Identifikasi Komentar Program Kampanye Capres-Cawapres dalam Pilpres 2024

Komentar Program Kampanye	
Desak Anies	<i>Luar biasa pak Anies Baswedan ❤️ semoga kedepannya bakal ada acara seperti ini lagi tidak hanya di Jakarta tetapi juga dikota kota lain 🙌🙌🙌 (term; anies, jakarta)</i> <i>Terima kasih pak Anies telah membuat acara yang mengedukasi masyarakat. Terutama masyarakat yang belum menentukan pilihan. Semoga bapak terpilih menjadi Presiden RI ke 8 amin. (term; anies)</i>

Komentar Slepet Imin	<i>Mantap semoga Slepet cak Imin bisa di kota Banyumas atau Cilacap. (term; imin)</i> <i>Kocak emang cak imin.. acara gini bikin Gen Z jd makin paham tentang politik dan masalah indonesia (term; imin)</i> <i>Cak Imin mantap slepetannya ♥ (term; imin)</i> <i>masukkan buat gus imin lebih efesien klo berbicara... di slepet imin ...waktunya over terus... dan di debat resmi kpu pengaruh... (term; debat)</i>
Komentar Rembuk Ganjar	<i>Sat,set memang oke dn tas tes pun stu paket pasti3jar mahfud ♥♥♥ (komentar umum)</i> <i>Sungguh masuk akal apa yg dikata pak ganjar gk janji-janji manis (komentar umum)</i> <i>SY LANSIA. USUL DIADAKAN ACARA SOSIALISASI PROGRAM UTK LANSIA. (komentar umum)</i>
Komentar Tabrak, Prof!	<i>Keren sih acara ginian, saya pndukung 01, v saya juga ngikutin acra kya gni (term; hukum)</i> <i>Kampanye model gini udah Next Level sih, berani langsung ketemu rakyat. (term; hukum)</i>

Ditengah keberagaman respons dari audiens, keempat program ini (sebagaimana tabel 3) menunjukkan respons positif dari publik bahwa kegiatan kampanye dengan berdialog langsung pada masyarakat bermuatan edukatif. Respons positif atas program kampanye dengan pendekatan dialog interaktif secara langsung memberikan informasi yang edukatif bagi masyarakat, khususnya memberikan edukasi tentang perpolitikan dan demokrasi di Indonesia. Selain itu, keberadaan program kampanye tersebut membawa pada tujuan demokrasi bahwa masyarakat juga berhak terlibat memberikan aspirasi, memberikan pandangan, dan kritik buat negara melalui pasangan calon masing-masing jika kedepan terpilih dalam pemilu 2024.

Keberadaan dialog publik program kampanye Desak Anies, Slepet Imin, Rembuk Ganjar, dan Tabrak, Prof! yang memberi edukasi politik di dalam Pemilu 2024 ini memberi gerakan baru yang produktif-konstruktif. Studi Moon & Yang (2021) yang

bertujuan untuk mengetahui efektivitas kampanye politik berbasis dialog pada pemilihan presiden di Korea Selatan menunjukkan dengan berdasarkan hasil survei terhadap 1.195 responden bahwa aktivitas menyuarakan dan mendengarkan antara kandidat dan masyarakat secara signifikan meningkatkan minat masyarakat untuk memilih. Dengan kata lain, perilaku komunikasi dari kandidat calon presiden berpengaruh pada sikap masyarakat untuk mendukung atau kritis terhadap seorang kandidat. Disisi lain, melalui aktivitas tersebut, kandidat politik dapat menyampaikan rancangan program yang akan dijalankan ketika terpilih nanti, dan memberi kesempatan kepada masyarakat, khususnya pendukung maupun simpatisan dari kandidat politik tersebut untuk ikut dalam menyampaikan pendapat (Moon & Yang, 2021). Melalui kegiatan ini pula, hasil dialog dapat diberitakan melalui berbagai media agar kebijakan dari seorang kandidat politik dapat tersebar lebih luas (Moon & Yang, 2021).

Keberadaan interaksi (dialog) menjadi temuan menarik dalam penelitian ini. Studi Jain et al. (2018) menjelaskan dengan adanya interaksi antara tokoh politik dengan masyarakat, hubungan antara keduanya yang sebelumnya terkesan kaku dan terdapat hierarki menjadi lebih dekat dan fleksibel. Pada studi Jain et al. (2018) dimensi personality branding antara lain ketulusan, keramahan, kompetensi, keterbukaan, dan kestabilan. Dimensi-dimensi tersebut dapat dilihat oleh masyarakat umum jika ada wadah atau kegiatan yang bisa memfasilitasi masyarakat untuk berinteraksi dengan tokoh politik, salah satunya adalah dialog terbuka (Jain et al., 2018).

Hal ini menggambarkan praktik kehidupan kebebasan bernegara dalam mengutarakan pendapat. Konteks tersebut menandai praktik kehidupan berdemokrasi. Kebebasan berpendapat merupakan hak dasar yang dimiliki setiap rakyat yang berada pada negara demokrasi, seperti kebebasan menyampaikan ide, gagasan, maupun kebebasan berekspresi (Febrianasari & Waluyo, 2022). Kebebasan berpendapat ini dijamin dalam konstitusi yakni tertuang pada pasal 28E ayat 3 UUD 1945 yang menjelaskan bahwa masyarakat atau warga Indonesia dapat berserikat, juga berkumpul dan mengungkapkan berbagai pikiran atau pandangannya (Apsari, 2021). Sehingga, ruang-ruang dialog interaktif yang dilakukan capres-cawapres pada Pemilu 2024 ini menjadi tempat candradimuka pendidikan politik bangsa.



Gambar 2. Visualisasi Program Kampanye Capres-Cawapres dalam Pemilu 2024 melalui ATLAS.ti versi 9

Pada aspek identifikasi sebagaimana visualisasi dalam gambar 2, dalam program Desak Anies, Anies membuat program kampanye yang berdialog langsung kepada masyarakat yang hadir dalam kegiatan tersebut. Anies dimaknai sebagai sosok pemimpin yang memiliki kepribadian kepemimpinan yang punya sikap cerdas, berintegritas, punya pengalaman menjadi Gubernur DKI Jakarta yang dipandang sukses dan berprestasi membangun DKI Jakarta. Hal ini ditunjukkan komentar audiens pada analisis ini berupa penyampaian rasa kagum atas pengalaman dan prestasi mengelola DKI Jakarta, dengan diantaranya komentar audiens pada sisi infrastruktur di DKI Jakarta, seperti adanya Jakarta International Stadium (JIS), Skybridge CSW, JPO, fly over Lenteng Agung, Tanjung Barat, lalu sisi transportasi dan tata ruang; transportasi terintegrasi JakLingko gratis, bus listrik, adanya jalur khusus bersepeda, naturalisasi di berbagai tempat seperti Ruang Limbah Sungai (atau disebut

dengan RLS) di Pondok Rangun, lalu, ada RLS Lebak Bulus, dan kemudian ada di RLS Brigif, puluhan Halte TransJakarta yang diperbaharui, serta kegiatan Formula-E. Anies membawa nuansa baru dalam Pemilu 2024 dengan membawa diskusi langsung pada masyarakat untuk mendengar aspirasi, kritik, masukan dari rakyat. Keberadaan pasar tradisional kini menjadi modern diantaranya adalah; di lokasi Pasar Cipinang Kebemben, Pasar Sawah Barat, Pasar Tebet Barat, Pasar Tanah Tinggi Poncol. Oleh sebab itu, audiens memandang Anies memberi edukasi politik untuk masyarakat melalui program Desak Anies dan dipandang memiliki rekam jejak dan prestasi atas pengalamannya saat diamanahkan sebagai Gubernur DKI Jakarta. Audiens juga memandang Anies sosok yang kompeten, orang yang cerdas, keren, bijaksana, dan mau merangkul masyarakatnya. Ia juga dipandang pembawa perubahan, dan punya gagasan untuk mengatasi berbagai problematika Indonesia. Dalam hal ini Anies menggunakan model Kepemimpin Suportif, sebagaimana dijelaskan Shobirin & Shiharis (dalam Ismawati et al., 2023) model kepemimpinan suportif adalah adanya hubungan antara pemimpin dan yang dipimpin, dalam hal ini rakyat dengan ditunjukkan pada sikap peka terhadap kebutuhan rakyat.

Kemudian, seperti pada gambar 2 diatas, Cak Imin dipandang orang yang punya kepribadian yang humoris, dan audiens merasa bahwa keberadaan Cak Imin ini membawa keseruan, membuat bergembira, dan lucu (gambar 3). Dilain sisi, audiens memaknai Cak Imin juga sosok yang lugas, luar biasa, dan inspiratif, serta santai dapat berdiskusi dengan masyarakat. Ia juga sosok edukatif terlihat dalam program kampanye yang serupa dengan calon presidennya yakni Anies Baswedan bernama 'Slepet Imin'. Slepet Imin menjadi ruang edukatif bagi masyarakat yang dilakukan oleh Cak Imin berdialog kepada masyarakat. Meski begitu, Cak Imin juga dikritik bahwa ia kurang mempersiapkan apa yang ingin diucapkan sehingga perkataannya terkadang cukup bombastis, berlebihan dan tidak realistis, juga dipandang oleh audiens perkataan Cak Imin pernah blunder yang Cka Imin mengkritik pemerintah beli kapal perang yang menurut audiens itu menjadi bumerang. Sebab, menurut audiens bahwa alat perang dibutuhkan untuk menjaga Indonesia meski tidak lagi berperang.

Selain itu, pada program Rembuk Ganjar, Ganjar dipandang (dalam gambar 2) sebagai sosok pemimpin yang merakyat. Ini dibuktikan ia hadir dan menanggapi keluhan kesah masyarakat nelayan yang memiliki masalah sosial, salah satunya ialah Ganjar ingin berupaya menghapus hutan dari nelayan. Profil Ganjar juga dipandang sebagai orang yang adil dan jujur. Kemudian, sosok Mahfud MD dimaknai oleh audiens sebagai orang yang cerdas sebab ia juga dilatarbelakangi seorang seorang cendekiawan, intelektual dari dosen di kampus. Ia serupa dengan Anies dan Cak Imin yakni sama-sama dipandang oleh audiens sebagai orang yang mengedukasi

masyarakat dengan memberi wawasan dan diskusi dengan masyarakat secara langsung. Program Tabrak, Prof yang dilakukan Mahfud MD membawa pendidikan dan memberikan edukasi akan literasi politik bagi audiens. Berlatabelakang ahli hukum, Mahfud MD juga dipandang audiens sebagai orang yang dapat menjaga integritas, etika, dan juga anti korupsi. Mahfud MD menunjukkan kepemimpinan etis sebab secara moral dianggap baik dan benar. Indikator kepemimpinan etis meliputi kejujuran, keadilan, integritas, alturisme, dan kepedulian terhadap nilai-nilai (Rakhma et al., 2022). Audiens menganggap nilai-nilai tersebut terdapat pada sikap Mahfud MD.

Mahfud MD dipandang orang yang peduli hukum, dan menjadi penegak konstitusi. Konteks ini tak terlepas dari kondisi kebangsaan dan demokrasi di Indonesia yang mengalami masalah etis atas penegakkan konsistusi, dan luruhnya nilai-nilai etik dan integritas penegak hukum sebab masalah pelanggaran etik yang kerap terjadi, seperti Ketua Hakim Mahkamah Konstitusi dijatuhkan sebagai pelanggar etik oleh Mahkamah Kehormatan Mahkamah Konstitusi (MKMK) atas kejadian diputuskannya perubahan atas UU mengenai batas usia capres-cawapres dalam Pemilu 2024, kemudian, diberikan sanksi pelanggaran keras terakhir kepada Hasyim Asyari yang merupakan Ketua KPU. Proses yang dipandang oleh audiens adalah proses yang melanggar hukum dan tak etis sehingga keberadaan Prof. Mahfud menjadi solusi atas pembela hukum, peduli hukum untuk bangsa kedepannya.

Berdasarkan temuan dan peta visualisasi pada gambar 2 menunjukkan bahwa para capres-cawapres dari paslon 01 dan 03 dapat dikatakan mereka melakukan sebuah metode dalam bentuk *campaigns* marketing politik seperti menyampaikan visi misi dan kampanye dengan format dialog terbuka di berbagai lokasi (Mubarrod & Syarwi, 2024). Capres dan cawapres paslon 01 dengan program kampanye Desak Anies dan Slepet Imin, kemudian Capres dan cawapres paslon 03 dengan program kampanye Rembuk Ganjar, dan Tabrak, Prof!.

tabel 1, 2 dan 3 diatas, menunjukkan sosok sikap dan tindakan yang mencerminkan konsepsi harapan ideal seorang pemimpin (presiden dan wakil presiden) untuk masa mendatang, dan masalah kehidupan yang disampaikan yang menjadi aspirasi, dan harapannya dapat terealisasi oleh sosok calon peremimpinan presiden-wakil presiden terpilih. Pada konteks ini, Anies Baswedan memiliki gaya kepemimpinan yang karismatik, bertujuan untuk menarik perhatian anggota dan warga untuk bekerja sama mendukung programnya. Gaya komunikasinya yang tenang dan mudah memungkinkan terciptanya kesamaan persepsi antara pemimpin dan bawahan dalam mencapai tujuan organisasi melalui kepercayaan, kebanggaan, komitmen, rasa hormat, serta loyalitas untuk meningkatkan kinerja (Srifridayanti & Samkamaria, 2023).

Dinamika Pilpres 2024: Luruhnya Nilai Etis dan Demokrasi?

Pemilihan umum selalu menjadi pemicu bagi perbincangan politik yang menarik perhatian. Saat ini, pembahasan mengenai Pemilu 2024 sedang ramai di berbagai lingkungan, baik yang formal dan informal, baik yang bersifat publik dan pribadi. Dialog politik ini meluas ke berbagai segmen masyarakat, mencakup para penyelenggara negara, elite politik, pelaku bisnis, kaum intelektual seta masyarakat umum (Ryan, 2023). Dalam studi terdahulu, para peneliti hendak mengidentifikasi aspek-aspek dan dinamika dalam pilpres 2024, diantaranya terkait dengan *presidential threshold* dan dampaknya kecenderungan minimnya realisasi keberagaman dalam sistem politik di Indonesia (Cahyono et al., 2023), dilain sisi terdapat analisis kandidat bakal calon presiden 2024 di Twitter (Akmal et al., 2022; Mahfud et al., 2024; Permana et al., 2023; Sya' bani et al., 2022), analisis sentimen kandidat capres dalam pilpres 2024 (Firdaus et al., 2023), analisis sentimen calon presiden Anies Baswedan, Prabowo Subianto, dan Ganjar Pranowo (Zain et al., 2023). Selain itu, studi eksplorasi pernyataan publik dengan analisis sentimen menyangkut pilpres 2024 (Ramadhan et al., 2022).

Selain itu, terdapat berbagai studi yang menunjukkan ada media sosial sebagai *branding* tokoh politik jelang pilpres 2024, seperti Puan yang di-*branding* melalui media sosial Instagram @Puanmaharani sebagai sosok tokoh yang peduli pada orang kecil (Ramadhan et al., 2022). Hal tersebut semakin memperjelas bahwa media sosial sebagai instrumen dalam membangun sebuah citra kandidat/calon dalam kampanye pilpres 2024 (Nisangi & Solihah, 2024). Masyarakat dapat berkomunikasi dengan para pemimpin politik dan pemerintah daerah melalui media sosial (Ly, 2023). Hasilnya sebagaimana penjelasan Ly (2023) hal ini memfasilitasi interaksi antara badan administratif dan individu, juga merevolusi cara masyarakat berkomunikasi melintasi hambatan sejarah, sosial, politik, dan geografis.

Selanjutnya, studi lain menunjukkan bahwa terdapat penggunaan media sosial untuk peningkatan citra dari partai politik jelang pilpres 2024 (Ramadhan et al., 2022). Dalam temuan Dharta (2024) menunjukkan keberadaan dukungan dari selebritas dalam meningkatkan popularitas dari calon kandidat dalam pilpres 2024. Pada konteks ini media sosial memiliki peran yang strategis. Penggunaan media sosial sebagai alat yang strategis menyosialisasikan informasi politik diharapkan dapat mendorong adanya peningkatan partisipasi politik masyarakat Indonesia (Nofiasari et al., 2023).

Pembahasan makin panas dimana publik dikejutkan oleh keputusan kontroversial Mahkamah Konstitusi (MK) dalam putusan nomor 90/PUU-XXI/2023, menjelang batas akhir pendaftaran Capres dan Cawapres. Hasil putusan tersebut menjelaskan kalau kepala daerah yang telah berusia dibawah 40 tahun dapat menjadi calon presiden dan calon wakil presiden, dengan syarat sedang atau pernah menjadi Kepala Daerah. Keputusan tersebut adalah hasil atas *judicial review* terhadap UU No.7 tahun 2017 tentang pemilihan umum yang diajukan oleh Almas Tasqibbirru, seorang mahasiswa Universitas Sebelas Maret (UNS) (umy.ac.id, 2023).

Polemik yang sedang menjadi sorotan menurut King Faisal Sulaiman, seorang ahli Hukum Tata Negara Universitas Muhammadiyah Yogyakarta bahwa dianggap memiliki nuansa politis yang sensitif karena terkait dengan sewaktu Pilpres 2024 serta mengandung konflik kepentingan yang kompleks (umy.ac.id, 2023). King Faisal Sulaiman menaruh curiga bahwa polemik ini kemungkinan besar terhubung erat dengan kepentingan Gibran, putra Presiden yang berupaya maju sebagai cawapres bersama Prabowo Subiyanto dalam Pilpres 2024, namun upaya tersebut terkendala oleh persyaratan konstitusional terkait usia (umy.ac.id, 2023). Ia menambahkan keputusan ini juga menimbulkan kontroversi karena dibuat dalam konteks dinamika Pilpres 2024, diduga terkait dengan kepentingan anak Presiden, dan bahkan melibatkan pamannya sendiri, yaitu Ketua MK, Anwar Usman (umy.ac.id, 2023).

Polemik semakin kompleks karena KPU merencanakan perubahan bentuk debat antara calon wakil presiden dan calon wakil presiden dalam pilpres 2024, terutama konteks debat antara cawapres. Menurut KPU, dalam debat Pilpres 2024, mereka berencana untuk menggelar lima tahap debat yang mengikutsertakan capres dan juga cawapres. Sebagai hasilnya, tidak ada debat khusus Cawapres seperti yang terjadi dalam Pilpres 2019 yang melibatkan dua sesi debat khusus Capres, satu sesi khusus cawapres, dan dua sesi debat yang melibatkan secara bersamaan. Namun, format debat antara capres dan cawapres yang telah ditetapkan dalam pasal 277 UU No 7 Tahun 2017 tentang Pemilu dan pasal 50 peraturan KPU No 15 Tahun 2023 menegaskan bahwa debat untuk calon presiden diselenggarakan tiga kali, kemudian

dua kali debat diselenggarakan untuk debat calon wakil presiden (Susilo & Saptowalyono, 2023).

Cawapres 02 Gibran Rakabuming Raka, mengalami sorotan atas perkataannya ketika mendatangi kawasan Bundaran HI, Thamrin, Jakarta pada Ahad 3 Desember 2023, bersama rombongannya termasuk dua artis kader PAN (Uya Kuya dan Sigit Purnomo Said), serta anggota TKN Prabowo-Gibran, Rahayu Saraswati, untuk berolahraga di *Car Free Day* seraya memberikan susu gratis ke warga saat itu, yang merupakan salah satu program unggulan dalam kampanyenya, meskipun kehadirannya tersebut memicu kontroversi karena dianggap melanggar aturan kampanye (Dwi, 2023). Gibran juga melakukan blunder saat mengadakan kampanye di Penjaringan, Jakarta Utara. Kala itu, Gibran meminta kepada anak-anak yang datang tersebut menaiki panggung dan mendapat buku, juga susu gratis. Aksi ini menciptakan kontroversi karena karena melanggar UU No 7 Tahun 2017 tentang Pemilu yang melarang anak-anak ikut dalam kampanye. UU tersebut mengatur bahwa dalam kegiatan kampanye pemilu, anak-anak tidak diperbolehkan ikut serta (Dwi, 2023). Kemudian, kesalahan dalam menyampaikan bahwa asam sulfat menjadi nutrisi yang penting bagi ibu hamil, yang kemudian mendapat kritik karena asam sulfat dianggap berbahaya bagi tubuh, terutama ibu hamil. Setelah pernyataan tersebut viral oleh warganet, Gibran mengoreksi meminta maaf atas pernyataan kelirunya menyebut asam folat menjadi asam sulfat (Hardiyanto & Sari, 2023).

Pasca debat pertama Capres dan Cawapres tahun 2024 menimbulkan kehebohan di dunia maya, masyarakat secara massif mengungkapkan pendapat mereka secara langsung selama sesi debat yang berlangsung sekitar 4 jam. Menurut laporan Drone Emprt, Anies Baswedan Capres 01 mendominasi pembicaraan di media sosial dengan mencapai 48.418 percakapan atau sekitar 44%. Prabowo Subianto, Capres 02 menyusul dengan 40.018 percakapan atau 36%, diikuti oleh Ganjar Pranowo Cawapres 03 sebanyak 21.775 percakapan atau 20% (CNBC Indonesia, 2023). Consumer News and Busniess Channel (CNBC) Indonesia melaporkan bahwa beberapa topik terkait debat yang juga menjadi ternd di media sosial yaitu 'Gemoy', 'Memalukan', 'JAKI', 'Oposisi', dan 'Ordal' (orang dalam) (CNBC Indonesia, 2023).

Debat perdana Cawapres di Jakarta Convention Center (JCC) memicu euforia Pemilu lima tahun sekali yang juga diramaikan di platform media sosial X, dengan sebanyak 44,5 ribu posts menggunakan #DebatCawapres membanjiri trending topik dan terus bertambah sepanjang waktu debat berlangsung. Selain itu trending topic lainnya: Cak imin, 400T, dan Pak Mahfud, dengan total lebih dari 40 ribu post (Wisnu, 2023).

Polemik menjelang Pemilihan Umum juga tidak berhenti sampai di situ, koran.tempo.co (2024) menyebutkan bahwa secara terang-terangan terjadi politisasi

Bantuan Sosial (Bansos). Sebagaimana dilansir dari koran.tempo.co (2024) menyebutkan pada 26 Desember 2023 bertempat di Kendal, Jawa Tengah, telah berlangsung acara kampanye Prabowo Subianto yang notabene sebagai calon presiden, dan juga Gibran Rakabuming Raka notabene sebagai calon wakil presiden, serta juga dihadiri oleh Zulkifli Hasan (Menteri Perdagangan RI dan juga Ketua Umum PAN) yang disebut memanfaatkan program bansos untuk kampanye politik.

Sebagaimana dilaporkan oleh bbc.com (2024) menyebutkan bahwa terjadi politisasi bansos yang kian massif menjelang Pemilu 2024. Pada tahun 2024, anggaran perlindungan sosial dialokasikan sebesar 496,8 triliun, apabila dibandingkan dengan anggaran bansos di 2023 jauh lebih kecil yaitu sebesar 433 triliun (bbc.com, 2024). Selain itu, pada pemberian Bansos, terdapat pernyataan kontroversial dari Menteri Perdagangan, Zulkifli Hasan (dalam bbc.com, 2024) yang menyebut bahwa pemberi bansos adalah Presiden Joko Widodo. Lebih lanjut lagi, Ketua Komisi Pemilihan Umum (KPU), Dewan Kehormatan Penyelenggara Pemilu (DKPP) menjatuhkan sanksi peringatan keras terakhir kepada Hasyim Asy'ari karena telah melanggar etik atas pencalonan Gibran Rakabuming Raka sebagai cawapres tanpa terlebih dahulu mengubah bagian syarat usia minimal untuk calon presiden dan calon wakil presiden yang termaktub dalam Peraturan KPU No 19 tahun 2023 sesuai dengan Putusan Mahkamah Konstitusi Nomor 90/PUU-XXI/2023 (nasional.kompas.com, 2024).

Dari uraian analisis temuan dan uraian dinamika mengenai Pilpres 2024 diatas, dapat dipahami bahwa capres-cawapres yang melakukan kampanye dengan program kampanye dialog dominan mendapat narasi yang positif dari audiens; tampil dialog yang interaktif sehingga dapat membangun identitas personal capres-cawapres dengan sosok yang edukatif untuk masyarakat memahami berbagai masalah, tantangan, bahkan audiens dapat memberi masukan/saran dan kritik kepada capres-cawapres tersebut. Wacana kepemimpinan yang cerdas, berintegritas, humor, merakyat, budaya dialog menjadi wacana yang edukatif-konstruktif, persoalan pelanggaran etik yang membuat problem negara, dan pentingnya penegakkan hukum yang amat penting dan krusial mesti terus digelorakan dalam kehidupan demokrasi di Indonesia.

D. Simpulan

Pada Pemilihan Presiden 2024, para pasangan calon dan tim masing-masing menggunakan media sosial untuk memperoleh suara masyarakat. Dalam media sosial, masyarakat dapat memberikan tanggapan dan menyampaikan pendapatnya secara langsung dan bersifat publik. Penelitian ini mengidentifikasi komentar audiens dalam program kampanye Capres dan Cawapres dalam Pemilihan Presiden 2024 di Indonesia dengan melihat dinamika percakapan audiens di YouTube. Penelitian ini

dilakukan dengan pendekatan kualitatif, juga menggunakan Netlytic dan ATLAS.ti versi 9 untuk menganalisis komentar audiens di YouTube.

Berdasarkan data yang telah dikumpulkan, terdapat beberapa temuan dalam penelitian ini antara lain program dialog dengan masyarakat yang mendapatkan respons positif pada media sosial. Calon presiden dan wakil presiden yang mengukung program kampanye dengan melakukan dialog dianggap memiliki kemampuan kepemimpinan yang baik. Dengan membuka dialog dengan masyarakat secara langsung, calon presiden dan wakil presiden dapat mengetahui masalah nyata yang dialami oleh masyarakat. Selain itu, dengan mengukung program dialog, calon presiden dan wakil presiden juga dianggap telah mengedukasi masyarakat tentang demokrasi dan politik.

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa berbagai program kampanye berbasis dialog tersebut memiliki pendapat yang beririsan antar program dialog calon presiden dan wakil presiden, seperti Desak Anies, Slepét Imin, dan Tabrak Prof yang memiliki beberapa kata kunci yang sama atau beririsan yaitu edukasi, cerdas, dan kepemimpinan. Selain program kampanye berbentuk dialog, penelitian ini juga melihat opini masyarakat mengenai isu yang sedang hangat dibicarakan dalam kurun waktu tertentu selama periode kampanye calon presiden dan calon wakil presiden di pemilihan presiden 2024. Masyarakat pula mengirimkan berbagai komentar pada pemberitaan mengenai calon presiden dan calon wakil presiden dalam pemilihan presiden 2024, yang berkaitan dengan kebijakan dan pernyataan yang diucapkan oleh tokoh politik atau lembaga negara yang bersangkutan. Salah satu contohnya adalah masyarakat yang menanggapi keputusan dari Mahkamah Konstitusi mengenai adanya batas usia calon presiden dan calon wakil presiden.

Berdasarkan paparan analisis dan temuan diatas, temuan ini juga menemukan bahwa media sosial menjadi wadah yang digunakan oleh masyarakat secara masif untuk menyampaikan pendapat mengenai dinamika pemilihan presiden 2024. Masyarakat memberi respons dalam menanggapi program kampanye, pernyataan, keputusan lembaga berwenang, dan fenomena yang terjadi selama pemilihan presiden 2024 di media sosial. Saran untuk penelitian di masa mendatang dapat menggali sumber data yang lebih variatif melalui media sosial, seperti penggalian data dari media sosial X. Selain itu, dalam penelitian mendatang selain analisis komentar dalam YouTube diperlukan ditambahkan teori-teori analisis wacana agar dapat semakin terindendifikasi wacana yang terlibat, terkoneksi, dan memberikan temuan serta implikasi yang semakin bernas, mendalam, dan kompleks.

Daftar Pustaka

- Akmal, A. D., Permana, I., Fajri, H., & Yuliarti, Y. (2022). Opini Masyarakat Twitter terhadap Kandidat Bakal Calon Presiden Republik Indonesia Tahun 2024. *Jurnal Manajemen Dan Ilmu Administrasi Publik (JMIAP)*, 4(4), 287–295. <https://doi.org/10.24036/jmiap.v4i4.160>
- antaranews.com. (2024). *Sentimen pascadebat capres dan cawapres 2024*. Antaranews.Com. <https://www.antaranews.com/infografik/3948588/sentimen-pascadebat-capres-dan-cawapres-2024>
- Apsari, K. (2021). Harmonisasi hak atas kebebasan berpendapat dan berekspresi serta hak individu atas reputasi dalam perspektif ham. *Jurnal Kertha Negara*, 9(10), 779–790. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Kerthanegara/article/view/73293/40857>
- Arifuddin, M. T. (2024). *Skandal Etika dan Hukum dalam Pemilu 2024*. Jurnalpost.Com. <https://jurnalpost.com/skandal-etika-dan-hukum-dalam-pemilu-2024/64856/>
- bbc.com. (2024). *Politisasi bansos dinilai kian masif jelang Pilpres 2024 - “Bawaslu sudah memberikan imbauan kepada presiden.”* Bbc.Com. <https://www.bbc.com/indonesia/articles/cpw7enedn39o>
- Cahyono, A., Iftitah, A., Rizki Hidayatullah, A., Yulastuti, E., & Susetiyo, W. (2023). Analisis Kritis Terhadap Penerapan Presidential Threshold dalam Pemilihan Umum 2024: Perspektif Hukum Normatif di Indonesia. *Jurnal Supremasi*, 13(2), 1–14. <https://doi.org/10.35457/supremasi.v13i2.3041>
- CNBC Indonesia. (2023). *Debat Capres 2024: Anies Raja Medsos, Ordal Bikin Heboh*. Cnbcindonesia.Com. <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20231213103004-37-496843/debat-capres-2024-anies-raja-medsos-ordal-bikin-heboh>
- Dharta, F. Y. (2024). Pengaruh Dukungan Selebriti dalam Komunikasi Politik Terhadap Sikap Pemilih pada Pemilihan Presiden 2024. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 8(1), 115–127. <https://doi.org/10.25139/jkp.v8i1.8283>
- Dwi, A. (2023). *Sederet Blunder Gibran, dari Asam Sulfat hingga Ajak Anak-anak ke Panggung Saat Kampanye*. Nasional.Tempo.Co. <https://nasional.tempo.co/read/1806016/sederet-blunder-gibran-dari-asam-sulfat-hingga-ajak-anak-anak-ke-panggung-saat-kampanye>
- Farisa, F. C. (2023). *Anwar Usman Langgar Etik Berat, Pencalonan Gibran Dinilai Cacat Moral*. Kompas.Com. <https://nasional.kompas.com/read/2023/11/09/16110101/anwar-usman-langgar-etik-berat-pencalonan-gibran-dinilai-cacat-moral?page=all>

- Febrianasari, S. A., & Waluyo. (2022). Kebebasan Berpendapat Dalam Perspektif Kedaulatan Rakyat. *Sovereignty : Jurnal Demokrasi Dan Ketahanan Nasional*, 1(2), 238–246. <https://doi.org/10.13057/sovereignty.v1i2.223>
- Firdaus, A. A., Yudhana, A., & Riadi, I. (2023). Analisis Sentimen Pada Proyeksi Pemilihan Presiden 2024 Menggunakan Metode Support Vector Machine. *Decode: Jurnal* <http://journal.umkendari.ac.id/index.php/decode/article/view/172>
- Hardiyanto, A. D., & Sari. (2023). *Apa Itu Asam Sulfat yang Salah Disebut Gibran Penting untuk Ibu Hamil?* Kompas.Com. <https://www.kompas.com/tren/read/2023/12/05/104625365/apa-itu-asam-sulfat-yang-salah-disebut-gibran-penting-untuk-ibu-hamil?page=all>
- Ismawati, I., Manafe, L. A., & Kurniasari, L. M. (2023). Analisa Gaya Kepemimpinan Demokratis Untuk Meningkatkan Efektifitas Kinerja Karyawan KSOP Kelas II Gresik. *Jurnal Sekretari Universitas Pamulang*, 10(2), 282–296. <https://doi.org/10.32493/skr.v10i2.31502>
- Jain, V., Chawla, M., Ganesh, B. E., & Pich, C. (2018). Exploring and consolidating the brand personality elements of the political leader. *Spanish Journal of Marketing - ESIC*, 22(3), 297–320. <https://doi.org/10.1108/SJME-03-2018-0010>
- koran.tempo.co. (2024). *Terang-terangan Mempolitisasi Bansos*. Koran.Tempo.Co. <https://koran.tempo.co/read/berita-utama/486531/politisasi-bansos-di-masa-pemilu>
- Ly, B. (2023). Social media and political involvement in Cambodia. *Cogent Social Sciences*, 9(1). <https://doi.org/10.1080/23311886.2023.2194565>
- Mahfud, F. K. R., Hariyanto, W., & Puspitadewi, G. C. (2024). Analisis Tren Calon Presiden Indonesia 2024. *Jurnal Mnemonic*, 7(1), 71–76. <https://ejournal.itn.ac.id/index.php/mnemonic/article/view/8801>
- Moon, B., & Yang, S. U. (2021). Developing the scale of presidential candidate's dialogic communication (PCDC) during the 2017 presidential campaign in South Korea. *Public Relations Review*, 47(1), 102000. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2020.102000>
- Mubarrod, R., & Syarwi, P. (2024). Marketing politik jelang Pemilu 2024 " Desak Anies ", " Prabowo Gemoy ", dan " Ganjar Nginap di Rumah Warga ". *Jurnal Communitarian*, 5(2), 893–904.
- nasional.kompas.com. (2024). *Ketua KPU Diputus Langgar Etik karena Loloskan Pencalonan Gibran*. Nasional.Kompas.Com. <https://nasional.kompas.com/read/2024/02/05/11151871/ketua-kpu-diputus-langgar-etik-karena-loloskan-pencalonan-gibran>

- Nisangi, S., & Solihah, R. (2024). Peran Media Sosial sebagai Salah Satu Kekuatan Kampanye Politik pada Pemilihan Presiden 2024. *Jurnal Ilmiah Muqoddimah: Jurnal Ilmu Sosial, Politik Dan Humaniora*, 8(1), 181–189. <http://jurnal.um-tapsel.ac.id/index.php/muqoddimah/article/view/14777/0>
- Nofiasari, W., Saputra, I., & Paramitha, S. T. (2023). Urgensi Media Sosial Sebagai Agen Sosialisasi Politik Menjelang Pemilihan Presiden 2024. *Jurnal Pendidikan Kewarganegaraan*, 13(2), 49–55. <https://ppjp.ulm.ac.id/journal/index.php/pkn/article/view/17807>
- Permana, H., Chrisnanto, Y. H., & Ashaury, H. (2023). Analisis Sentimen Terhadap Bakal Calon Presiden 2024 Dengan Algoritma Multinomial Naïve Bayes Dan Oversampling Smote. *JATI (Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika)*, 7(5), 3257–3264. <https://doi.org/10.36040/jati.v7i5.7309>
- Prakoso, B., Himmah, R., & Illahi, F. K. (2023). Dinamika Politik Menuju Pemilihan Presiden 2024 di Indonesia: Studi Social Network Analysis. *Jurnal Lanskap Politik*, 1(3), 107. <https://doi.org/10.31942/jlp.2023.1.3.8636>
- Prasetyo, A. (2024). *Desak Anies adalah Bagian dari Upaya Mencerdaskan Generasi Muda*. Mediaindonesia.Com. <https://mediaindonesia.com/politik-dan-hukum/642892/desak-anies-adalah-bagian-dari-upaya-mencerdaskan-generasi-muda>
- Purnamasari, D. D. (2024). *Pertanyaan Kritis di Tabrak Prof! di Aceh Seusai Mahfud Umumkan Mundur*. Kompas.Id. <https://www.kompas.id/baca/polhuk/2024/02/01/pertanyaan-kritis-di-tabrak-prof-di-aceh-usai-mahfud-umumkan-mundur>
- Putri, I. I. R. (2023). *Media Asing Soroti Gibran Maju Cawapres, Sebut Demokrasi Indonesia Mati*. News.Detik.Com. <https://news.detik.com/pemilu/d-7016438/media-asing-soroti-gibran-maju-cawapres-sebut-demokrasi-indonesia-mati>
- Rakhma, M. T., Fadhilah, S. N. N., Zhillani, F. M., & Yulianita, N. (2022). GAYA KEPEMIMPINAN DALAM DILEMA ETIS: TINJAUAN LITERATUR GAYA KOMUNIKASI KEPEMIMPINAN. *Jurnal Common*, 6(1), 41–57.
- Ramadhan, N. G., Wibowo, M., Mohd Rosely, N. F. L., & Quix, C. (2022). Opinion mining indonesian presidential election on twitter data based on decision tree method. *Jurnal Infotel*, 14(4), 243–248. <https://doi.org/10.20895/infotel.v14i4.832>
- Republika.co.id. (2024). *Pakar Ingatkan Presiden Jokowi Setop Politisasi Bansos*. News.Republika.Co.Id. <https://news.republika.co.id/berita/s8klul484/pakar-ingatkan-presiden-jokowi-setop-politisasi-bansos>
- Rizki, M. J. (2023). *Membedah di Balik Putusan MK Soal Batas Usia Capres-Cawapres*.

- Hukumonline.Com. <https://www.hukumonline.com/berita/a/membedah-dibalik-putusan-mk-soal-batas-usia-capres-cawapres-lt652f38c498a9e/>
- Ryan, J. (2023). *Debat Capres dan Politik Tarung Gagasan*. News.Detik.Com. <https://news.detik.com/kolom/d-7096467/debat-capres-dan-politik-tarung-gagasan>
- Srifridayanti, S., & Samkamaria, S. (2023). Gaya Kepemimpinan Calon Presiden Pada Pilpres Tahun 2024. *Jurnal ADMINISTRATOR*, 5(2), 145–156. <https://doi.org/10.55100/administrator.v5i2.73>
- Susilo, N., & Saptowalyono, C. A. (2023). *Asam Sulfat dari Gibran yang Kini Viral*. Kompas.Id. <https://www.kompas.id/baca/polhuk/2023/12/05/asam-sulfat-yang-kini-viral>
- Sya' bani, M. R. F., Enri, U., & Padilah, T. N. (2022). Analisis Sentimen Terhadap Bakal Calon Presiden 2024 Dengan Algoritme Naïve Bayes. *JURIKOM (Jurnal Riset Komputer)*, 9(2), 265–273. <https://doi.org/10.30865/jurikom.v9i2.3989>
- Theodora, A., Susilo, N., & Ratih, Y. D. (2024). *Bansos "Digoreng" Dadakan, Uangnya dari Mana?* Kompas.Id. <https://www.kompas.id/baca/ekonomi/2024/02/02/tanda-tanya-seputar-bansos-baru-jokowi-uangnya-dari-mana>
- ugm.ac.id. (2023). *Pandangan Pakar UGM Terkait Putusan MK Soal Batas Usia Capres-Cawapres*. Ugm.Ac.Id. <https://ugm.ac.id/id/berita/pandangan-pakar-ugm-terkait-putusan-mk-soal-batas-usia-capres-cawapres/>
- umy.ac.id. (2023). *Terkait Putusan MK Soal Batas Usia Capres- Cawapres, Ini Pandangan Pakar UMY*. Umy.Ac.Id. <https://www.umy.ac.id/terkait-putusan-mk-soal-batas-usia-capres-cawapres-ini-pandangan-pakar-umy>
- Wisnu. (2023). *Debat Cawapres Trending Topic di Media Sosial X*. Mediaindonesia.Com. <https://mediaindonesia.com/politik-dan-hukum/639527/debat-cawapres-trending-topic-di-media-sosial-x>
- Zain, H. H., Awangga, R. M., & Rahayu, W. I. (2023). Perbandingan Model Svm, Knn Dan Naïve Bayes Untuk Analisis Sentiment Pada Data Twitter: Studi Kasus Calon Presiden 2024. *JIMPS: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Sejarah*, 8(3), 2083–2093. <https://jim.usk.ac.id/sejarah>