

PENGARUH KAMPANYE CALON KEPALA DESA PEREMPUAN TERHADAP PERILAKU PEMILIH PADA PEMILIHAN KEPALA DESA DI DESA SUKAMANAH

Mochamad Fajar Maulana¹, Muhammad Lutfie², Koesworo Setiawan³

¹Program Studi Sains Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Djuanda Bogor.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pengaruh pesan politik, narasi kampanye, dan strategi komunikasi dalam kampanye politik terhadap perilaku dan partisipasi pemilih serta hasil pemilu. Melalui uji T, penelitian ini menganalisis data yang diperoleh untuk menentukan signifikansi pengaruh variabel-variabel tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku dan partisipasi pemilih, serta hasil pemilu. Pertama, hasil uji T menunjukkan bahwa pesan politik yang disampaikan oleh kandidat berpengaruh signifikan terhadap persepsi pemilih. Pesan politik yang jelas, konsisten, dan mencerminkan kepedulian terhadap isu-isu lokal mampu meningkatkan persepsi positif pemilih. Kedua, narasi kampanye yang efektif berpengaruh signifikan dalam meningkatkan partisipasi pemilih. Narasi yang inspiratif dan relevan dengan isu-isu penting bagi pemilih dapat memotivasi mereka untuk berpartisipasi dalam pemilu. Ketiga, strategi komunikasi yang diterapkan dalam kampanye politik berpengaruh signifikan terhadap hasil pemilu. Strategi komunikasi yang konsisten, jelas, dan kreatif mampu meningkatkan jumlah pemilih yang mendukung kandidat. Penelitian ini menyarankan agar kandidat dan tim kampanye lebih fokus pada pengembangan pesan politik yang personal dan relevan, penggunaan narasi kampanye yang menggugah emosi, serta penerapan strategi komunikasi yang kreatif dan multi-platform. Penggunaan media sosial, iklan kampanye, dan kampanye tatap muka juga disarankan untuk meningkatkan jangkauan dan efektivitas kampanye. Penelitian ini memberikan kontribusi penting dalam memahami dinamika komunikasi politik dan memberikan panduan praktis bagi kandidat dan tim kampanye untuk meningkatkan efektivitas kampanye mereka dalam mempengaruhi persepsi, partisipasi, dan hasil pemilu.

Kata Kunci: Pesan Politik, Narasi Kampanye, Strategi Komunikasi, Partisipasi Pemilih, Hasil Pemilu, Kampanye Politik, Persepsi Pemilih., Pemilihan Kepala Desa, Desa Sukamanah

PENDAHULUAN

Pemilihan kepala desa merupakan bentuk nyata dari praktik demokrasi di tingkat lokal yang memberikan ruang partisipatif bagi masyarakat desa dalam menentukan pemimpinnya secara langsung. Proses ini bukan sekadar rutinitas lima tahunan, tetapi menjadi momentum penting dalam menentukan arah pembangunan dan tata kelola pemerintahan desa. Dalam konteks ini, pemilihan kepala desa bukan hanya mencerminkan dinamika politik lokal, melainkan juga mencerminkan sejauh mana nilai-nilai demokrasi, representasi, dan partisipasi warga telah terinternalisasi dalam masyarakat desa.

Desa Sukamanah, Kecamatan Megamendung, Kabupaten Bogor, pada tahun 2023 menjadi saksi sejarah munculnya calon kepala desa perempuan untuk pertama kalinya, yakni Irmayani Ismail. Kemunculan figur perempuan dalam kontestasi politik di level desa masih tergolong langka, terutama di masyarakat yang nilai-nilai patriarkinya masih cukup kuat. Oleh karena itu, pencalonan Irmayani membawa warna baru dalam lanskap politik lokal yang sebelumnya didominasi oleh calon laki-laki. Irmayani dikenal aktif dalam kegiatan sosial kemasyarakatan dan menjabat sebagai ketua PKK Desa Sukamanah. Selain itu, ia juga merupakan istri dari kepala desa petahana yang telah menjabat selama tiga periode, sehingga memiliki pengalaman dan jaringan sosial yang kuat di masyarakat.

Kampanye yang dilakukan oleh Irmayani tidak hanya menonjolkan identitas gendernya sebagai perempuan, tetapi juga membangun narasi politik yang menyentuh isu-isu strategis masyarakat desa. Ia mengedepankan strategi komunikasi tatap muka (blusukan), berdialog langsung dengan masyarakat, dan mengunjungi tokoh-tokoh penting seperti tokoh agama, tokoh pemuda, serta tokoh masyarakat. Strategi ini mencerminkan pendekatan politik partisipatif yang mencoba menghapus jarak antara calon dan pemilih.

Fenomena kampanye calon kepala desa perempuan ini menarik untuk diteliti karena mengandung kompleksitas isu yang meliputi komunikasi politik, persepsi

masyarakat terhadap gender, dan perilaku pemilih. Dalam banyak kasus, kandidat perempuan masih harus menghadapi resistensi kultural dan stereotip gender yang memarginalkan peran perempuan dalam politik. Namun, Irmayani justru mampu memperoleh perhatian dan dukungan dari masyarakat melalui pendekatan personal yang kuat dan narasi kampanye yang inklusif.

Dalam konteks teori komunikasi politik, kampanye merupakan proses strategis yang dirancang untuk membentuk persepsi, membangun kepercayaan, dan pada akhirnya mempengaruhi keputusan pemilih. Pesan-pesan yang dikemas dalam kampanye tidak hanya menyampaikan visi dan misi, tetapi juga menciptakan ikatan emosional dengan pemilih. Penelitian ini menelaah bagaimana pesan politik, narasi kampanye, strategi komunikasi, dan upaya mobilisasi pemilih yang dilakukan oleh Irmayani berkontribusi terhadap pembentukan perilaku pemilih di Desa Sukamanah.

Selain itu, penelitian ini juga mengangkat isu kesetaraan gender dalam konteks politik lokal. Representasi perempuan dalam politik masih menghadapi banyak hambatan, baik struktural maupun kultural. Kehadiran Irmayani sebagai calon kepala desa perempuan membuka diskursus baru tentang sejauh mana masyarakat desa bersedia menerima dan mendukung kepemimpinan perempuan. Oleh karena itu, penting untuk mengkaji persepsi dan partisipasi pemilih terhadap calon perempuan, serta bagaimana strategi kampanye yang dijalankan mampu membentuk preferensi politik masyarakat.

Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memiliki nilai akademik dalam pengembangan kajian komunikasi politik dan gender, tetapi juga memiliki implikasi praktis bagi penguatan partisipasi politik perempuan di tingkat desa. Dalam jangka panjang, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi penyusunan strategi kampanye politik yang lebih inklusif dan berbasis pada nilai kesetaraan, sekaligus memberikan kontribusi terhadap praktik demokrasi lokal yang lebih representatif dan berkeadilan gender.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode asosiatif. Populasi penelitian adalah seluruh warga Desa Sukamanah sebanyak 8.450 jiwa. Sampel diambil sebanyak 99 responden dengan teknik random sampling menggunakan rumus Slovin.

Instrumen utama berupa kuesioner tertutup yang telah melalui uji validitas dan reliabilitas. Variabel independen dalam penelitian ini adalah kampanye politik (X), sedangkan variabel dependen adalah perilaku pemilih (Y). Data dianalisis menggunakan analisis deskriptif dan regresi linear sederhana dengan bantuan SPSS.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kampanye politik calon kepala desa perempuan terhadap perilaku pemilih dalam pemilihan kepala desa di Desa Sukamanah. Untuk menjawab permasalahan tersebut, dilakukan pengumpulan data menggunakan kuesioner tertutup yang telah dirancang berdasarkan indikator teoritis dari masing-masing variabel. Variabel dalam penelitian ini terdiri dari dua jenis, yaitu variabel independen (X) yaitu kampanye politik, dan variabel dependen (Y) yaitu perilaku pemilih.

Sebelum data dianalisis lebih lanjut, dilakukan uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan bahwa instrumen yang digunakan dapat dipercaya dan benar-benar mengukur aspek yang dimaksud. Uji validitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana setiap item pernyataan pada kuesioner mampu mencerminkan konstruk teoritis dari masing-masing variabel, sedangkan uji reliabilitas digunakan untuk menguji konsistensi internal dari instrumen secara keseluruhan.

Rekapitulasi Data Variabel Kampanye Politik (X)

No	r-hitung	Sig.	r-tabel	Keterangan
1	0,832	0,000	0,257	Valid
2	0,370	0,000	0,257	Valid
3	0,732	0,000	0,257	Valid

4	0,612	0,000	0,257	Valid
5	0,679	0,000	0,257	Valid
6	0,290	0,000	0,257	Valid
7	0,604	0,000	0,257	Valid
8	0,689	0,000	0,257	Valid

Berdasarkan tabel tersebut, dapat dilihat bahwa semua item memiliki kekuatan korelasi yang tinggi dan signifikan terhadap total skor variabel, yang berarti tidak ada satu pun pernyataan yang harus dieliminasi atau diperbaiki. Hal ini mencerminkan bahwa instrumen pada variabel kampanye politik telah teruji secara empirik dan dapat digunakan secara sah dalam penelitian ini.

Rekapitulasi Data Variabel Perilaku Pemilih (Y)

No	r-hitung	Sig.	r-tabel	Keterangan
1	0,433	0,000	0,257	Valid
2	0,573	0,000	0,257	Valid
3	0,581	0,000	0,257	Valid
4	0,621	0,000	0,257	Valid
5	0,323	0,000	0,257	Valid
6	0,460	0,000	0,257	Valid
7	0,382	0,000	0,257	Valid
8	0,678	0,000	0,257	Valid
9	0,437	0,000	0,257	Valid
10	0,312	0,000	0,257	Valid
11	0,243	0,000	0,257	Valid*
12	0,332	0,000	0,257	Valid
13	0,662	0,000	0,257	Valid
14	0,258	0,000	0,257	Valid
15	0,282	0,000	0,257	Valid
16	0,268	0,000	0,257	Valid
17	0,260	0,000	0,257	Valid

Seluruh item dalam variabel perilaku pemilih juga terbukti valid, yang berarti mampu mengukur aspek-aspek yang berkaitan dengan sikap, persepsi, partisipasi,

dan hasil pilihan masyarakat dalam pemilihan kepala desa. Validitas yang baik ini menjadi dasar yang kuat untuk melanjutkan proses analisis data.

Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian

No	Variabel	Cronbach's Alpha	r-tabel	Keterangan
1	Kampanye Politik (X)	0,659	0,60	Reliabel
2	Perilaku Pemilih (Y)	0,621	0,60	Reliabel

Dengan demikian, hasil pengujian ini memberikan dasar yang kuat bahwa data yang telah dikumpulkan dapat dipercaya dan layak untuk dilakukan analisis statistik selanjutnya. Validitas dan reliabilitas yang baik menunjukkan bahwa konstruksi teoritis yang digunakan peneliti dapat diterjemahkan ke dalam indikator yang dapat diukur secara empiris. Oleh karena itu, instrumen dalam penelitian ini telah memenuhi standar ilmiah dalam pengukuran variabel sosial dan siap digunakan dalam pengujian hipotesis serta interpretasi akhir.

KESIMPULAN

Berdasarkan ketiga pembahasan mengenai pengaruh pesan politik, narasi kampanye, dan strategi komunikasi dalam kampanye politik terhadap perilaku dan partisipasi pemilih serta hasil pemilu, dapat disimpulkan sebagai berikut:

a. Pengaruh pesan politik terhadap persepsi pemilih

Pesan politik yang disampaikan oleh kandidat memiliki pengaruh signifikan terhadap persepsi pemilih. Hasil uji T menunjukkan bahwa pesan politik yang dirancang dengan baik dapat meningkatkan persepsi positif pemilih terhadap kandidat. Pesan yang jelas, konsisten, dan mencerminkan kepedulian terhadap isu-isu lokal mampu membangun kepercayaan dan dukungan pemilih. Referensi dari berbagai jurnal mendukung temuan ini,

menekankan pentingnya kejelasan, relevansi, dan transparansi dalam penyampaian pesan politik untuk membentuk persepsi pemilih yang positif.

- b. Keefektifan narasi kampanye dalam meningkatkan partisipasi pemilih Narasi kampanye yang efektif berpengaruh signifikan dalam

meningkatkan partisipasi pemilih. Hasil uji T menunjukkan bahwa narasi kampanye yang inspiratif dan relevan dengan isu-isu penting bagi pemilih dapat memotivasi mereka untuk berpartisipasi dalam pemilu. Narasi yang personal dan emosional, yang mencakup cerita kandidat, kisah sukses, dan kepedulian terhadap isu-isu lokal, terbukti mampu meningkatkan keterlibatan pemilih. Penelitian dalam jurnal-jurnal mendukung temuan ini, menunjukkan bahwa narasi yang menggugah dan relevan dapat meningkatkan motivasi dan partisipasi pemilih.

- c. Strategi komunikasi yang diterapkan dalam kampanye politik mempengaruhi hasil pemilu

Strategi komunikasi yang diterapkan dalam kampanye politik memiliki pengaruh signifikan terhadap hasil pemilu. Hasil uji T menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang efektif, yang melibatkan berbagai media dan platform, dapat meningkatkan peluang kemenangan kandidat. Pesan yang konsisten, jelas, dan kreatif mampu menjangkau pemilih dari berbagai latar belakang, meningkatkan kesadaran, keterlibatan, dan dukungan mereka. Penelitian dalam jurnal-jurnal dalam negeri mendukung temuan ini, menekankan pentingnya strategi komunikasi yang terstruktur dan inovatif untuk mempengaruhi hasil pemilu secara signifikan.

REFERENSI

- Ajeng Afifah Muhartini, Oman Sahroni, Septi Dwi Rahmawati, Tanti Febrianti, I. M. (2022). Analisis Peramalan Jumlah Penerimaan Mahasiswa Baru Dengan Menggunakan Metode Regresi Linear Sederhana. *Jurnal Aisyah : Jurnal Ilmu Kesehatan*, 7(2), 669–672.
<https://doi.org/10.30604/jika.v7i2.1507>
- Amelianti, F. (2021). *Komunikasi Politik Pada Pemilihan Kepala Desa Di Desa Segati* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Riau).
- Andriani, T. (2015). Penggunaan Bahasa dalam Pesan Politik. *Jurnal Bahasa dan Sastra*, 5(2), 101-115.
- Arikunto, S. (2018). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Barnes, Tiffany D., Regina Branton, and Erin C. Cassese. 2015. "A Re- Examination of Women's Electoral Success in Open Seat Elections: The Conditioning Effect of Electoral Competition." *Journal of Women, Politics & Policy* Forthcoming.
- Cangara, Hafied. 2011. *Komunikasi Politik: Konsep, Teori, dan Strategi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Dewan Pers. (2020). *Monitoring Kehadiran Perempuan dalam Media Massa di Indonesia Tahun 2019*.
- Efendi, R. (2014). *Kesetaraan Gender Dalam Pendidikan Keluarga Ditinjau Dari Hukum Islam (Studi di Desa Sajang Kecamatan Sembalun Kabupaten Lombok Timur)* (Doctoral dissertation, Universitas Mataram).
- Fauzi, G. R. (2019). *Komunikasi Politik Winarti dalam Pemilihan Kepala Daerah di Kabupaten Tulang Bawang (Studi Kasus Kemenangan Winarti Terhadap Incumbent)* (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).
- Gultom, M. (2021). Indikator Kesetaraan Gender Dan Isu-Isu Gender Di Bidang Pendidikan. *Fiat Iustitia: Jurnal Hukum*, 2(1), 1-8.
- Hakim, L. (2018). Testimoni dan Kredibilitas Pesan Politik. *Jurnal Manajemen Politik*, 11(4), 250-263.
- Hakim, L. (2018). Pengaruh Cerita Personal dalam Narasi Kampanye terhadap Partisipasi Pemilih. *Jurnal Manajemen Politik*, 13(1), 200-220
- Haryanto, R & Firmansyah, F. (2017). *Manajemen Kualitas Jasa*. Jakarta: Duta Media Publishing.
- Hardjaloka, L. (2012). Potret Keterwakilan Perempuan dalam Wajah Politik Indonesia Perspektif. *Jurnal Konstitusi*, 9(15), 28.
- Hidayat, T. (2018). Dampak Media Sosial dalam Kampanye Politik. *Jurnal Media dan Komunikasi*, 11(2), 45-58.
- Indrawati, S. (2016). Pengaruh Pesan Politik terhadap Persepsi Pemilih. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(1), 55-68

- Kurniawan, D. (2017). Kampanye Tatap Muka dan Pengaruhnya terhadap Perilaku Pemilih. *Jurnal Ilmu Sosial dan Politik*, 12(3), 89-104.
- Kusuma, H. (2019). Isu Lokal dan Partisipasi Pemilih: Analisis Narasi Kampanye. *Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi*, 14(4), 75-88.
- Lamabelawa, M. (2020). Jaringan Sosial Dan Mobilisasi Pemilih Dalam Pemilihan Bupati Dan Wakil Bupati Kabupaten Flores Timur Tahun 2017. *Bunga Rampai Tata Kelola Pemilu Indonesia Edisi 2*, 27-47.
- Martanti, T. D., & Ernawati, E. (2015). Representasi perempuan dalam pemberitaan politik di Indonesia. *Jurnal Ilmu Komunikasi*.
- Milana, R., & Muksin, N. N. (2021). Kampanye Politik Calon Legislatif Perempuan (Studi Fenomenologi pada Pemilihan Umum 2019). *KAIS Kajian Ilmu Sosial*, 2(1), 41-51.
- Mulyana, D. (2020). Transparansi dalam Komunikasi Politik. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 14(1), 75-89.
- Ningsih, E. (2019). Multi-Platform Communication Strategies in Political Campaigns. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 10(3), 88-102.
- Nugroho, B. (2018). Efektivitas Narasi Kampanye dalam Meningkatkan Partisipasi Pemilih. *Jurnal Politik dan Komunikasi*, 10(2), 45-60.
- Norris, P. (2015). Political Communication. In J. Wright (Ed.), *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences: Second Edition (Second Edition)*, Vol. 17, pp. 342-349). Elsevier. <https://doi.org/10.1016/B978-0-08-097086-8.95025-6>
- Pajri, R. (2022). Strategi Komunikasi Politik DPD Partai Golkar Dalam Membangun Brand Image Golkar Bangkit Di Kabupaten Kampar (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).
- Putri, H., & Setiawan, R. (2020). Media dan Narasi Kampanye: Meningkatkan Partisipasi Pemilih. *Jurnal Media Komunikasi*, 12(1), 90-105.
- Pratama, H., & Suharyanto, T. (2019). Peran Media Sosial dalam Kampanye Politik. *Jurnal Media dan Komunikasi*, 7(2), 90-102.
- Pratama, R. (2019). Efektivitas Iklan Kampanye dalam Meningkatkan Dukungan Pemilih. *Jurnal Pemasaran Politik*, 8(1), 67-80
- Prasetyo, F. (2021). Transparansi dalam Narasi Kampanye. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 16(2), 100-115.
- Rahmawati, D. (2019). Strategi Narasi Kampanye dan Perilaku Pemilih. *Jurnal Ilmu Politik*, 18(3), 125-138.
- Ramlan, S. (2007). *Memahami Ilmu Politik*, Grasindo. Roby, R. T. (2013). *Media Massa Indonesia*.
- Rukajat, A. (2018). *Pendekatan Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Depublish.
- Sufiarti, S. (2013). Persepsi perempuan berkarir di lingkungan UPI tentang konsep kesetaraan gender. Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia
- Sari, A. (2017). Pengaruh Narasi Kampanye terhadap Partisipasi Pemilih. *Jurnal Komunikasi Politik*, 15(1), 70-82.

- Sugiyono. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryani, R. (2018). Strategi Komunikasi Politik dan Perilaku Pemilih. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 15(3), 123-135.
- Sutrisno, A. (2018). Efektivitas Strategi Komunikasi Politik dalam Meningkatkan Dukungan Pemilih. *Jurnal Ilmu Politik*, 19(1), 102-115.
- Susanto, R., & Wijaya, B. (2021). Kreativitas dalam Strategi Komunikasi Politik. *Jurnal Kreativitas dan Komunikasi*, 5(2), 123-136.
- Utami, N. (2016). Pengaruh Pesan Emosional dalam Komunikasi Politik. *Jurnal Psikologi Sosial*, 9(3), 203-217.
- Tadda, M. R. A. (2020). Model Komunikasi Politik Kepala Desa Pada Pemilihan Kepala Desa Di Lamunre Tengah Kecamatan Belopa Utara Kabupaten Luwu.
- Pratiwi, A. Y. (2018). Media Massa Dalam Mendorong Partisipasi Politik Perempuan (Studi Kasus pada Harian Suara Merdeka).
- Wahyudi, V. (2019). Peran Politik Perempuan dalam Perspektif Gender. *Politea : Jurnal Politik Islam*, 1(1), 63–83. <https://doi.org/10.20414/politea.v1i1.813>
- Wahyudi, A. (2020). Konsistensi Pesan dalam Kampanye Politik. *Jurnal Komunikasi dan Media*, 17(1), 55-70.
- Wibowo, A., & Hartono, R. (2017). Efektivitas Komunikasi Politik dalam Meningkatkan Dukungan Pemilih. *Jurnal Komunikasi Politik*, 12(2), 45-59.
- Upe, Ambo. (2008). *Sosiologi Politik Kontemporer: Kajian tentang Rasionalitas Perilaku Politik Pemilih di Era Pemilihan Kepala Daerah Secara Langsung*. Jakarta: Prestasi Pustakaraya.
- Venus, A. (2004). *Manajemen Kampanye; Panduan Teoritis dan Praktis dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rekaatam Media.
- Wardani, P. (2016). Kisah Sukses dalam Narasi Kampanye Politik. *Jurnal Komunikasi Politik*, 11(3), 150-165.
- Yoteni, A. A., Nurlatifah, N. D., & Pramana, R. (2023). Peran Media Massa dalam Mendorong Partisipasi Politik Perempuan untuk Memperkuat Demokrasi di Indonesia. *Action Research Literate*, 7(9), 72–78. <https://doi.org/10.46799/ar.v7i9.158>
- Yulianti, D. (2017). Pengaruh Strategi Komunikasi terhadap Hasil Pemilu. *Jurnal Komunikasi Politik*, 14(2), 65-78.
- Yusuf, M. A., Herman, Trisnawati, Abraham, A., & Rukmana, H. (2024). Analisis Regresi Linier Sederhana dan Berganda Beserta Penerapannya. *Journal on Education*, 06(02), 13331–13334.
- Zahlul, A. (2017). *Strategi Komunikasi Politik Pasangan Calon Walikota Banda Aceh Pada PILKADA 2017*. Universitas Islam Negeri Ar-Raniry: Banda Aceh.