

**PENDEKATAN BERBASIS KOMUNITAS LINGKUNGAN DALAM PEMILIHAN
KEPALA DAERAH DI KOTA BANDUNG**
(Analisis Kasus Pada Kemenangan Pasangan Farhan-Erwin Pada Pilkada Kota Bandung 2024)

Agus Setiaman, Kismiyati El Karimah, dan Muhammad Fadil Muzaky
Program Studi Manajemen Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran,
Jatinangor, Indonesia
E-mail: agus.setiaman@unpad.ac.id; miya.elka@unpad.ac.id; m.muzaky@gmail.com

ABSTRAK. Pengerahan berbagai kelompok masyarakat dalam ajang pilkada merupakan hal yang lumrah dilakukan para praktisi politik. Partai-partai politik menjalin hubungan dengan pelbagai organisasi dalam rangka memperluas dukungan menjelang pemilu. Beberapa partai politik besar bahkan mempunyai organisasi-organisasi underbow, berupa LSM yang menghubungkan partai politik dengan masyarakat dan berperan sebagai lumbung pemilih setia bagi partainya. Dalam Pilwalkot Bandung, pasangan Muhammad Farhan dan Erwin berhasil menarik perhatian publik dan memperoleh suara signifikan. Keberhasilan ini tidak terlepas dari dukungan berbagai elemen masyarakat, termasuk organisasi masyarakat seperti komunitas lingkungan. Farhan-Erwin, yang dikenal dengan visi kota berkelanjutan, telah mendapat dukungan signifikan dari komunitas lingkungan yang berperan dalam menyuarakan isu-isu ekologis serta tata kelola kota yang lebih ramah lingkungan. Pada Pilkada ini, peningkatan elektabilitas pasangan tersebut tidak lepas dari strategi kampanye yang mengedepankan partisipasi publik dan keterlibatan komunitas dalam merumuskan kebijakan.

Kata Kunci: Komunitas lingkungan; Pilkada; Partisipasi public; Partai politik

**ENVIRONMENTAL COMMUNITY BASED APPROACH IN REGIONAL HEAD ELECTIONS IN
BANDUNG CITY**
(Case Analysis of the Farhan-Erwin Pair's Victory in the 2024 Bandung City Election)

ABSTRACT. Mobilizing various community groups in regional elections is a common practice for political practitioners. Political parties establish relationships with various organizations in order to expand support ahead of the election. Several large political parties even have underbow organizations, in the form of NGOs that connect political parties with the community and act as a reservoir of loyal voters for their parties. In the Bandung mayoral election, the pair Muhammad Farhan and Erwin managed to attract public attention and gain significant votes. This success is inseparable from the support of various elements of society, including community organizations such as environmental communities. Farhan-Erwin, who are known for their vision of a sustainable city, have received significant support from environmental communities that play a role in voicing ecological issues and more environmentally friendly city governance. In this Pilkada, the increase in the electability of the pair cannot be separated from the campaign strategy that prioritizes public participation and community involvement in formulating policies.

Keywords: Environmental community; Pilkada; Public participation; Political parties

PENDAHULUAN

Beberapa waktu yang lalu, tepatnya pada 27 November 2024 merupakan Pemilihan Umum Kepala Daerah (Pilkada) yang dilaksanakan secara serentak hampir di seluruh Indonesia, salah satunya di Kota Bandung. Mengingat Pilkada ini dilakukan secara serentak mengakibatkan ramainya perbincangan terkait Pilkada beberapa waktu terakhir, salah satunya di kalangan komunitas lingkungan di Kota Bandung.

Komunitas menggunakan komunikasi kelompok dalam berkomunikasi seperti dalam rapat, pertemuan, konferensi dan sebagainya (Arifin, 1984; Firmanzah, 2012). Komunikasi ini dapat menjadi penghubung dalam mencapai

sebuah kesepakatan dalam sebuah komunitas. Pada sebuah komunitas sangat diperlukan keseragaman komunikasi yang membuat anggota mengetahui tujuan dari sebuah komunitas. Kegiatan komunitas merupakan suatu tindakan yang memungkinkan anggotanya menerima atau memberi suatu pesan sesuai dengan kebutuhannya.

Elektabilitas adalah tingkat keterpilihan yang disesuaikan dengan kriteria pilihan. Elektabilitas bisa diterapkan kepada barang, jasa maupun orang, badan atau partai. Elektabilitas sering dibicarakan menjelang pemilihan umum. Elektabilitas sebagai pemimpin sangat penting fungsinya. Elektabilitas adalah ukuran atau tingkat keterpilihan. Ukuran keterpilihan yang dimaksud adalah sejauh mana peluang seseorang

dapat dipilih untuk memimpin suatu komunitas dalam regional wilayah tertentu. Hal ini akan berpengaruh besar terhadap keberhasilan kepemimpinan seorang pemimpin dalam menjalankan roda pemerintahan. Tetapi dalam hal ini perlu digaris bawahi bahwa elektabilitas yang dimaksudkan adalah elektabilitas yang didapatkan dengan bukti nyata dan kepercayaan dari masyarakat dan komunitas.

Komunitas lingkungan memiliki peran dalam pergerakan politik lokal dengan kemampuan mobilisasi massa yang efektif. Keterlibatan komunitas lingkungan dalam mendukung Farhan-Erwin lebih dari sekadar dukungan politik biasa; komunitas ini berfungsi sebagai jembatan antara masyarakat dan calon pemimpin, memperkenalkan mereka pada isu-isu yang dianggap penting oleh publik. Hal ini mengarah pada pemahaman yang lebih mendalam mengenai bagaimana kelompok-komunitas ini dapat mempengaruhi tingkat kepercayaan publik dan akhirnya meningkatkan elektabilitas pasangan calon. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas komunitas lingkungan dalam mempengaruhi elektabilitas pasangan Farhan-Erwin, terutama melalui strategi komunikasi politik dan penggalangan suara di tingkat lokal.

Media sosial dijadikan sebagai strategi komunikasi politik adalah merupakan relatif baru dan menjadi fenomena hangat hingga kini. Maraknya media sosial di dunia maya dalam kampanye Pilpres 2014 berkaitan dengan semakin banyaknya pengguna internet di negeri ini. Studi Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menemukan “pengguna internet di Indonesia meningkat sekitar 20-30 persen, yaitu menjadi 80 juta orang pada akhir 2013. Hal ini berarti pertumbuhannya mencapai 33,3%” (<http://nasional.kompas.com/read>). Karakteristik media sosial sendiri juga merupakan kekuatan. Media sosial adalah sarana untuk komunikasi di mana setiap individu dan komunitas saling mempengaruhi. Setiap orang dan komunitas memiliki pengaruh ke sekelilingnya. Tidak instan. Selain itu, pengguna media sosial yang *well inform* dan terdidik ini tidak mudah dibohongi, tapi mudah terpengaruh dan simpati pada hal-hal yang membuat mereka tersentuh. Ketenaran dan kekuatan politik yang sekarang menempel pada Jokowi, misalnya, disumbang besar oleh perbincangan di media sosial yang mengarah pada kekaguman setiap orang pada keotentikan dan keseriusan Jokowi selama ini dalam mengurus rakyat.

Penelitian yang mengungkapkan bagaimana komunitas terlibat dalam politik praktis belum banyak dilakukan. Karena itu, tulisan ini mengungkapkan hasil penelitian yang mencoba menganalisis fenomena perpaduan komunitas dengan partai politik dalam ajang pemilihan walikota di Bandung pada 2024. Diharapkan, hasil penelitian ini dapat memberikan gambaran tentang upaya komunitas menggunakan institusi politik praktis dalam mencapai tujuannya.

Melalui analisis ini, dijelaskan peran komunitas lingkungan dalam kampanye politik, strategi penggalangan suara yang dilakukan, serta dampaknya terhadap elektabilitas pasangan calon. Penelitian ini juga memberikan gambaran bagaimana komunitas dapat berperan dalam membangun partisipasi politik yang lebih inklusif.

METODE

Penelitian ini menggunakan Metode penelitian Kualitatif Deskriptif dengan teknik pengumpulan data yaitu studi literatur. (Sarwono, 2006) menyatakan bahwa studi literatur yaitu pengkajian data dari berbagai buku referensi serta hasil penelitian sebelumnya yang relevan dengan penelitian untuk mendapatkan landasan teori dari masalah yang di akan teliti. Studi literatur disebut sebagai penelitian perpustakaan atau penelitian pustaka.

Data dikumpulkan melalui analisis media massa, seperti artikel dan berita komunitas lingkungan, serta pengamatan terhadap kampanye yang dilakukan oleh Farhan-Erwin. Selain itu, survei publik dan data elektabilitas yang dikumpulkan oleh lembaga survei juga dianalisis untuk menggambarkan pengaruh langsung dari komunitas terhadap keputusan pemilih.

Menurut (Andhi et al., 2024) menjelaskan pada penelitannya yang berjudul “*Peran Komunikasi Politik Dalam Membentuk Opini Publik Menghadapi Pemilu 2024*” menjelaskan bahwa dalam menghadapi Pemilihan Umum 2024 peran komunikasi politik sebagai kekuatan yang membentuk opini 259 respon telah menjelma menjadi landasan penting dalam proses demokrasi. Berbagai elemen dan strategi dalam komunikasi politik turut memberikan kontribusi besar dalam membentuk persepsi masyarakat terhadap kandidat, partai politik, dan isu-isu krusial yang memengaruhi kebijakan negara. Kemudian melanjutkan bahwa komunikasi politik bukan hanya sekadar sarana

penyampaian pesan, tetapi merupakan katalisator yang membentuk dinamika pemilihan umum.

Penelitian yang dilakukan oleh Chotijah (2018) menjelaskan bahwa berdasarkan hasil penelitiannya yang berjudul “*Strategi Komunikasi KPU Kabupaten Garut Dalam Sosialisasi pemilu 2014 Kepada Kelompok Disabilitas di Kabupaten Garut*”, strategi komunikasi yang dilakukan Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kabupaten Garut dalam rangka sosialisasi Pemilu 2014 kepada Kelompok Disabilitas berlangsung efektif karena dapat memanfaatkan potensi di tiga area utama, yakni: Pengetahuan Situasional, Penentuan Tujuan dan Kompetensi Komunikasi. Dalam pengetahuan situasional, KPU Kabupaten Garut mengajak kerjasama PPDI sebagai lembaga yang membawahi beberapa lembaga disabilitas yang tersebar di Kabupaten Garut, karena dengan menempatkan komunitas kelompok disabilitas sebagai relawan sosialisasi kepada komunitasnya akan menyebabkan komunikasi berlangsung efektif. Sebab komunitas akan mengetahui secara langsung situasi yang terjadi pada kondisi kelompoknya sendiri. Dan dalam kompetensi komunikasi, KPU Kabupaten Garut telah menggandeng PPDI (Persatuan Penyandang Disabilitas Indonesia) Kabupaten Garut untuk melakukan sosialisasi kepada kelompok disabilitas yang tersebar dalam beberapa komunitas di bawahnya serta kepada pemilih pemula disabilitas yang ada di 27 SLB di Kabupaten Garut. Kompetensi komunikasi tentu dimiliki oleh pengurus PPDI yang kesehariannya berkomunikasi dan berinteraksi dengan para kelompok disabilitas.

Menurut (Vera Yena & Ahmad Toni, 2020) pada penelitiannya yang berjudul “*Media Sosial Komunitas untuk Meningkatkan Eksistensi Komunitas dalam Wacana Politik Pemilu Presiden 2019*”, dengan menggunakan metode analisis wacana dengan pendekatan penelitian kualitatif dengan data penelitian diperoleh melalui teknik wawancara, observasi, kuisioner, dokumentasi dari sumber internal yang ditanyakan kepada pihak Public Relation NET TV. Peneliti menjadi bagian dari komunitas yang melakukan aktivitas dalam komunitas NET.Good People Jabodetabek, sehingga analisis bersifat multilinear dan tidak memerlukan keteraturan analisis baku, karena perolehan data dilakukan secara random dengan jawaban langsung dari data primer yaitu Public Relation NET.TV. Dan kemudian mendapatkan kesimpulan instagram NET.Good People tidak dapat dikategorikan sebagai berpihak pada salah satu calon presiden pada pemilihan umum Presiden dan Wakil

Presiden pada tahun 2019. Pesan instagram NET.Good People bersifat netral dan secara substansif aktif mengajak masyarakat untuk memberikan suara pada saat pemilihan umum Presiden dan Wakil Presiden dengan tidak menjadi Golput. Dan komunitas merupakan sekelompok orang yang mempunyai tujuan, ide dan gagasan yang sama untuk mencapai tujuan yang sama. Komunitas NET.Good People Jabodetabek sebagai gabungan para komunitas yang suka terhadap stasiun NET.TV dalam perkembangannya tampil dengan pesan-pesan politik dan bukan politik sebagai salah satu kegiatan komunitas tersebut.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Azhar (2023) yang berjudul “*Pola Komunikasi Kelompok Pada Komunitas Greha Bubat 66 di Kota Bandung*”, peneliti menukan beberapa hal dalam proses komunikasi dalam mempertahankan solidaritas anggota. Adanya proses komunikasi primer dan sekunder yang meliputi lisan secara langsung dan juga tulisan yang dilakukan oleh pimpinan maupun anggota sebagai sarana untuk mencapai suatu tujuan dan juga sebagai sarana bertukar pikiran dan sebagainya. Peran primer komunikasi pada saat menyampaikan pesan menurut Komunitas Greha 66 ini memiliki pengaruh pada saat komunikasi berlangsung. Komunitas Greha Bubat juga sadar dengan terjadinya proses ini dapat setidaknya meminimalisir kesalahan-kesalahan seperti miskomunikasi kepada para anggotanya.

Selanjutnya, penelitian yang dilakukan oleh Ari Ganjar Herdiansah, dkk (2014), dengan judul “*Gerakan Komunitas Kota dan Politik Pemilu dalam Pemenangan Ridwan Kamil-Oded Danial pada Pemilihan Walikota Bandung 2013*”, mendapatkan hasil kajian yang menunjukkan para aktivis komunitas mampu menangkap terbukanya struktur peluang politik dengan merepresentasikan harapan warga melalui desain visual yang diolah sekelompok tim kreatif. Simpul-simpul komunitas yang semakin berkembang kemudian menyediakan jejaring sosial yang efektif dalam penggalangan dukungan. Tim relawan dan partai-partai pengusung Ridwan Kamil kemudian dapat memposisikan diri sebagai kandidat yang berbeda dan menjanjikan dengan menyebarkan citra sebagai profesional, berprestasi, dan tidak terhubung dengan politisi sebelumnya. Sebagai suatu gerakan sosial, tim relawan melakukan penggalan potensi sumberdaya dengan cara menyebarkan dukungan kolektif melalui perluasan simpul komunitas dan pembentukan koalisi dengan PKS dan Partai Gerindra sebagai

sarana yang mengurus politik praktis. Koalisi yang dibentuk untuk kepentingan pemilu, termasuk dalam konteks Pemilihan Walikota Bandung, adalah kerjasama atas prinsip kemenangan, bukan berlandaskan persamaan visi gerakan yang substansial. Di luar itu, masing-masing partai akan tetap terlibat dalam persaingan untuk memperebutkan suara pemilih. Gerakan komunitas tidak dapat menggantikan peran partai politik dalam kompetisi kemenangan pemilu, tetapi terbatas pada upaya menyediakan jaringan sosial untuk menggalang dukungan publik. Di sisi lain gerakan kemenangan mendapat Ridwan Kamil mendapat sokongan signifikan gerakan partai politik yang dilakukan oleh PKS dan Partai Gerindra.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Politik ataupun pemilu seringkali berhubungan dengan kelompok maupun komunitas. Hal ini dilakukan guna memaksimalkan suara selama masa kampanye. Salah satu yang melakukan metode tersebut adalah pasangan Wali Kota Bandung Farhan-Erwin yang berhasil memenangkan suara di Kota Bandung. Salah satu cara kampanye yang digunakan oleh Farhan dan Erwin adalah dengan melakukan pendekatan kepada komunitas-komunitas di Kota Bandung, salah satunya adalah komunitas lingkungan.

Hubungan antara partai politik atau seorang kandidat dengan masyarakat merupakan hubungan literasi, dimana kedua belah pihak terlibat membangun pemahaman bersama. Hal itu penting dilakukan sebab partai politik, kandidat dan masyarakat memiliki kerangka berfikir berbeda (Khoiron & Siboy, 2018). Bersinggungan dengan hubungan sebagaimana pendapat lain mengemukakan bahwa tindakan komunikasi politik dapat dilakukan dengan pendekatan secara langsung atau tatap muka, mendirikan relawan atau komunitas serta menjalin hubungan baik pada seluruh stake holders yang berkaitan (Jeffri, 2021).

Pemilihan walikota Bandung pada 2024 menunjukkan fenomena bangkitnya komunitas-komunitas kota dalam aktivitas politik praktis. Walikota terpilih, Muhamad Farhan merupakan salah satu akademisi yang juga aktif di kalangan komunitas kota. Muhamad Farhan juga berasal dari Partai Nasional Demokrat (Nasdem).

Komunitas yang bergabung dalam upaya memenangkan seorang aktivisnya menjadi pejabat politik, seperti yang dilakukan oleh Tim Relawan Farhan-Erwin, tidak terlepas dari konteks tindakan kolektif. Ketika sekumpulan

orang menginginkan tujuan dicapai secara efektif, maka tindakan kolektif yang dilakukan akan dirancang supaya lebih terorganisir. Tindakan kolektif tersebut kemudian membentuk gerakan sosial sebagai sarana yang penuh perencanaan dan berlangsung lama (Locher, 2002: 245). Stark (1992: 612) berpendapat bahwa gerakan sosial dapat menyediakan arena bagi aktivitas kelompok sosial dalam menggulirkan suatu perubahan ataupun menahan arus perubahan di tengah-tengah masyarakat. Karena sifatnya sebagai sarana perjuangan aktivis yang terorganisir dan memiliki daya tahan, maka gerakan menekankan pada unsur solidaritas dan kepercayaan di antara para aktivisnya (Tarrow, 1994: 3). Pentingnya memanfaatkan komunikasi organisasi dan komunikasi massa, media sosial serta adanya suatu konsep komunikasi politik yang berbasis relawan sebagai bagian dari strategi (Rully et al., 2021).

Berdasarkan tulisan yang diunggah oleh Media Indonesia pada 28 Juli 2024 lalu yang berjudul “Muhammad Farhan Dapat Dukungan Komunitas untuk Maju di Kota Bandung” yang berisi mengenai dukungan-dukungan budayawan Bandung yang mengusung Farhan untuk maju dan mencalonkan diri sebagai Wali Kota Bandung. Namun bukan hanya komunitas budaya, Farhan juga aktif bersama komunitas lainnya, salah satunya Komunitas Warunk Kebon yang berada di Kecamatan Panyileukan pada 20 Oktober 2024 lalu.

Warunk Kebon sendiri merupakan komunitas yang bergerak di bidang lingkungan, khususnya sampah. Dalam pertemuannya dengan Komunitas Warunk Kebon, Farhan membahas mengenai krisis sampah di Kota Bandung. Penanganan terkait krisis sampah di Kota Bandung sendiri masuk dalam visi misi dan program yang dibawa oleh Farhan. Berbeda dengan sebelumnya, komunitas budaya, kali ini Farhan k Komunitas Warunk Kebon sekaligus melakukan kampanye demi menarik suara masyarakat Bandung. Selain membahas mengenai isu sampah, dalam diskusi tersebut juga membahas mengenai pelayanan air bersih PDAM yang dinilai buruk oleh masyarakat setempat. Farhan menjanjikan isu lingkungan, khususnya pengelolaan sampah dan air bersih sebagai prioritasnya.

Chotijah (2018), menjelaskan bahwa masalah Pemilu tentu tidak terlepas dari proses sosialisasi politik, sebab pemilu merupakan kontestasi pesta demokrasi dalam rangka merebut kekuasaan. Masalah sampah sendiri

merupakan masalah krusial, sehingga ketika calon pemimpin membawa misi pengurangan sampah pada kalangan komunitas lingkungan, tentu menghasilkan kesan yang baik dan bisa dikategorikan sesuai dengan apa yang para penggiat harapkan. Meski harapan tersebut masih berupa janji belaka, namun tentu memunculkan suara positif dari para penggerak lingkungan. Maka dari itu, Farhan bisa dikategorikan berhasil memenangkan suara para penggerak lingkungan dan masyarakat Bandung yang memiliki kepedulian terhadap lingkungan.

Komunitas lingkungan memainkan peran strategis dalam meningkatkan elektabilitas Farhan-Erwin melalui berbagai pendekatan yang menyentuh isu-isu lokal. Aktivitas-aktivitas seperti penyuluhan tentang keberlanjutan, pengelolaan sampah, serta kampanye ramah lingkungan menarik perhatian masyarakat yang semakin peduli dengan kondisi lingkungan sekitar mereka. Komunitas ini tidak hanya sebagai penggerak politik, tetapi juga sebagai sumber daya yang memperkuat hubungan antara kandidat dengan pemilih, membangun citra positif melalui nilai-nilai yang mereka perjuangkan.

Lebih jauh lagi, kelompok ini berfungsi sebagai agen perubahan yang memfasilitasi komunikasi dua arah antara pemilih dan pasangan calon, yang membantu mengarahkan pesan kampanye yang lebih terfokus dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Hal ini tercermin dalam interaksi langsung yang dilakukan Farhan-Erwin dalam berbagai kesempatan seperti Ruang Demokrasi dan pertemuan-pertemuan dengan kelompok masyarakat.

Strategi komunikasi yang diterapkan oleh komunitas lingkungan dapat terlihat melalui berbagai kegiatan seperti deklarasi dukungan, penggalangan massa di media sosial, serta penyelenggaraan acara-acara komunitas yang melibatkan masyarakat luas. Kegiatan deklarasi yang dihadiri ribuan kader menunjukkan mobilisasi yang efektif dan mampu menarik perhatian media serta publik (Yusuf & Rani, 2024).

Farhan dan Erwin sendiri memanfaatkan momen tersebut guna menambah suara selama proses Pilkada 2024. Pendekatan terhadap komunitas lingkungan sendiri bisa dikategorikan sebagai salah satu strategi komunikasi dan strategi pemasaran yang dilakukan demi mendapatkan dukungan. Hal ini karena mereka tahu bahwasanya ketika suatu komunitas telah condong ke salah satu pasangan calon, maka komunitas tersebut berpeluang untuk

memasarkan paslon tersebut ke seluruh relasinya, baik relasi di media sosial maupun di relasi dunia nyata.

Namun, bukanlah hal mudah bagi politisi untuk masuk ke dalam suatu komunitas. Hal ini dikarenakan politisi perlu melakukan beberapa pendekatan untuk bisa mendapatkan hati dari komunitas, seperti berbasis nilai dan kepentingan. Dalam hal ini, basis nilai dan kepentingannya mampu diukur dari isu lingkungan yang dibahas, yakni sampah. Demi melaraskan visi, misi, program, dan pendukungnya, Farhan mengundang hampir seluruh penggiat sampah di Bandung ketika melaksanakan diskusinya tersebut. Terlebih, Farhan juga memanfaatkan momentum terkait Tempat Pembuangan Akhir atau TPA Sarimukti yang mengalami kebakaran kurang lebih pada saat diskusi tersebut berlangsung.

Namun sejauh ini, diskusi antara Farhan dan komunitas lingkungan tersebut menghasilkan respon positif dari para penggerak lingkungan, mengingat pemerintahan saat ini yang seringkali tutup mata dalam menghadapi isu lingkungan. Strategi komunikasi yang dilakukan oleh Farhan kepada komunitas lingkungan juga mampu menaikkan elektabilitas Farhan - Erwin di kalangan komunitas lingkungan dalam Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) 2024.

SIMPULAN

Simpulan

1. Komunitas lingkungan memainkan peran strategis dalam meningkatkan elektabilitas pasangan Farhan-Erwin pada Pilkada Bandung 2024. Komunitas lingkungan berhasil menjadi penghubung antara pasangan calon dan masyarakat, khususnya dengan menyentuh isu-isu lokal seperti pengelolaan sampah dan akses air bersih. Strategi komunikasi yang diterapkan mencakup penyuluhan, kampanye ramah lingkungan, dan penggalangan massa di media sosial, yang semuanya efektif dalam menarik simpati pemilih.
2. Komunitas ini tidak hanya mendukung secara politis tetapi juga berperan sebagai agen perubahan dengan mendorong keterlibatan masyarakat dalam isu lingkungan. Hal ini membantu pasangan Farhan-Erwin membangun citra positif dan memfokuskan pesan kampanye sesuai kebutuhan masyarakat. Dengan memanfaatkan momentum seperti krisis sampah di TPA Sarimukti, pasangan

Farhan-Erwin berhasil menarik perhatian masyarakat luas. Hal ini menunjukkan bahwa pendekatan berbasis nilai dan isu yang relevan sangat efektif dalam membangun kepercayaan dan solidaritas komunitas terhadap pasangan calon.

3. Meskipun tantangan tetap ada, seperti membangun kepercayaan komunitas, pendekatan berbasis nilai yang relevan dengan kebutuhan masyarakat mampu menghasilkan respon positif. Dukungan komunitas lingkungan menjadi bukti nyata efektivitas pendekatan ini.

Saran

1. Pemanfaatan media sosial sebagai alat kampanye perlu ditingkatkan lebih lanjut untuk menjangkau segmen pemilih muda yang melek digital. Konten yang relevan dan informatif terkait isu lingkungan dapat menjadi daya tarik tambahan.
2. Pasangan calon dan tim kampanye dapat memperluas pendekatan ke komunitas lain yang memiliki kesamaan visi, seperti komunitas pendidikan atau kesehatan, untuk memperkuat jaringan dukungan.
3. Penting untuk terus memonitor dan mengevaluasi efektivitas strategi komunikasi serta dampaknya terhadap elektabilitas. Hal ini dapat dilakukan melalui survei berkala dan pengumpulan data dari media sosial.
4. Komunitas lingkungan dapat diberdayakan sebagai mitra strategis dalam pelaksanaan program kerja pasangan terpilih. Hal ini tidak hanya memperkuat hubungan, tetapi juga memastikan keberlanjutan visi lingkungan dalam kebijakan pemerintah.
5. Komitmen terhadap isu-isu yang telah dijanjikan, seperti pengelolaan sampah dan peningkatan pelayanan air bersih, harus diwujudkan secara nyata pasca-Pilkada. Hal ini akan memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap pasangan calon.

DAFTAR PUSTAKA

- Andhi, N., (2024). *Peran Komunikasi Politik Dalam Membentuk Opini Publik Menghadapi Pemilu 2024*. Universitas Panca Marga. Probolinggo
- Ari, G., (2014). *Gerakan Komunitas Kota dan Politik Pemilu dalam Pemenangan Ridwan Kamil - Oded Danial pada Pemilihan Walikota Bandung 2013*. Konferensi Nasional Sosiologi III. Yogyakarta
- Arifin. (1984). *Strategi Komunikasi Suatu Pengantar Ringkas*, (Bandung: Armico). 59.
- Azhar, P. (2023). *Pola Komunikasi Kelompok Pada Komunitas Greha Bubat 66 di Kota Bandung*. Universitas Komputer Indonesia. Bandung
- Chotijah. (2018). *Strategi Komunikasi KPU Kabupaten Garut Dalam Sosialisasi pemilu 2014 Kepada Kelompok Disabilitas di Kabupaten Garut*. Universitas Garut. Garut
- Firmanzah. (2010). *Marketing Politik*. Yayasan Obor Indonesia, Jakarta, (2007), Hal 102
- Khoirondan Ahmad Siboy, (2018). *Kemenangan Petahana (Incumbent) pada Pilkada 2015 di Kota Surabaya dan Kabupaten Malang: Strategi Politik dan Marketing Politik*. Jurnal Ilmu Administrasi Publik, 3(1), 1–10 (April 2018), hlm. 4
- Locher, David A. (2002). *Collective Behavior*. New Jersey: Prentice Hall.
- Rully, Prisanto, G. F., Irwansyah, & Hasna, S. (2021). *Strategi Komunikasi Politik Berbasis Relawan Dalam Pemenangan Pemilihan Gubernur*. Jurnal Representamen, 7(02), 38–45.
- Sarwono, J. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Graha Ilmu. Yogyakarta
- Tarrow, S. (1994). *Power in Movement Social Movements and Contentious Politics*. Cambridge University Press.
- Vera, Y., (2020). *Media Sosial Komunitas untuk Meningkatkan Eksistensi Komunitas dalam Wacana Politik Pemilu Presiden 2019*. Universitas Budi Luhur