

ELEKTABILITAS CALON PRESIDEN: REALITAS ATAU PENGGINGRAN OPINI?

Agus Setiaman¹, Sarah Amarissa Girsang²

^{1,2}Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Padjadjaran, Bandung, Indonesia

Email: ¹agus.setiaman@unpad.ac.id ²sarahgirsang@gmail.com

ABSTRAK. Presiden adalah seseorang yang terpilih untuk memimpin sebuah negara. Di Indonesia, seorang pemimpin negara disebut presiden karena menganut sistem pemerintahan yang demokrasi. Pemilihan calon presiden disebut dengan Pemilu (Pemilihan Umum) dan diadakan setiap lima tahun sekali. Pemilu bertujuan untuk memilih pemimpin dan wakil rakyat yang akan mewakili kepentingan masyarakat dalam mengambil keputusan politik dan mengelola pemerintahan. Pemilu adalah salah satu prinsip dasar demokrasi, di mana kekuasaan politik diberikan kepada rakyat melalui hak pilih mereka. Dalam sebuah pemilu, warga negara yang memenuhi syarat memiliki hak untuk memilih calon yang mereka anggap paling layak untuk menjabat. Pentingnya elektabilitas calon presiden di Indonesia dapat dilihat dari beberapa aspek. Pertama, elektabilitas mencerminkan kepercayaan dan dukungan publik terhadap seorang calon. Calon presiden yang memiliki elektabilitas tinggi menunjukkan bahwa mereka berhasil membangun citra yang kuat dan meraih kepercayaan dari sebagian besar pemilih. Kedua, elektabilitas juga memiliki implikasi langsung terhadap strategi kampanye dan pemilihan. Calon dengan elektabilitas tinggi cenderung memiliki lebih banyak sumber daya dan dukungan politik untuk mengorganisir kampanye yang efektif. Namun, pentingnya elektabilitas juga menimbulkan tantangan dan perhatian. Proses pengukuran elektabilitas dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti metode survei, bias media, dan persepsi publik yang terkadang dapat mempengaruhi hasilnya. Oleh karena itu, penting bagi pemilih dan masyarakat untuk secara kritis menganalisis informasi elektabilitas calon presiden yang disampaikan dan mengambil keputusan yang berdasarkan pemahaman yang baik. Meskipun hasil elektabilitas dapat mempengaruhi pemilihan, pemilih harus berhati-hati agar tidak hanya mengandalkan elektabilitas tanpa memahami visi dan program calon. Masyarakat perlu berhati-hati terhadap agenda politik yang dapat memanipulasi opini. Disarankan agar melakukan riset mandiri, memperoleh informasi yang lebih rinci, dan mengembangkan literasi politik untuk membuat keputusan yang berdasarkan pemikiran yang matang.

Kata-kata Kunci: Pemilihan Umum; Elektabilitas; Calon Presiden; Politik

PRESIDENTIAL CANDIDATE ELECTABILITY: REALITY OR OPINION DRIVING?

ABSTRACT. The president is someone who is elected to lead a country. In Indonesia, a state leader is called the president because he adheres to a democratic system of government. The election for a presidential candidate is called the General Election (Election) and is held every five years. Elections aim to elect leaders and representatives of the people who will represent the interests of society in making political decisions and managing government. Elections are one of the basic principles of democracy, in which political power is given to the people through their right to vote. In an election, eligible citizens have the right to vote for the candidate they deem most fit for office. The importance of the electability of presidential candidates in Indonesia can be seen from several aspects. First, electability reflects the public's trust and support for a candidate. Presidential candidates who have high electability show that they have succeeded in building a strong image and gaining the trust of the majority of voters. Second, electability also has direct implications for campaign and election strategies. Candidates with high electability tend to have more resources and political support to organize effective campaigns. However, the importance of electability also raises challenges and concerns. The electability measurement process can be influenced by various factors such as survey methods, media bias, and public perception which can sometimes influence the results. Therefore, it is important for voters and the public to critically analyze the electability information submitted by presidential candidates and make decisions based on good understanding. Although electability results can influence elections, voters must be careful not to rely solely on electability without understanding the candidate's vision and program. Society needs to be careful of political agendas that can manipulate opinion. It is recommended to conduct independent research, obtain more detailed information, and develop political literacy to make informed decisions.

Keywords: General Elections; Electability; Presidential Candidate; Politics

PENDAHULUAN

Menurut Samuel P. Huntington, seorang ilmuwan politik terkenal, mengatakan bahwa pemilu adalah salah satu komponen penting dalam demokrasi. Menurutnya, pemilu adalah

proses yang memungkinkan rakyat untuk memilih para pemimpin mereka secara bebas dan kompetitif. Pemilu juga diatur oleh undang-undang dan keputusan hukum di setiap negara. Di Indonesia, pemilu diatur oleh Mahkamah Konstitusi dan pelaksanaannya diawasi langsung

oleh Badan Pengawas Pemilihan Umum (Bawaslu)

Dalam waktu yang dekat, Pemilu akan kembali diadakan di Indonesia, tepatnya pada tahun 2024. Untuk memilih calon presiden yang sesuai dengan keinginan masyarakat, berbagai lembaga survei sudah membuat survei calon presiden untuk mengetahui elektabilitas Calon Presiden atau Capres yang sesuai dengan pilihan rakyat. Elektabilitas seorang calon presiden mengacu pada tingkat popularitas dan dukungan yang diterima oleh calon tersebut dari pemilih dalam pemilihan presiden. Istilah ini menggambarkan kemungkinan atau potensi seorang calon untuk memenangkan pemilihan berdasarkan dukungan yang mereka terima dari pemilih. Survei ini berisikan beberapa pertanyaan yang dapat mewakili calon presiden pilihan rakyat.

Dari berbagai lembaga survei yang menyediakan survei untuk mengetahui elektabilitas calon presiden, terdapat tiga nama yang selalu memiliki persentase unggul. Ketiga nama tersebut adalah Prabowo Subianto, Anies Baswedan, dan Ganjar Pranowo.

Menurut survei yang dilakukan oleh Lembaga Survei Nasional (LSN) yang dilaksanakan pada 24 Mei hingga 3 Juni 2023 di 34 provinsi, hasil elektabilitas tiga calon presiden yang tengah populer belakangan ini, yaitu Prabowo Subianto, Ganjar Pranowo, dan Anies Baswedan, telah dirilis. Dalam survei tersebut, Prabowo mendapatkan tingkat elektabilitas sebesar 38,5%, diikuti oleh Ganjar dengan 32,8%, dan Anies dengan 21,9% dalam tingkat elektabilitas nasional.

Pada tanggal 4 Juni 2023, Indikator Politik Indonesia juga merilis hasil survei mengenai elektabilitas calon presiden dalam Pemilihan Presiden 2024. Dalam simulasi yang melibatkan tiga nama tersebut, Prabowo Subianto memiliki elektabilitas tertinggi, diikuti oleh Ganjar Pranowo dan Anies Baswedan. Survei ini dilakukan pada periode 26-30 Mei 2023 dengan melibatkan 1.230 responden yang dipilih secara acak melalui proses pembangkitan nomor telepon, validasi, dan screening. Pewawancara yang telah dilatih melakukan panggilan telepon untuk mengumpulkan data dalam survei tersebut.

Menjelang Pemilu 2024, hasil survei terkait calon presiden-wakil presiden semakin meluas. Bahkan, setiap bulan, berbagai lembaga survei merilis hasil survei terbaru mereka. Namun, masalahnya, banyak lembaga survei yang dituduh tidak mengikuti prinsip-prinsip

ilmiah dalam menjalankan survei mereka sehingga hanya menjadi penggiringan opini.

Permasalahan yang sering muncul adalah adanya lembaga survei yang diduga sengaja dipesan untuk memanipulasi elektabilitas calon peserta pemilu tertentu, terutama dalam konteks Pemilihan Presiden (Pilpres). Tujuan dari manipulasi ini dapat bervariasi, antara lain untuk menciptakan opini bahwa calon tersebut memiliki banyak pendukung, sehingga partai politik (parpol) akan mempertimbangkan calon tersebut atau untuk membuka jalan bagi calon tersebut untuk mendapatkan tiket pencalonan dari parpol. Selain itu, manipulasi juga dapat dilakukan untuk meyakinkan masyarakat, terutama mereka yang belum memutuskan pilihannya, bahwa calon tersebut pantas memimpin karena memiliki banyak dukungan. Namun, perlu diperhatikan bahwa manipulasi elektabilitas yang dilakukan oleh lembaga survei tersebut melanggar prinsip-prinsip kejujuran, keadilan, dan akuntabilitas yang seharusnya ditegakkan dalam proses pemilihan umum. Manipulasi semacam ini dapat merusak integritas dan validitas hasil survei, serta merugikan demokrasi dan partisipasi politik yang seharusnya didasarkan pada informasi yang akurat dan obyektif.

Oleh karena itu, penting bagi masyarakat dan pemilih untuk menjaga kewaspadaan, memeriksa reputasi dan metodologi lembaga survei, serta menggunakan informasi dari berbagai sumber untuk mendapatkan gambaran yang lebih komprehensif mengenai elektabilitas calon peserta pemilu. Dengan demikian, diharapkan pemilih dapat membuat keputusan yang berdasarkan pemahaman yang baik dan tidak terpengaruh oleh manipulasi yang mungkin terjadi.

TINJAUAN LITERATUR

Komunikasi Politik

Pendekatan komunikasi politik ini menjadikan komunikasi sebagai faktor utama dan salah satu fungsi penting dalam politik. Perlu diketahui pula bahwa dinamika pendekatan komunikasi politik mengalami peningkatan dengan hadirnya internet melalui perkembangan teknologi. Komunikasi politik secara strategis memiliki fungsi penting dalam penentuan demokrasi berdasarkan kepentingannya untuk memberikan pengaruh, perebutan, serta perlawanan akan kekuasaan para pihak elit, terutama pada pelaksanaan pemilihan umum (Sulaiman, 2013). Dinamika komunikasi

politik akan mengalami perkembangan secara pesat ketika terjadi sebuah kampanye yang dilakukan dalam pemilihan umum sebagai rangkaian dari pelaksanaan pesta demokrasi. Dalam konteks pemilihan umum, melalui komunikasi politik setiap elit politik yang terlibat dalam pemilihan akan berusaha memberikan pengaruh terhadap masyarakat untuk kemudian memperoleh dukungan dari publik melalui berbagai cara, termasuk strategi kampanye dengan memanfaatkan media massa. Sebagaimana yang disebutkan oleh Lachapelle (2005) bahwa komunikasi politik dilaksanakan berlandaskan pada pengaruh interpersonal serta strategi kampanye yang mampu dilaksanakan melalui media massa, baik koran, televisi, radio, dan masih banyak lagi.

Komunikasi politik yang dilakukan melalui kampanye biasanya akan memasukkan visi maupun misi serta program yang ditawarkan oleh elit politik di dalamnya guna dipresentasikan terhadap publik, sehingga mampu memperoleh dukungan secara maksimal. Tindakan komunikasi politik yang seringkali dilaksanakan melalui media massa juga disebut sebagai salah satu bentuk dalam pembuatan merek politik, dalam artian agar tokoh tersebut mampu lebih dikenal oleh masyarakat dalam kampanyenya. Terlebih lagi, kampanye yang dilakukan melalui media massa terbukti mampu memberikan dampak terhadap perilaku seorang individu dalam menentukan pilihannya terutama pada pemilihan umum (Gayatri, 2010). Hal ini biasanya didasarkan pada opini, persepsi, sikap, hingga perilaku yang dimiliki oleh seorang individu. Melalui hal ini, dapat dikatakan juga bahwa pada dasarnya komunikasi politik dapat dilakukan di mana saja, oleh siapa saja, dan kapan saja. Melalui dinamika komunikasi politik, kampanye yang dilaksanakan oleh aktor politik biasanya berusaha untuk memberikan pengaruh, pendapat, serta pertahanan dukungan akan kekuasaannya dalam dunia politik.

Mayoritas komunikasi politik yang dilaksanakan pada periode pemilihan umum, terutama bagi Presiden merupakan sebuah proses komunikasi politik yang akan terjadi secara berkelanjutan hingga periode pemilihan umum selesai. Proses komunikasi politik biasanya dapat berjalan dengan baik dan maksimal apabila terdapat lima aspek utama di dalamnya: Pertama, aktor atau pihak terlibat dalam unsur komunikasi politik yaitu perseorangan maupun kelompok. Kedua, pesan, dalam artian bahwa terdapat informasi maupun pesan yang disampaikan dalam pelaksanaan

komunikasi terutama dari aktor politik terhadap masyarakat publik. Ketiga, saluran dalam artian media maupun alat dalam melakukan komunikasi biasanya berupa media massa, maupun tempat-tempat khusus politik dilaksanakan. Keempat, konteks yaitu suatu situasi atau kondisi komunikasi berkaitan dengan keadaan maupun kecenderungan politik di sekitar wilayah yang mampu mempengaruhi implementasi praktik komunikasi politik. Terakhir, pengaruh dari komunikasi politik yang bersifat persuasif, dalam artian bahwa komunikasi politik berusaha memberikan perubahan beserta ajakan kepada masyarakat untuk melakukan pemilihan dalam upaya pencapaian kepentingannya (Elda, 2019).

Agenda Setting

Agenda Setting dalam pendekatan komunikasi politik yang merujuk pada peran sebuah media massa dalam memberikan informasi yang dianggap penting kepada masyarakat. Pendekatan ini dimulai ketika media massa melakukan seleksi terkait berita, artikel, hingga informasi yang akan diberikan kepada masyarakat. Pada kondisi sekarang, media massa dihimbau untuk memberikan informasi dengan benar, terutama kebenaran terkait elektabilitas calon Presiden Indonesia untuk menyambut Pemilihan Umum pada tahun 2024. Secara garis besar, teori agenda setting pada dasarnya merujuk pada kemampuan yang dimiliki oleh media massa dalam rangka mengarahkan orientasi perhatian masyarakat terhadap isu-isu politik tertentu. Di mana, media massa mampu memberikan pengaruh terhadap masyarakat publik mengenai sebuah persepsi, termasuk dalam hal politik. Maka dari itu, media massa pada saat yang sama disebutkan memiliki sebuah kekuatan atas kapabilitas dalam memberikan pengaruh terhadap agenda publik masyarakat (Tawaang, 2016).

Agenda setting biasanya berusaha untuk menggambarkan hubungan atau keterkaitan diantara beberapa surat kabar tertentu bersama dengan pembacanya pada sebuah isu permasalahan yang dirasa penting oleh media serta publik masyarakat. Agenda setting mampu mengirimkan maupun menyebarkan berbagai hal yang menonjol dalam informasi berita mereka, yang menurut mereka penting dan harus disampaikan bagi masyarakat. Terlebih lagi, agenda setting sendiri merasa bahwa media massa merupakan pusat dari masyarakat di mana masyarakat akan selalu mengarahkan perhatiannya kepada media massa untuk mendapatkan berbagai informasi berkaitan

dengan agenda publik yang dimilikinya (Rinato, 2016). Permasalahannya adalah ketika agenda setting ini dimanfaatkan dan ditunggangi oleh oknum-oknum nakal yang merupakan elit politik, sebagaimana yang disebutkan oleh Baran dan Dennis (2007) bahwa agenda setting berusaha untuk membentuk isu penting secara selektif dalam melaporkan sebuah informasi terhadap masyarakat. Biasanya agenda setting akan memilih mengenai informasi mana yang akan disampaikan dan informasi mana yang tidak akan dilaporkan. Akibatnya, dalam hal ini dapat dikatakan bila media massa memiliki kekuatan kuat untuk memberikan pengaruh pada pendapat maupun perilaku masyarakat dengan menentukan agenda terhadap masalah yang dianggap penting dan permasalahan yang dianggap tidak penting.

Penetapan dari agenda setting dilaksanakan pada pemberitaan berita positif maupun negatif, terutama pada pelaksanaan pemilihan umum selama setiap kandidat politik melakukan kampanye. Hal ini yang kemudian menjadikan agenda setting sebagai suatu hal yang berbahaya, karena pihak yang menguasai media massa dapat memanfaatkan media massa untuk mempengaruhi pendapat masyarakat, berdasarkan opini yang cenderung menjurus dan condong terhadap satu orang. Maka dari itu, diskusi utama dalam penelitian ini akan mengkaji mengenai penerapan agenda setting dalam pelaksanaan komunikasi politik, terutama berlandaskan pada hasil elektabilitas calon Presiden Indonesia pada Pemilihan Umum tahun 2024. Dengan dugaan bahwa dikhawatirkan terdapat beberapa media massa di Indonesia yang ditunggangi oleh kepentingan-kepentingan para calon Presiden. Sebagaimana kehadiran dari agenda setting dalam pelaksanaan komunikasi politik sering diimplementasikan untuk mencapai kepentingan pribadi suatu individu. Agenda setting ini akan memaksa audiense atau masyarakat secara persuasif untuk mengikuti apa yang sedang dipikirkan oleh individu tersebut.

METODE PENELITIAN

Tulisan ini merupakan kajian literatur dari berbagai literatur yang ada serta pemberitaan tentang elektabilitas calon presiden 2024 dari berbagai media baik media massa elektronik cetak konvensional maupun media sosial twitter, facebook, tiktok dan lain sebagainya. Adapun

pemberitaan terkait dibatas pada periode Maret hingga Juni tahun 2023.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pentingnya Pembangunan Popularitas Melalui Elektabilitas Politik

Elektabilitas politik selalu dilakukan menjelang pemilihan umum, termasuk pada pemilihan umum pada tahun 2024 nanti. Elektabilitas menjelang pemilu sendiri memiliki berbagai kelebihan serta kekurangan, terutama karena dianggap mampu memprediksi hasil dari pemilihan umum yang akan dilasanakan di masa depan nantinya. Salah satu alasan perhitungan elektabilitas pemilu dilaksanakan hingga sekarang adalah untuk menghitung popularitas calon Presiden, sekaligus meningkatkan popularitas calon Presiden. Dalam kata lain, perhitungan elektabilitas Presiden menjadi mesin untuk memperkenalkan setiap calon Presiden berdasarkan visi, misi, serta programnya kepada masyarakat. Hal ini bahkan selalu dilakukan pada pemilu-pemilu sebelumnya, termasuk dalam pemilihan umum terakhir kali pada tahun 2014. Meskipun hasil elektabilitas politik tidak dapat dipastikan kebenarannya, tidak dapat dipungkiri bahwa kehadiran dari hasil elektabilitas politik menjadi salah satu faktor dalam menentukan kemenangan politik seorang individu. Hal ini karena perkiraan dari hasil elektabilitas ini kemudian digunakan sebagai landasan dalam mendongkrak popularitas sebagai antisipasi akan kekalahan.

Pelaksanaan dari perhitungan elektabilitas calon Presiden dianggap sebagai salah satu metode untuk mempromosikan seorang Presiden. Di Indonesia sendiri, sudah tidak mengherankan untuk melihat bahwa perhitungan elektabilitas telah dilakukan oleh berbagai media massa secara pribadi. Setiap media massa biasanya akan turut menyampaikan visi, misi, program, hingga informasi singkat mengenai calon Presiden dalam perhitungan elektabilitas. Hasil dari elektabilitas yang disampaikan kepada masyarakat kemudian dikemas dengan sedemikian rupa agar mampu memberikan informasi tambahan kepada masyarakat sebagai pertimbangan untuk melakukan pemilihan. Berhubungan dengan popularitas yang mengalami kenaikan melalui hasil elektabilitas calon presiden, diketahui bahwa popularitas ini dapat terlihat ketika seorang calon Presiden mendapatkan kesempatan untuk melakukan komunikasi secara langsung kepada masyarakat.

Survei-survei tersebut juga biasanya berisikan dukungan terhadap seorang calon Presiden, sehingga dirasa semakin mampu meningkatkan popularitas calon Presiden pada pemilihan umum. Berlandaskan pada hal ini, kemampuan dari media sosial dalam mencapai kepentingan media termasuk dalam pemilihan umum untuk membantu seorang calon presiden tidak perlu diragukan kembali. Bagaimanapun masyarakat juga memiliki hak untuk terlibat dalam partisipasi atau komunikasi politik, di mana pada saat yang sama partisipasi yang direpresentasikan melalui penghitungan elektabilitas calon Presiden di mana masyarakat menjadi responden ini akan menjadi bentuk komunikasi diantara calon Presiden bersama dengan masyarakat. Peningkatan popularitas dari seorang calon presiden melalui hasil elektabilitas pun tidak akan dapat terjadi dan bahkan tercapai tanpa kehadiran dari publik yaitu masyarakat Indonesia melalui partisipasi politiknya.

Penggunaan Komunikasi Politik sebagai Strategi Pemenangan Pemilu

Proses komunikasi politik sebagai strategi pemenangan pemilihan umum biasanya akan dilakukan oleh calon presiden di berbagai media. Dalam kasusnya, sekarang ini melalui perkembangan dari teknologi yang semakin maju dan pesat tidak sedikit para aktor politik yang melakukan komunikasi politik dengan menggunakan media massa layaknya televisi, radio, koran, media sosial, dan masih banyak lagi. Tidak terkecuali calon Presiden pada pemilihan umum tahun 2024 yang sekarang ini lebih sering menggunakan media massa layaknya televisi maupun media sosial dalam rangka membentuk opini yang dimiliki oleh seorang masyarakat. Proses komunikasi politik yang digunakan sebagai strategi pemenangan dalam pemilu biasanya dilakukan melalui agenda media yang dilakukan oleh media massa dalam memperlihatkan siapa komunikator atau aktor politik yang dianggap memiliki nilai lebih dalam proses komunikasi tersebut.

Unsur komunikasi politik dalam hal ini pun akan cenderung berfokus pada aktor komunikasi yang biasanya telah berafiliasi dengan media massa tersebut, sehingga dalam pelaksanaannya komunikasi politik yang dilakukan oleh media tersebut akan berfokus dalam memberikan dukungan terhadap aktor politik tersebut. Termasuk melalui penghitungan elektabilitas dari calon Presiden pada pemilihan umum tahun 2024 nantinya. Biasanya penghitungan elektabilitas ini dijadikan sebagai

upaya kampanye bagi beberapa oknum untuk mengajak orang-orang atau masyarakat Indonesia yang belum mengetahui sama sekali atau bagi masyarakat yang masih memiliki keraguan dalam menentukan pilihannya untuk kemudian bergabung dan memberikan dukungannya terhadap pihak tertentu dalam politik. Melalui pemberitaan dari komunikasi politik berdasarkan hasil elektabilitas calon presiden yang satu arah, kehadiran dari sebuah media massa memang cenderung bersifat satu arah sehingga media massa dapat melakukan berbagai hal yang ingin dilakukannya sebagai bentuk pencapaian kepentingan tertentu.

Dalam realitanya, hasil elektabilitas ini cukup untuk mempengaruhi keputusan seseorang dalam pemilihan umum, terutama bagi mereka yang masih belum memiliki pemikiran untuk menentukan pilihan kepada siapa. Hasil elektabilitas ini akan menyebabkan seseorang membuat pilihan terhadap seorang individu, meskipun masyarakat tersebut bahkan tidak mengetahui sama sekali mengenai visi, misi, maupun program-program yang akan dibuat oleh individu atau aktor politik terkait. Maka dari itu, di sisi lain penting bagi masyarakat Indonesia untuk terus berhati-hati agar tidak terjerumus dalam pembuatan agenda komunikasi politik oleh oknum-oknum. Terutama dalam kondisi rawan pada pelaksanaan pemilihan umum Presiden di tahun 2024 sekarang ini. Hasil elektabilitas calon presiden memang membantu karena survei dilaksanakan secara komprehensif dan rinci, tetapi hasil dari survei elektabilitas tersebut tidak akan dapat dijadikan sebagai dasar bagi seorang individu untuk melakukan pilihan terhadap seorang Presiden.

Dampak Agenda Setting Melalui Hasil Elektabilitas Calon Presiden

Sebagaimana kehadiran dari komunikasi politik mampu mempengaruhi opini dari seseorang, terutama berdasarkan pada hasil elektabilitas calon presiden, kehadiran dari agenda setting mampu mempengaruhi opini khalayak luas. Khususnya dalam penyediaan informasi yang disampaikan melalui hasil perhitungan dari elektabilitas setiap calon presiden. Beberapa media massa dapat dilihat cenderung berfokus untuk memberitakan serta mengutamakan salah satu calon Presiden, dalam hal ini kebanyakan berita yang berada dalam televisi pada media massa tersebut hanya akan berfokus pada calon Presiden yang didukung. Intensitas penayangan berita politik bahkan hanya akan berorientasi terhadap calon Presiden

yang dituju, tanpa memberikan penyataan mengenai calon Presiden lainnya.

Tindakan media massa tersebut yang dapat disebut sebagai agenda setting karena dianggap mampu membentuk opini dari publik masyarakat melalui setiap publikasinya. Secara mudah, media massa tersebut layaknya ditunggui kepentingan untuk promosi agar aktor politik memperoleh kemudahan untuk mencapai kursi Presiden. Elektabilitas calon Presiden Indonesia pada tahun 2024 yang hingga sekarang sudah merajalela di mana saja pun tidak bisa menghindari tuduhan bahwa elektabilitas tersebut dilakukan dalam rangka penciptaan opini, guna meningkatkan popularitas seorang calon Presiden pada tahun 2024. Bukan tanpa alasan, hal ini karena pada nyatanya masyarakat telah terbantu untuk membentuk opini sesuai dengan hasil elektabilitas calon Presiden yang dilakukan oleh beberapa lembaga.

Dalam hal ini, bahkan ketika elektabilitas calon Presiden 2024 yang sudah dilakukan hingga sekarang pada hasil akhirnya sesuai dengan hasil pemilihan umum tahun 2024, maka dapat dikatakan jika upaya untuk melakukan agenda setting secara politik telah berhasil. Pembuatan agenda yang dilakukan suatu media massa untuk mendukung aktor politik pun dianggap telah berhasil. Maka dari itu, dalam pelaksanaan hasil elektabilitas calon presiden kali ini, selain dilihat melalui aspek komunikasi politik yang dilakukan oleh calon-calon Presiden, peranan dari media massa dalam menunjang serta menentukan dinamika komunikasi politik pada proses kampanye menuju pemilihan umum dianggap sebagai sebuah peranan penting dan strategis. Tindakan media sosial untuk membentuk perhitungan elektabilitas pun disebut sebagai strategi dari seorang calon Presiden untuk mendorong keberhasilannya pada pemilihan umum tahun 2024 di masa mendatang nantinya.

SIMPULAN

Berdasarkan analisis yang sudah dipaparkan diatas, dapat diketahui bahwa elektabilitas bisa menjadi salah satu faktor penentu dari kemenangan pemilu, meskipun tidak dapat dipastikan secara betul hasilnya. Selain itu, elektabilitas politik merupakan metode yang digunakan dalam pemilihan umum untuk memprediksi popularitas calon Presiden. Elektabilitas membantu memperkenalkan calon Presiden kepada masyarakat melalui visi, misi, dan program yang disampaikan.

Dalam konteks Indonesia, perhitungan elektabilitas calon Presiden dilakukan oleh media massa dengan menyampaikan informasi mengenai calon Presiden kepada masyarakat. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan popularitas calon Presiden dan juga memberikan informasi tambahan kepada masyarakat sebagai pertimbangan dalam memilih. Hasil elektabilitas ini juga sangat memengaruhi pilihan masyarakat yang memang belum bisa menentukan pilihannya.

Media massa memiliki peran penting dalam mempengaruhi opini dengan memberikan dukungan kepada aktor politik tertentu, termasuk melalui penghitungan elektabilitas calon Presiden. Namun, perlu diingat bahwa komunikasi politik yang dilakukan oleh media massa bersifat satu arah dan bisa memiliki kepentingan tertentu. Hasil elektabilitas dapat mempengaruhi keputusan masyarakat, meskipun informasi mengenai visi, misi, dan program calon Presiden belum sepenuhnya diketahui. Oleh karena itu, masyarakat perlu berhati-hati dan tidak terjerumus dalam agenda komunikasi politik yang diarahkan oleh oknum tertentu.

Peran media massa dalam komunikasi politik dan elektabilitas calon Presiden sangat strategis. Selain melihat komunikasi politik yang dilakukan oleh calon Presiden, peran media massa dalam mempengaruhi dinamika kampanye dan pemilihan umum menjadi faktor penting. Penggunaan media sosial untuk mengukur elektabilitas juga menjadi strategi calon Presiden untuk mencapai keberhasilan pada pemilihan umum tahun 2024.

Sebagai kesimpulan dan saran, perlu diingat bahwa pengaruh media massa dalam membentuk opini publik memiliki potensi untuk menyajikan informasi yang bias dan terkait dengan kepentingan tertentu. Masyarakat perlu menjaga kritis dalam mengonsumsi informasi politik yang disampaikan oleh media massa. Disarankan untuk mencari sumber informasi yang beragam, melakukan riset mandiri, dan mempertimbangkan integritas serta rekam jejak calon Presiden dalam memilih pemimpin yang tepat. Selain itu, penting bagi masyarakat untuk terlibat secara aktif dalam proses politik, literasi politik yang tinggi akan membantu masyarakat dalam menganalisis informasi dengan baik dan membuat keputusan yang berdasarkan pemikiran yang matang. Sebagai masyarakat juga kita tidak boleh dengan mudah terpengaruh informasi yang beredar melalui media massa dikarenakan banyak juga media yang hanya bias kepada salah satu calon saja atau yang biasanya disebut *black campaign*. Sebagai masyarakat,

kita harus bijak dan bisa menilai mana yang baik dan yang benar, jangan hanya berpusat kepada satu informasi saja.

DAFTAR PUSTAKA

- Andryanto, S. D. (2022, Juni 20). *Begini Kategori Pertanyaan Survei Capres untuk Elektabilitas Kandidat*. Retrieved from tempo.co: <https://nasional.tempo.co/read/1603725/begini-kategori-pertanyaan-survei-capres-untuk-elektabilitas-kandidat>
- Redaksi, T. (2023, Juni 14). *5 Survei Terbaru Capres 2024: Prabowo Vs Ganjar Vs Anies*. Retrieved from CNBC Indonesia: <https://www.cnbcindonesia.com/news/20230614043018-4-445669/5-survei-terbaru-capres-2024-prabowo-vs-ganjar-vs-anies>
- ANJANI, A. O. (2023, Maret 28). *Lembaga Survei Abal-abal Masif Bermunculan, Bahaya Mengintai*. Retrieved from Kompas: <https://www.kompas.id/baca/polhuk/2023/03/23/lembaga-survei-abal-abal-masif-bermunculan-bahaya-mengintai>
- CITRA, R. F. (2023, Mei 27). Retrieved from Mencermati Dinamika Terkini Elektabilitas Capres 2024: Prabowo, Ganjar, dan Anies
- Elda. (2019). Komunikasi Politik oleh Komunitas Partai Dalam Pemilu Legislatif di Indonesia. *TALENTA Conference Series: Local Wisdom, Social, and Arts*, 18-22.
- Hamiruddin. (2020). SURVEI DAN KONSULTAN POLITIK : MEMBANGUN POPULARITAS DAN ELEKTABILITAS POLITIK. *Jurnal Universitas Islam Negeri*.
- Arafat, G. Y., & Rahmah, N. A. (2019). MEDIA POLITIK: SARANA PENDONGKRAK ELEKTABILITAS SEBAGAI STRATEGI PEMENANGAN PEMILU. *ALHADHARAH: JURNAL ILMU DAKWAH VOL. 18*, 91-97.
- Tawaang, F. (2016). REPRESENTASI AKTOR POLITIK DALAM AGENDA MEDIA (Analisis Agenda Setting Terhadap Headline Surat kabar Ibukota). *JURNAL STUDI KOMUNIKASI DAN MEDIA*, 227-240.
- Fiska. (n.d.). *Teori Agenda Setting: Definisi, Prinsip Dasar, dan Contoh Kasusnya*. Retrieved from Gramedia: <https://www.gramedia.com/literasi/teori-agenda-setting/>
- Norris, P. (2007). The Impact of the Internet on Political Activism: Evidence from Europe. *International Journal of Electronic Government Research*.
- Sulaiman, A. I. (2013). KOMUNIKASI POLITIK DALAM DEMOKRATISASI. *DINAMIKA KOMUNIKASI POLITIK MENJELANG PEMILU 2014*, 119-131.