

Efektivitas Strategi Kampanye Pasangan Sherly Laos-Sarbin Sehe di Pilgub Maluku Utara: Kajian Media, Taktik, dan Mobilisasi Massa

Adela Wahyuningtyas ^{1*}, Makbul Wahid Ramadhan ², Muhammad Barzany Suprihono ³, Algooth Putranto ⁴

^{1*,2,3,4} Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta, Indonesia.

Email: adelawahyuningtyas@gmail.com ^{1*}, makblack76@gmail.com ², barzanySuprihono585@gmail.com ³, algoothp@gmail.com ⁴

Histori Artikel:

Dikirim 10 Desember 2024; *Diterima dalam bentuk revisi* 20 Desember 2024; *Diterima* 5 Januari 2025; *Diterbitkan* 10 Januari 2025. Semua hak dilindungi oleh Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) STMKI Indonesia Banda Aceh.

Abstrak

Penelitian ini menganalisis strategi kampanye pasangan Sherly Tjoanda Laos dan Sarbin Sehe pada pemilihan gubernur Maluku Utara tahun 2024 dengan fokus pada tiga aspek utama, yaitu media, taktik kampanye, dan mobilisasi massa. Pasangan ini memanfaatkan media digital seperti TikTok dan Instagram untuk menjangkau pemilih muda, serta media tradisional untuk kelompok masyarakat yang kurang terpapar internet. Taktik kampanye yang mereka lakukan meliputi kampanye skala besar, pendekatan personal, debat publik, dan penguatan unsur budaya lokal. Mobilisasi massa dilakukan melalui acara besar dan pendekatan door-to-door. Hasil analisis menunjukkan bahwa strategi ini efektif dalam membangun hubungan emosional dengan pemilih, menciptakan citra positif, dan menjangkau berbagai segmen masyarakat. Tantangan berupa kampanye negatif ditanggapi dengan profesionalisme, mengutamakan klarifikasi fakta, dan memperkuat program kerja. Penelitian ini menyimpulkan bahwa kombinasi komunikasi modern, pendekatan personal, dan adaptasi lokal menjadi kunci keberhasilan kampanye politik mereka.

Kata Kunci: Strategi Kampanye; Media Digital dan Tradisional; Pendekatan Personal dan Adaptasi Lokal.

Abstract

This study analyzes the campaign strategy of the Sherly Tjoanda Laos and Sarbin Sehe pair in the 2024 North Maluku gubernatorial election with a focus on three main aspects, namely media, campaign tactics, and mass mobilization. This pair utilizes digital media such as TikTok and Instagram to reach young voters, as well as traditional media for groups of people who are less exposed to the internet. The campaign tactics they use include large-scale campaigns, personal approaches, public debates, and strengthening local cultural elements. Mass mobilization is carried out through large events and door-to-door approaches. The results of the analysis show that this strategy is effective in building emotional connections with voters, creating a positive image, and reaching various segments of society. The challenges in the form of negative campaigns are responded to with professionalism, prioritizing clarification of facts, and strengthening work programs. This study concludes that the combination of modern communication, personal approaches, and local adaptation are the keys to the success of their political campaign.

Keyword: Campaign Strategy; Digital and Traditional Media; Personal Approach and Local Adaptation.

1. Pendahuluan

Kampanye politik memainkan peran sentral dalam proses demokrasi karena merupakan saluran utama bagi kandidat untuk berkomunikasi dengan masyarakat yang akan mereka wakili. Melalui kampanye, kandidat memiliki kesempatan untuk menyampaikan visi, misi, dan program kerja secara langsung kepada publik. Selain sebagai alat komunikasi, kampanye juga berfungsi sebagai sarana untuk membangun hubungan emosional dan meningkatkan tingkat kepercayaan pemilih (Fatimah, 2018). Dalam demokrasi modern, keberhasilan kampanye tidak hanya diukur berdasarkan volume informasi yang disampaikan, tetapi juga pada efektivitasnya dalam menggerakkan partisipasi masyarakat dalam proses politik. Di tengah era globalisasi dan kemajuan teknologi informasi, kampanye politik mengalami perubahan yang signifikan. Kampanye tidak lagi terbatas pada metode tradisional seperti pertemuan langsung atau iklan di media cetak, namun juga memanfaatkan kemajuan teknologi digital seperti media sosial dan platform daring (Rahmah, 2021; Zempi, 2023). Dengan semakin meluasnya akses informasi, pemilih kini menjadi lebih kritis dan memiliki ekspektasi tinggi terhadap transparansi, akuntabilitas, dan relevansi janji politik yang disampaikan oleh kandidat (Zahid, 2019). Oleh karena itu, keberhasilan kampanye sangat bergantung pada kemampuan kandidat untuk memahami dan merespons kebutuhan serta harapan pemilih yang terus berkembang. Pemilihan Gubernur Maluku Utara 2024 menjadi sebuah momentum penting dalam perjalanan demokrasi Indonesia, khususnya di wilayah dengan keberagaman budaya dan geografis seperti Maluku Utara. Dalam dinamika politik yang penuh tantangan, pasangan Sherly Tjoanda Laos dan Sarbin Sehe muncul sebagai kandidat yang menarik perhatian publik. Dengan mengusung visi yang jelas serta strategi kampanye yang terencana, pasangan ini berupaya untuk menjangkau berbagai segmen masyarakat di Maluku Utara secara inklusif (Juandalinsyah, 2024). Maluku Utara, sebagai provinsi yang kaya akan budaya, sumber daya alam, serta keberagaman suku dan agama, menghadapi tantangan besar dalam pembangunan. Oleh karena itu, kampanye pasangan Sherly Laos dan Sarbin Sehe difokuskan pada penyelesaian isu-isu utama yang dihadapi masyarakat, seperti pemerataan pembangunan infrastruktur, peningkatan akses pendidikan dan kesehatan, serta pemberdayaan ekonomi lokal. Pasangan ini menyadari bahwa keberagaman di Maluku Utara memerlukan pendekatan yang tidak hanya bersifat umum, tetapi juga dapat disesuaikan dengan kebutuhan spesifik masing-masing kelompok masyarakat.

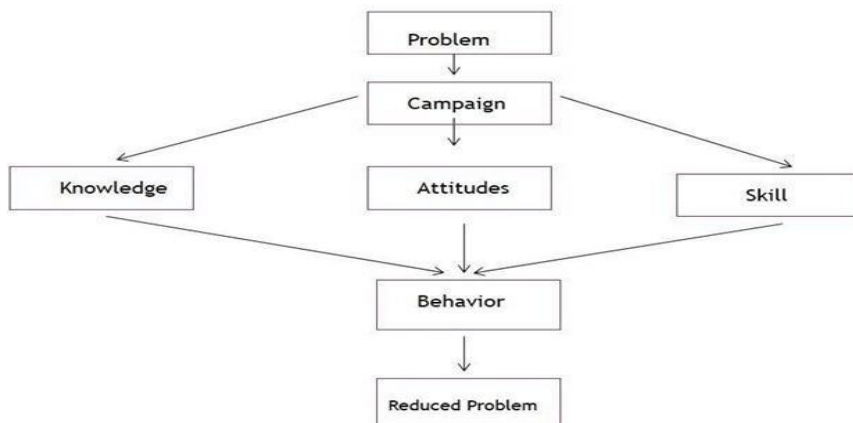
Dalam menghadapi tantangan politik modern, pasangan Sherly Laos dan Sarbin Sehe merancang strategi kampanye yang mengedepankan dua aspek utama, yaitu pemanfaatan teknologi dan pendekatan tradisional yang relevan. Mereka memanfaatkan berbagai saluran komunikasi digital, seperti media sosial, situs web resmi, dan aplikasi pesan instan untuk menjangkau pemilih muda dan masyarakat perkotaan (Andriyendi, 2023; Andriyana, 2022). Di sisi lain, mereka juga mengutamakan pendekatan tatap muka melalui kunjungan ke daerah-daerah terpencil, dialog langsung dengan masyarakat, dan pelaksanaan kegiatan sosial yang melibatkan masyarakat setempat (Tamim & Zamzamy, 2023). Melalui media sosial, pasangan ini tidak hanya menyampaikan informasi terkait visi, misi, dan program kerja, tetapi juga berusaha membangun narasi positif yang melibatkan pemilih dalam percakapan politik (Meifilina, 2021). Mereka memahami bahwa media sosial tidak hanya berfungsi sebagai saluran komunikasi satu arah, tetapi juga sebagai platform interaksi dua arah yang memungkinkan pemilih untuk menyampaikan aspirasi, kritik, dan harapan mereka kepada kandidat (Noorikhshan, *et al.*, 2023). Selain itu, data dan analitik digunakan untuk memahami preferensi pemilih, agar kampanye dapat lebih terfokus dan tepat sasaran. Di sisi lain, pendekatan tatap muka tetap memegang peranan penting dalam kampanye ini. Bertemu langsung dengan masyarakat memungkinkan pasangan ini untuk membangun hubungan yang lebih personal dan autentik. Mereka percaya bahwa kehadiran fisik dan dialog langsung merupakan cara yang paling efektif untuk menunjukkan komitmen mereka kepada masyarakat. Pendekatan ini juga memberi kesempatan bagi masyarakat untuk memberikan umpan balik terkait isu-isu yang mereka anggap paling mendesak. Pemanfaatan media menjadi elemen utama dalam strategi kampanye ini. Pasangan ini menggabungkan penggunaan media digital dan tradisional untuk menjangkau khalayak yang lebih luas. Media digital, seperti media sosial, memungkinkan penyebaran informasi secara cepat dan luas,

sementara media tradisional seperti radio dan televisi tetap relevan untuk menjangkau pemilih di wilayah tertentu. Taktik kampanye yang diterapkan meliputi penyampaian narasi yang kuat, penggunaan tokoh masyarakat setempat sebagai pendukung, serta pelaksanaan kegiatan sosial yang melibatkan masyarakat langsung. Strategi mobilisasi massa juga menjadi elemen penting dalam kampanye ini, di mana pasangan Sherly Laos dan Sarbin Sehe memanfaatkan pendekatan berbasis masyarakat untuk memastikan pesan kampanye mereka mencapai akar rumput. Melalui analisis terhadap ketiga aspek tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menilai efektivitas strategi kampanye politik dalam menghadapi tantangan kontemporer. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan bagi studi politik dan komunikasi serta memberikan panduan praktis bagi kandidat dan tim kampanye dalam merancang strategi yang efektif untuk pemilu, khususnya di Indonesia.

Kampanye politik dalam demokrasi modern telah berkembang menjadi proses yang kompleks yang melibatkan berbagai pendekatan untuk menjangkau pemilih. Almond dan Powell (2020) berpendapat bahwa kampanye politik tidak hanya berfungsi untuk mempromosikan kandidat, tetapi juga untuk membangun kepercayaan dan keterlibatan publik dalam politik. Kampanye ini juga berfungsi sebagai media untuk mencocokkan harapan publik dengan agenda yang ditawarkan kandidat (Putranto, 2020). Masyarakat kini semakin menginginkan kandidat yang tidak hanya dapat memenuhi janji, tetapi juga memberikan solusi nyata terhadap persoalan yang mereka hadapi. Kemajuan teknologi telah mengubah cara kampanye dijalankan. Norris (2001) mencatat bahwa media digital mampu menciptakan interaksi dua arah antara kandidat dan publik, memungkinkan komunikasi yang lebih terbuka dan inklusif. Kehadiran media sosial seperti Facebook, Instagram, dan Twitter telah mengubah lanskap politik dengan membuka ruang bagi partisipasi publik. Dalam pemilihan kepala daerah, seperti yang terjadi di Maluku Utara, Liddle (2013) menekankan pentingnya pendekatan inklusif yang dapat menjangkau masyarakat dari berbagai latar belakang. Tantangan ini semakin besar di daerah dengan keragaman budaya, suku, dan geografi. Maluku Utara, dengan kompleksitas demografinya, memerlukan strategi kampanye yang tidak hanya menyatukan visi kolektif, tetapi juga memberi ruang bagi kebutuhan spesifik setiap kelompok masyarakat. Penelitian Haris (2018) menunjukkan bahwa strategi berbasis komunitas lokal dapat memperkuat hubungan antara kandidat dan pemilih di tingkat akar rumput. Pendekatan ini juga membantu kandidat untuk lebih memahami dan memenuhi harapan masyarakat. Di sisi lain, kehadiran langsung kandidat di masyarakat dapat meningkatkan tingkat kepercayaan dan keterlibatan pemilih, yang berujung pada keberhasilan kampanye. Penggunaan media tradisional dan digital memiliki dampak besar terhadap efektivitas kampanye. Smith dan Green (2015) mencatat bahwa media sosial memungkinkan pesan kampanye disebarluaskan dengan cepat dan efisien kepada audiens yang lebih luas. Media sosial juga memungkinkan personalisasi pesan agar sesuai dengan kebutuhan dan preferensi audiens tertentu, misalnya pemilih muda yang cenderung lebih responsif terhadap konten visual dan naratif yang menarik di platform seperti Instagram dan TikTok.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus untuk menganalisis strategi kampanye pasangan Sherly Tjoanda Laos dan Sarbin Sehe dalam Pemilihan Gubernur Maluku Utara 2024. Metode studi kasus dipilih karena kemampuannya untuk menyajikan pemahaman yang komprehensif mengenai dinamika kampanye politik di wilayah Maluku Utara. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan atau kegagalan strategi kampanye pasangan calon dalam memperoleh dukungan publik. Informan penelitian terdiri dari masyarakat Maluku Utara yang menjadi sasaran kampanye pasangan ini, mencakup berbagai elemen, seperti pemilih muda, pengguna media sosial, serta kelompok masyarakat di daerah terpencil yang lebih rentan dipengaruhi oleh metode kampanye langsung, seperti pertemuan tatap muka dan mobilisasi massa.



Gambar 1. Model Kampanye Ostergaard

Sumber: Hasna & Budiwaspada, 2024

Proses kampanye dimulai dengan identifikasi permasalahan utama dalam menjangkau berbagai segmen pemilih di Maluku Utara, yang mencakup kelompok muda aktif di media digital dan masyarakat tradisional dengan keterbatasan akses internet. Setelah masalah tersebut teridentifikasi, langkah berikutnya adalah merancang strategi kampanye yang mengintegrasikan media digital, seperti TikTok dan Instagram, untuk menarik perhatian pemilih muda, serta media tradisional, seperti televisi, radio, dan media cetak, untuk menjangkau segmen masyarakat yang lebih konvensional. Taktik kampanye yang diterapkan meliputi penyelenggaraan acara besar, pendekatan personal melalui metode *door-to-door*, debat publik untuk menyampaikan visi dan misi, serta penguatan budaya lokal guna menciptakan kedekatan emosional dengan pemilih. Pada tahap selanjutnya, kampanye difokuskan pada peningkatan pemahaman pemilih mengenai program kerja pasangan calon melalui konten digital yang informatif, klarifikasi terhadap kampanye negatif, serta publikasi visi dan misi secara berkesinambungan. Selanjutnya, tahap berikutnya bertujuan untuk mengubah sikap pemilih dengan pendekatan berbasis emosional dan budaya lokal, didukung oleh interaksi langsung, baik melalui media digital maupun kegiatan tatap muka. Langkah kelima adalah mengoptimalkan keterampilan tim kampanye dalam memanfaatkan media digital secara kreatif dan profesional untuk menjangkau audiens yang lebih luas serta merespons tantangan, seperti kampanye negatif, dengan strategi yang efektif. Hasil dari upaya-upaya tersebut tercermin dalam perubahan perilaku pemilih, yang ditandai dengan peningkatan dukungan terhadap pasangan calon, partisipasi aktif dalam acara kampanye, serta kehadiran mereka di tempat pemungutan suara. Terakhir, perubahan perilaku pemilih ini berkontribusi pada peningkatan elektabilitas pasangan calon, memperbesar peluang kemenangan, dan menunjukkan keberhasilan strategi yang terstruktur melalui kombinasi media modern, pendekatan personal, dan adaptasi lokal (Hasna & Budiwaspada, 2024).

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Hasil

3.1.1 Temuan Penelitian

Responden 1, seorang pemilih muda yang aktif menggunakan media sosial, mengungkapkan pendapatnya tentang kampanye pasangan Sherly Tjoanda Laos dan Sarbin Sehe yang banyak memanfaatkan media sosial. Menurutnya, kampanye ini sangat menarik karena menggunakan format modern yang mudah diakses oleh pemilih muda, seperti dirinya. Mereka memanfaatkan platform media sosial seperti Instagram, TikTok, dan YouTube dengan cara yang kreatif untuk menyampaikan pesan-pesan kampanye. Salah satu metode yang paling efektif menurutnya adalah sesi tanya jawab langsung di Instagram, yang memungkinkan masyarakat untuk bertanya dan mendapatkan jawaban

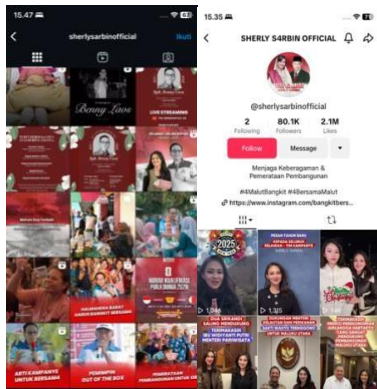


langsung dari pasangan calon. Konten kampanye yang disajikan juga sangat relevan, seperti video pendek yang menjelaskan program kerja dengan cara yang sederhana dan mudah dipahami. Selain itu, pasangan calon ini tidak hanya mengunggah konten satu arah, tetapi juga melibatkan audiens, misalnya melalui kolom komentar atau survei singkat. Pendekatan ini, menurut responden, membuatnya merasa bahwa pasangan calon benar-benar peduli dengan aspirasi pemilih, terutama generasi muda. Responden juga menambahkan bahwa pendekatan ini sangat mempengaruhi keputusan memilihnya. Sebagai pemilih muda, ia cenderung mendukung kandidat yang mampu memanfaatkan teknologi dengan baik untuk berkomunikasi, karena ini menunjukkan keselarasan dengan perkembangan zaman. Melalui media sosial, ia merasa dapat melihat sisi personal pasangan calon ini, yang membuatnya lebih percaya pada mereka. Selain itu, interaksi langsung di platform media sosial, di mana ia bisa langsung mengajukan pertanyaan dan mendapatkan jawaban yang jelas dan masuk akal, membuatnya lebih yakin terhadap program yang ditawarkan. Ia juga mencatat bahwa pasangan calon ini fokus pada isu-isu yang relevan bagi generasi muda, seperti pendidikan, lingkungan, dan lapangan kerja, yang membuatnya merasa bahwa suara mereka dihargai dan akan diperjuangkan jika pasangan calon terpilih.

Responden 2, seorang relawan kampanye, menjelaskan perannya yang cukup beragam dalam tim kampanye. Ia aktif membantu menyebarkan informasi melalui media sosial dan kegiatan lapangan. Di media sosial, ia membagikan konten kampanye seperti infografis, video pendek, dan artikel yang positif tentang pasangan calon. Selain itu, ia juga terlibat dalam diskusi daring untuk menjawab pertanyaan masyarakat. Namun, ia mengungkapkan bahwa sering kali ia harus menghadapi komentar negatif atau pertanyaan kritis yang memerlukan jawaban berbasis fakta dan sopan. Secara luring, ia ikut terlibat dalam kunjungan ke desa-desa, terutama di daerah yang sulit dijangkau oleh tim utama, untuk menyampaikan informasi tentang program kerja pasangan calon dan mendengarkan aspirasi masyarakat. Ia juga membantu mengatur acara kampanye, seperti debat publik dan pertemuan dengan komunitas lokal. Selain itu, sebagai koordinator relawan, ia memastikan bahwa setiap anggota tim memahami tugas mereka dengan baik dan bahwa informasi kampanye tersampaikan dengan benar. Mengenai strategi kampanye, responden ini merasa bahwa kombinasi pendekatan daring dan luring terbukti cukup efektif. Media sosial memungkinkan mereka untuk menjangkau pemilih muda dan masyarakat di daerah perkotaan dengan cepat dan efisien. Namun, tantangan muncul ketika mereka melakukan kampanye di daerah terpencil dengan akses terbatas terhadap internet. Dalam beberapa kasus, mereka bekerja sama dengan tokoh masyarakat setempat untuk menyampaikan pesan kampanye, yang sangat efektif mengingat pengaruh tokoh-tokoh tersebut di komunitas lokal. Responden juga mencatat bahwa menjaga konsistensi pesan kampanye menjadi tantangan, karena sering kali informasi disampaikan oleh banyak pihak yang berisiko menimbulkan miskomunikasi. Meskipun demikian, ia merasa bahwa strategi ini berhasil meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pasangan calon, dan banyak masyarakat yang awalnya tidak tahu tentang program kerja mereka kini mulai mendukung pasangan ini. Ia merasa bangga menjadi bagian dari tim kampanye ini, karena strategi yang dijalankan tidak hanya efektif, tetapi juga memberikan dampak positif bagi masyarakat.

3.1.2 Strategi Kampanye (Model Kampanye Ostergaard)

Dalam menganalisis strategi kampanye pasangan Sherly Tjoanda Laos dan Sarbin Sehe, penelitian ini mengadopsi model kampanye Ostergaard sebagai kerangka teoritis. Model ini memberikan panduan yang jelas dalam memahami berbagai tahap dan elemen yang membentuk strategi kampanye politik yang efektif, termasuk komunikasi pesan, pemilihan saluran media, serta taktik yang digunakan untuk memobilisasi dukungan masyarakat. Penerapan model ini memungkinkan peneliti untuk mengevaluasi bagaimana berbagai faktor dalam kampanye dapat saling berinteraksi untuk mencapai tujuan akhir, yaitu meningkatkan elektabilitas dan memenangkan dukungan pemilih.

Tabel 1. Strategi Kampanye Model Ostergaard

Model Kampanye Ostegaard	Penjelasan	Gambar/Video/Artikel
<i>Problem</i>	Perbedaan akses teknologi antara pemilih muda yang aktif di media digital dan masyarakat tradisional yang kurang terpapar internet.	https://diskominfo.kotimkab.go.id/teknologi-digital-makin-canggih-menkominfo-yakin-pemilu-2024-berjalan-transparan/ Artikel ini memuat pemaparan antara perbedaan perkembangan teknologi terhadap perkembangan pemilu.
<i>Campaign</i>	Mengintegrasikan media digital (TikTok, Instagram) untuk pemilih muda dan media tradisional (radio, televisi) untuk masyarakat konvensional.	 <p>Instagram @sherlysabinofficial dan Tiktok @sherlysabinofficial</p>
<i>Knowledge</i>	Konten digital informatif, klarifikasi kampanye negatif, dan publikasi visi-misi secara konsisten untuk meningkatkan pemahaman pemilih tentang pasangan calon.	 <p>Sumber: IG @sherlysabinofficial</p>
<i>Attitude</i>	Pendekatan emosional dan penguatan budaya lokal melalui keterlibatan masyarakat dan tokoh lokal untuk menciptakan kedekatan emosional dengan pemilih secara langsung turun ke lapangan.	 <p>Sumber: Tiktok @sherlysabinofficial</p>

Skill

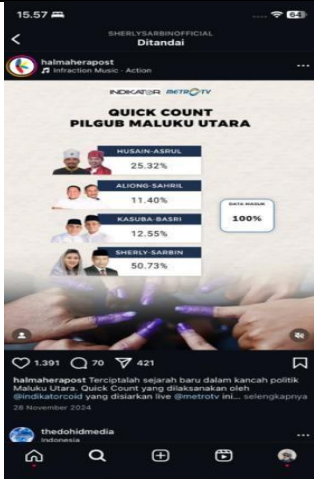
Penguatan program kerja unggulan dan visi misi.



Sumber: IG @sherlysabinofficial

Behavior

Peningkatan dukungan terhadap pasangan calon dapat dilihat dari hasil QuickCount berdasarkan data penyebaran indicator oleh Metro TV, partisipasi aktif dalam kampanye dan pemilu menunjukkan perubahan perilaku pemilih yang tercapai dari strategi.



Sumber: @halmaherapost

Reduce Problem

Peningkatan dukungan, partisipasi, dan peluang kemenangan pasangan calon menunjukkan keberhasilan dari strategi yang terintegrasi.

<https://www.tempo.co/politik/kpu-tetapkan-sherly-tjoanda-sarbin-sehe-raih-suara-terbanyak-di-pilkada-maluku-utara-1179055>
Tempo mempublish kemenangan mutlak oleh Sherly & Sarbin. Dari artikel ini dapat juga ramai dukungan masyarakat yang hadir.

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi efektivitas strategi kampanye pasangan Sherly Tjoanda Laos dan Sarbin Sehe pada Pilgub Maluku Utara 2024 dengan fokus pada pemanfaatan media, taktik kampanye, dan mobilisasi massa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi kampanye yang diterapkan pasangan ini sangat efektif dalam meraih dukungan publik. Integrasi media digital seperti TikTok dan Instagram memungkinkan mereka menjangkau pemilih muda secara luas dan interaktif, sementara penggunaan media tradisional seperti radio dan televisi memastikan pesan kampanye mereka juga menjangkau segmen masyarakat yang kurang terpapar teknologi digital. Selain itu, pendekatan personal melalui kunjungan dari rumah ke rumah dan keterlibatan tokoh masyarakat setempat memperkuat hubungan emosional dengan pemilih, menciptakan citra positif, dan meningkatkan kepercayaan publik terhadap pasangan calon. Respons profesional terhadap kampanye negatif, dengan menekankan klarifikasi fakta dan memperkuat program kerja, juga berkontribusi pada keberhasilan strategi kampanye ini. Temuan penelitian ini diperoleh melalui pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus yang mendalam. Data dikumpulkan melalui beberapa teknik, yaitu wawancara mendalam dengan berbagai responden kunci seperti pemilih muda, relawan kampanye, dan tokoh masyarakat; observasi partisipan terhadap berbagai kegiatan kampanye seperti debat publik, pertemuan terbuka, dan acara sosial; serta analisis dokumen yang mencakup materi kampanye digital dan tradisional seperti unggahan media sosial, brosur, poster, dan laporan media. Wawancara dengan responden memberikan wawasan langsung tentang persepsi dan pengalaman mereka terhadap strategi kampanye, sementara observasi partisipan memungkinkan peneliti melihat langsung

implementasi taktik kampanye di lapangan. Analisis dokumen memberikan konteks tambahan mengenai bagaimana pesan kampanye diformulasikan dan disebarluaskan. Semua data ini kemudian dianalisis secara tematis untuk mengidentifikasi pola-pola utama yang mendukung keberhasilan strategi kampanye Sherly Laos dan Sarbin Sehe. Strategi penggunaan media digital yang dilakukan Sherly Laos dan Sarbin Sehe terbukti sangat efektif dalam menjangkau pemilih muda yang merupakan segmen penting dalam pemilihan gubernur. Platform seperti TikTok dan Instagram memungkinkan pesan kampanye disampaikan dalam format yang kreatif dan mudah diakses, sehingga menciptakan interaksi dua arah yang meningkatkan keterlibatan pemilih. Misalnya, sesi tanya jawab langsung di Instagram Stories memberikan kesempatan bagi pemilih untuk berinteraksi langsung dengan kandidat, sehingga memperkuat transparansi dan kepercayaan. Di sisi lain, penggunaan media tradisional seperti radio dan televisi memastikan pesan kampanye juga menjangkau pemilih di daerah terpencil yang mungkin memiliki akses internet terbatas. Pendekatan personal melalui kunjungan dari rumah ke rumah dan keterlibatan tokoh masyarakat setempat membantu membangun hubungan emosional yang lebih dalam dengan pemilih, yang menunjukkan komitmen pasangan kandidat terhadap kebutuhan dan aspirasi masyarakat setempat. Respons profesional terhadap kampanye negatif, yang melibatkan klarifikasi fakta dan penekanan pada program kerja, menunjukkan integritas dan kredibilitas pasangan kandidat, yang sangat dihargai oleh pemilih dan meningkatkan kepercayaan publik.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori Almond dan Powell (2020) yang menekankan pentingnya membangun kepercayaan publik terhadap kampanye politik sebagai fondasi utama untuk meraih dukungan pemilih. Pemanfaatan media digital interaktif mendukung pandangan Norris (2001) tentang peran media sosial dalam menciptakan komunikasi dua arah yang lebih inklusif antara kandidat dan pemilih. Selain itu, penelitian ini juga memperkuat temuan Haris (2018) tentang efektivitas pendekatan berbasis komunitas lokal dalam kampanye politik di daerah dengan keberagaman budaya. Pendekatan yang memadukan media digital dan tradisional serta mengadaptasi strategi kampanye dengan konteks lokal menunjukkan bagaimana teori-teori tersebut dapat diimplementasikan secara praktis untuk mencapai keberhasilan kampanye. Integrasi teknologi modern dan pendekatan tradisional juga menambah dimensi baru pada literatur kampanye politik, yang menunjukkan bahwa kombinasi strategi adaptif dan kontekstual dapat meningkatkan efektivitas kampanye di lingkungan yang beragam seperti Maluku Utara. Penelitian ini mengusulkan modifikasi teori kampanye digital dengan penekanan pada pentingnya mengintegrasikan strategi komunikasi modern dan pendekatan tradisional untuk mencapai keberhasilan kampanye yang lebih inklusif dan efektif. Dalam masyarakat yang beragam seperti Maluku Utara, kombinasi ini memungkinkan kampanye tidak hanya menjangkau pemilih muda melalui media digital tetapi juga membangun kedekatan emosional dengan masyarakat melalui interaksi langsung dan keterlibatan tokoh lokal. Penelitian ini menunjukkan bahwa inovasi teknologi dalam kampanye politik harus diimbangi dengan pemahaman yang mendalam tentang konteks sosial dan budaya setempat untuk memastikan bahwa pesan kampanye diterima dengan baik dan relevan dengan kebutuhan masyarakat. Teori kampanye digital dapat mencakup dimensi lokal dan pribadi, yang memperkaya pemahaman tentang bagaimana teknologi dan pendekatan tradisional dapat saling melengkapi dalam strategi kampanye politik modern.

3.1.3 Efektivitas Strategi Kampanye

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, hasil dan pembahasan menunjukkan efektivitas strategi kampanye pasangan Sherly Laos dan Sarbin Sehe pada Pilgub Maluku Utara 2024. Strategi tersebut memadukan pendekatan modern melalui media digital, serta pendekatan tradisional dengan memanfaatkan keterlibatan langsung dengan masyarakat. Tabel di bawah ini merangkum temuan utama penelitian ini.

Tabel 2. Efektivitas Kampanye Sherly & Sarbin Pilgub Maluku Utara 2024

Aspek	Strategi yang Digunakan	Efektivitas
Media	Penggunaan media digital seperti TikTok dan Instagram untuk menjangkau pemilih muda; media tradisional seperti radio dan televisi untuk orang-orang dengan akses internet terbatas.	Memperluas jangkauan pesan kampanye, menciptakan interaksi dua arah dengan pemilih muda, dan menjangkau segmen masyarakat yang tidak terpapar teknologi digital.
Taktik Kampanye	Kampanye dari pintu ke pintu, melibatkan pemimpin masyarakat setempat, sesi tanya jawab langsung melalui Instagram, dan penguatan program kerja melalui diskusi publik.	Meningkatkan hubungan emosional dengan pemilih, membangun citra positif, dan memberikan transparansi dan kepercayaan publik pada pasangan kandidat.
Mobilisasi Massa	Mengorganisir acara besar seperti pertemuan terbuka dan keterlibatan dalam acara lokal; bekerja sama dengan para pemimpin masyarakat dan pemimpin adat.	Meningkatkan kesadaran publik terhadap pasangan kandidat, menarik dukungan akar rumput, dan memperkuat hubungan dengan berbagai komunitas.
Tanggapan terhadap Tantangan	Mengklarifikasi fakta terkait kampanye negatif, menekankan program kerja, dan memperkuat narasi positif di media sosial.	Meningkatkan kredibilitas pasangan calon di mata publik dan menjaga fokus pada isu-isu yang relevan dengan masyarakat.
Hasil Keseluruhan	Kombinasi strategi modern (digital) dan tradisional, dengan pendekatan personal dan adaptasi lokal.	Strategi holistik ini telah berhasil meningkatkan keterlibatan pemilih, membangun kepercayaan, dan memberikan dampak positif pada peluang keberhasilan pasangan kandidat.

3.2 Pembahasan

Penelitian ini mengevaluasi efektivitas strategi kampanye pasangan Sherly Tjoanda Laos dan Sarbin Sehe dalam Pilgub Maluku Utara 2024, dengan fokus pada pemanfaatan media, taktik kampanye, dan mobilisasi massa. Temuan menunjukkan bahwa penggunaan media digital seperti TikTok dan Instagram sangat efektif dalam menjangkau pemilih muda. Media sosial memungkinkan pasangan calon berkomunikasi secara kreatif dan interaktif, memperkuat komunikasi dua arah dengan pemilih. Hal ini sejalan dengan pendapat Norris (2001) tentang pentingnya media sosial untuk menciptakan interaksi yang lebih inklusif antara kandidat dan pemilih. Melalui sesi tanya jawab langsung di Instagram Stories, pemilih dapat berinteraksi langsung dengan pasangan calon, yang meningkatkan transparansi dan membangun kepercayaan publik. Walaupun media sosial memiliki peran besar, temuan juga menunjukkan bahwa media tradisional seperti radio dan televisi penting untuk menjangkau pemilih di daerah terpencil yang tidak memiliki akses internet. Hal ini mendukung pandangan Almond dan Powell (2020), yang menyatakan bahwa kampanye politik harus mencakup berbagai saluran komunikasi agar pesan dapat diterima oleh semua lapisan masyarakat. Selain itu, pendekatan personal yang melibatkan kunjungan rumah ke rumah dan keterlibatan tokoh masyarakat setempat juga terbukti efektif dalam mempererat hubungan dengan pemilih. Pendekatan ini sesuai dengan temuan Haris (2018) mengenai pentingnya strategi berbasis komunitas lokal, terutama di daerah dengan keberagaman budaya. Keterlibatan tokoh masyarakat juga memperkuat citra positif pasangan calon di mata pemilih lokal dan mempercepat penerimaan pesan kampanye. Terkait dengan kampanye negatif, pasangan Sherly Laos dan Sarbin Sehe mampu merespons dengan cara yang

profesional, dengan menekankan klarifikasi fakta dan memperkuat program kerja mereka. Respons ini membantu memperbaiki citra pasangan calon dan meningkatkan kredibilitas mereka, sesuai dengan pandangan Budiarto (2022), yang menekankan bahwa respons yang bijak terhadap kampanye negatif dapat memperbaiki citra kandidat. Penelitian ini juga mengusulkan perubahan terhadap teori kampanye digital, dengan penekanan pada pentingnya menggabungkan strategi komunikasi modern dan pendekatan tradisional. Dalam masyarakat Maluku Utara yang beragam, penggunaan kedua pendekatan ini memungkinkan pasangan calon untuk menjangkau pemilih muda melalui media digital sambil tetap membangun kedekatan emosional dengan masyarakat melalui interaksi langsung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa teknologi dan pendekatan tradisional dapat saling melengkapi untuk mencapai kampanye yang lebih efektif.

4. Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi kampanye pasangan Sherly Laos dan Sarbin Sehe pada Pilgub Maluku Utara 2024 telah mencapai efektivitas yang signifikan melalui pendekatan strategis yang memadukan inovasi teknologi, metode tradisional, dan adaptasi lokal. Dalam memanfaatkan media digital, pasangan ini menggunakan platform seperti TikTok dan Instagram untuk menyampaikan pesan kampanye mereka dengan cara yang menarik dan relevan bagi pemilih muda. Media sosial memungkinkan pasangan ini untuk membuat narasi interaktif, seperti melalui sesi tanya jawab langsung, yang meningkatkan keterlibatan generasi muda sekaligus memperkuat transparansi dan kepercayaan terhadap kandidat. Pendekatan ini berhasil menjawab kebutuhan anak muda yang cenderung mencari informasi melalui teknologi modern. Di sisi lain, mereka masih memanfaatkan media tradisional, seperti radio dan televisi, untuk menjangkau segmen masyarakat yang memiliki akses internet terbatas. Strategi ini menunjukkan bahwa pasangan Sherly Laos dan Sarbin Sehe memahami pentingnya inklusivitas dalam kampanye politik, memastikan bahwa setiap kelompok masyarakat dapat mengakses informasi tentang visi, misi, dan program kerja mereka. Dengan cara ini, pasangan calon tidak hanya berhasil menjangkau masyarakat perkotaan yang lebih modern, tetapi juga melibatkan masyarakat di daerah terpencil yang sering kali kurang terjangkau. Selain memanfaatkan media, pasangan Sherly Laos dan Sarbin Sehe juga menonjol dalam menerapkan pendekatan personal melalui kunjungan langsung ke rumah warga dan melibatkan tokoh masyarakat setempat. Langkah ini tidak hanya memperkuat hubungan emosional dengan pemilih, tetapi juga menciptakan persepsi bahwa pasangan calon benar-benar peduli dan berkomitmen untuk memahami dan menyelesaikan masalah lokal. Kehadiran langsung pasangan calon di tengah masyarakat memungkinkan mereka untuk mendengar aspirasi secara langsung, sehingga program kerja yang disampaikan dapat lebih relevan dengan kebutuhan masyarakat setempat.

Menanggapi kampanye negatif juga menjadi salah satu kekuatan pasangan calon ini. Dengan pendekatan profesional yang menekankan pada klarifikasi fakta dan penguatan program kerja, mereka berhasil menjaga kredibilitas dan fokus pada isu-isu yang relevan dengan masyarakat. Strategi ini tidak hanya membantu pasangan calon mempertahankan citra positif di tengah persaingan politik yang ketat, tetapi juga menunjukkan integritas dan komitmen mereka untuk memberikan solusi nyata bagi masyarakat. Studi ini menekankan pentingnya mengintegrasikan pendekatan modern dan tradisional dalam kampanye politik. Inovasi teknologi, seperti penggunaan media digital, perlu diimbangi dengan pendekatan personal dan adaptasi lokal untuk memastikan pesan kampanye diterima secara luas dan relevan dengan kebutuhan masyarakat. Strategi ini terbukti tidak hanya meningkatkan kesadaran dan keterlibatan pemilih, tetapi juga membangun hubungan emosional yang lebih dalam antara pasangan kandidat dan masyarakat. Dalam wilayah yang beragam seperti Maluku Utara, kombinasi pendekatan ini memungkinkan kampanye menjadi lebih inklusif, efektif, dan relevan dengan tantangan lokal. Hasil penelitian ini memberikan wawasan berharga tidak hanya bagi pasangan Sherly Laos dan Sarbin Sehe, tetapi juga bagi kandidat lain yang ingin meningkatkan efektivitas kampanye politik mereka di masa mendatang. Strategi yang diterapkan pasangan ini dapat menjadi model yang relevan untuk

diterapkan, terutama di daerah dengan keragaman budaya dan geografis yang tinggi. Pendekatan holistik ini, yang mencakup penggunaan media digital, keterlibatan langsung dengan masyarakat, dan adaptasi lokal, merupakan bukti bahwa keberhasilan kampanye politik tidak hanya bergantung pada teknologi, tetapi juga pada kemampuan untuk memahami dan menanggapi kebutuhan masyarakat secara keseluruhan. Studi ini memberikan kontribusi penting bagi literatur politik modern, menekankan bahwa kombinasi strategi adaptif dan kontekstual dapat meningkatkan efektivitas kampanye, terutama dalam lingkungan politik yang semakin kompleks dan dinamis.

5. Ucapan Terima Kasih

Kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam mendukung penelitian ini hingga selesai. Apresiasi yang tulus kami sampaikan kepada para responden, termasuk pemilih muda, relawan kampanye, dan tokoh masyarakat di Maluku Utara, yang telah menyumbangkan waktu dan berbagi wawasan berharga tentang strategi kampanye politik di wilayah tersebut. Kontribusi mereka tidak hanya memperkaya hasil penelitian ini, tetapi juga memberikan perspektif yang mendalam tentang dinamika politik lokal. Kami juga mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Universitas Bakrie, khususnya kepada dosen pembimbing dan rekan sejawat, yang telah memberikan arahan, kritik yang membangun, dan dukungan moral selama proses penelitian. Kami juga menghargai dukungan logistik dan teknis yang diberikan oleh lembaga ini, yang memungkinkan penelitian ini terlaksana. Selain itu, kami ingin mengucapkan terima kasih kepada tim kampanye Sherly Laos dan Sarbin Sehe yang telah memberikan akses ke dokumen internal, serta kesediaan mereka untuk diwawancarai dan berbagi pengalaman langsung di lapangan. Kolaborasi ini sangat membantu dalam memahami strategi yang digunakan dan dampaknya terhadap masyarakat. Terakhir, kami juga mengucapkan terima kasih atas dukungan dari keluarga dan sahabat, yang senantiasa memberikan motivasi dan dukungan emosional selama proses penelitian yang penuh tantangan ini. Penelitian ini tidak akan mungkin terlaksana tanpa kehadiran dan kontribusi dari berbagai pihak yang terlibat. Semoga hasil penelitian ini bermanfaat bagi pengembangan strategi kampanye politik yang lebih inklusif dan efektif di masa mendatang.

6. Daftar Pustaka

- Almond Gabriel, A., & Powell, G. B. (2000). *Comparative politics today: A world view*.
- Andriana, N. (2022). Pandangan partai politik terhadap media sosial sebagai salah satu alat komunikasi politik untuk mendekati pemilih muda (Gen Y dan Z): Studi kasus PDI-P dan PSI. *Jurnal Penelitian Politik*, 19(1), 51-66.
- BBC News Indonesia. (2024). Pemilihan gubernur Maluku Utara: Tantangan dan harapan. Diakses dari <https://www.bbc.com/indonesia/politik/malut2024>.
- Duku, S. (2013). Mengenal Kampanye Komunikasi. *Wardah*, 14(1), 71-85. <https://doi.org/10.19109/wardah.v14i1.248>.
- Fatimah, S. (2018). Kampanye sebagai Komunikasi Politik. *Resolusi: Jurnal Sosial Politik*, 1(1), 5-16. <https://doi.org/10.32699/resolusi.v1i1.154>.
- Gracia, M. S. (2020). Efektivitas Kampanye Politik di Instagram Untuk Mempengaruhi Niat Memilih. *COMMENTATE: Journal of Communication Management*, 1(1), 72-82.

- JUANDANILSYAH, J. (2024). DINAMIKA STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK DALAM MEMBANGUN KESADARAN PUBLIK STUDI PADA KAMPANYE PILKADA DAN PILGUB 2024 DI KOTA MATARAM. *GANEC SWARA*, 18(4), 1993-1999. <https://doi.org/10.35327/gara.v18i4.1077>.
- Meifilina, A. (2021). Media sosial sebagai strategi komunikasi politik Partai Golkar dalam melakukan pendidikan politik. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 3(2), 101-110. <https://doi.org/10.33366/jkn.v3i2.80>.
- Noorikhshan, F. F., Ramdhani, H., Sirait, B. C., & Khoerunisa, N. (2023). Dinamika Internet, Media Sosial, dan Politik di Era Kontemporer: Tinjauan Relasi Negara-Masyarakat. *Journal of Political Issues*, 5(1), 95-109.
- Norris, P. (2000, April). The worldwide digital divide. In *Paper for the Annual Meeting of the Political Studies Association of the UK, London School of Economics and Political Science* (pp. 10-13).
- Putranto, A. (2024). *Komunikasi Politik*. Cendikia Mulia Mandiri.
- Putri, S., & Wibawa, D. P. (2023). Peran media sosial dalam keterlibatan politik generasi z. *Indo-MathEdu Intellectuals Journal*, 4(3), 2014-2027. <https://doi.org/10.54373/imeij.v4i3.461>.
- Rahmah, S. (2021). Personal branding ganjar pranowo untuk membangun komunikasi politik di media sosial instagram. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1), 94-101. <https://doi.org/10.30596/interaksi.v5i1.5584>.
- Smith, K. N. (2011). Social media and political campaigns.
- SUWITO, S. (2016). *STRATEGI KOMUNIKASI POLITIKDALAM KAMPANYE PEMENANGAN PEMILIHAN KEPALA DAERAH (Studi Deskriptif Tim Pemenangan Hendrar Prihadi–Hevearita Gunaryanti dalam Pemilukada Kota Semarang Tahun 2015)* (Doctoral dissertation, Universitas Wahid Hasyim).
- Tamim, F. M., & Zamzamy, A. (2023). Strategi Komunikasi Politik Partai Gerindra dalam Meningkatkan Partisipasi Politik Pemilih Muda melalui Media Sosial Twitter pada Pemilu Tahun 2024. *JiIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(10), 8040-8046. <https://doi.org/10.54371/jiip.v6i10.3028>.
- Zahid, A. (2019). Sensualitas Media Sosial di Era Globalisasi (Kajian Sosiologi Media McLuhan sebagai Analisis Media Masa Kini). *Jurnal Sosiologi USK (Media Pemikiran & Aplikasi)*, 13(1), 1-15. <https://doi.org/10.24815/jsu.v13i1.13030>.
- Zempi, C. N., Kuswanti, A., & Maryam, S. (2023). Analisis Peran Media Sosial Dalam Pembentukan Pengetahuan Politik Masyarakat. *Ekspresi Dan Persepsi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(1), 116-123. <https://doi.org/10.33822/jep.v6i1.5286>.
- Zulkarnaen, F., Adara, A. S., Rahmawati, A., Wartadiayu, L., & Pamungkas, M. D. (2020). Partisipasi politik pemilih milenial pada pemilu di Indonesia. *Jurnal Politikom Indonesiana*, 5(2), 55-63. <https://doi.org/10.35706/jpi.v5i2.4554>.