



---

## Konstruksi Sosial Tokoh Lokal di Pilkada 2024: Peran Media, Simbol Budaya, dan Dinamika Interaksi Sosial

Burhan Bungin<sup>1</sup>, Monika Teguh<sup>2\*</sup>, Bernard Realino Danu Kristianto<sup>3</sup>,  
Ignasius Liliek Senaharjanta<sup>4</sup>, Andi Budi Sulistijanto<sup>5</sup>

Universitas Ciputra Surabaya, Indonesia

Email: burhan.bungin@ciputra.ac.id<sup>1</sup>, monika.teguh@ciputra.ac.id<sup>2\*</sup>,  
bernard.kristianto@ciputra.ac.id<sup>3</sup>, ignasius.lilie@ciputra.ac.id<sup>4</sup>, andibudi.sulistijanto@ciputra.ac.id<sup>5</sup>

\*Correspondence: Monika Teguh

---

### Article Info:

Submitted:

14-04-2025

Final Revised:

24-04-2025

Accepted:

25-04-2025

Published:

27-04-2025

### ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis konstruksi sosial tokoh lokal dalam Pilkada 2024, yang berperan penting dalam membentuk persepsi dan preferensi politik masyarakat. Permasalahan utama yang dihadapi adalah bagaimana media, baik tradisional maupun digital, membangun citra tokoh politik yang sering kali tidak sesuai dengan kenyataan. Penelitian ini bertujuan untuk menggali bagaimana media, simbol budaya, dan interaksi sosial mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap tokoh politik lokal. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan studi kasus, yang mencakup wawancara mendalam, analisis konten media, dan observasi lapangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media, terutama media sosial, memainkan peran sentral dalam membentuk citra politik tokoh lokal, baik melalui framing positif maupun negatif. Penggunaan simbol budaya dan narasi religius juga ditemukan efektif dalam membangun hubungan emosional dengan pemilih, namun harus otentik untuk menghindari persepsi manipulatif. Implikasi temuan ini penting bagi praktisi politik dalam merancang kampanye yang lebih transparan dan autentik, serta bagi masyarakat untuk lebih kritis terhadap narasi politik yang dibangun. Penelitian ini memberikan wawasan tentang pentingnya media digital dalam strategi kampanye politik dan membuka peluang untuk studi lanjutan mengenai teknologi baru dalam komunikasi politik.

**Kata Kunci:** konstruksi sosial; pilkada 2024; tokoh lokal; interaksi sosial; citra politik

### ABSTRACT

*This study analyzes the social construction of local figures in the 2024 regional elections, which plays an important role in shaping public political perceptions and preferences. The main issue explored is how both traditional and digital media build political figures' images that often do not align with reality. This study aims to examine how media, cultural symbols, and social interactions influence the public's perception of local political figures. The research uses a qualitative approach with a case study method, including in-depth interviews, media content analysis, and field observations. The findings reveal that media, especially social media, plays a central role in constructing local political images, both through positive and negative framing. The use of cultural symbols and religious narratives is also effective in building emotional connections with voters, but must be authentic to avoid being perceived as manipulative. The implications of these findings are crucial for political practitioners in designing more transparent and authentic campaigns and for the public to become more critical of the political narratives constructed. This research provides insights into the importance of digital media in political campaign strategies and opens up opportunities for further studies on the role of new technologies in political communication.*

*Keywords: social construction; election 2024; local figures; social interaction; political image*

---

## PENDAHULUAN

Pemilihan kepala daerah (Pilkada) di Indonesia merupakan peristiwa politik yang sangat signifikan dan penuh dinamika. Pilkada tidak hanya berfungsi sebagai proses demokratis untuk memilih pemimpin daerah, tetapi juga sebagai arena di mana berbagai strategi politik dan komunikasi diterapkan untuk memengaruhi persepsi pemilih (Hasanudin et al., 2023; Julkifli & Wibawa, 2022; Rahayu, 2020; Restu Hasanudin et al., 2023). Dalam Pilkada 2024, perkembangan teknologi digital dan penggunaan media sosial secara masif telah mengubah cara kampanye politik dilakukan, memperkenalkan dimensi baru dalam strategi politik, termasuk konstruksi sosial tokoh lokal. Dengan meningkatnya akses masyarakat terhadap informasi, media dan narasi politik telah menjadi alat penting dalam membentuk persepsi dan keputusan pemilih (Nasution, 2024; Wirapraja et al., 2023).

Konstruksi sosial tokoh lokal, dalam konteks ini, merujuk pada proses di mana citra, reputasi, dan identitas tokoh-tokoh politik dibentuk melalui interaksi antara aktor politik, media, dan masyarakat (Sulaiman, 2016). Dalam dunia yang semakin terhubung secara digital, tokoh politik tidak hanya diidentifikasi berdasarkan tindakan nyata mereka, tetapi juga melalui bagaimana mereka dipersepsikan oleh publik, yang sangat dipengaruhi oleh narasi media dan diskursus sosial (Handayani & Moekahar, 2021; ULUK, 2023). Proses ini menciptakan realitas sosial yang sering kali lebih kompleks daripada realitas objektif, dan dapat memiliki dampak besar pada hasil politik.

Pilkada 2024 menyoroti pentingnya media digital sebagai alat utama dalam kampanye politik. Tokoh-tokoh politik lokal kini lebih sering menggunakan media sosial untuk berkomunikasi langsung dengan pemilih, menyampaikan visi, misi, dan janji kampanye mereka dengan cara yang lebih personal dan interaktif (Farisa, 2022; Johan, 2021; Khairi, 2022; Mashari & Retno Mawarini Sukmariningsih, 2023; Mauzalana & Hastuti, 2022; Qadri et al., 2023; Sa'ban & Wijaya, 2018; Saputra, 2020). Sesi tanya-jawab langsung, vlog kampanye, dan penggunaan konten viral telah menjadi strategi umum untuk meningkatkan keterlibatan pemilih dan membangun citra yang kuat. Di sisi lain, media massa tradisional, seperti televisi dan surat kabar, tetap memegang peran penting dalam membentuk narasi politik, meskipun tantangan dari media digital semakin besar.

Selain media, konstruksi sosial tokoh lokal juga dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti budaya, agama, dan sejarah komunitas. Di banyak daerah di Indonesia, nilai-nilai tradisional dan kepercayaan agama sangat memengaruhi persepsi masyarakat terhadap seorang pemimpin. Tokoh politik yang mampu memanfaatkan simbol-simbol budaya dan retorika keagamaan dalam kampanye mereka sering kali mendapatkan keuntungan dalam membangun kepercayaan dan legitimasi di mata masyarakat. Namun, strategi ini juga dapat menjadi pedang bermata dua, karena masyarakat semakin kritis terhadap ketidaksesuaian antara narasi yang disampaikan dan tindakan nyata dari para tokoh.

Teori konstruksi sosial adalah salah satu pendekatan dalam sosiologi yang memberikan pemahaman tentang bagaimana realitas sosial dibentuk oleh manusia melalui proses interaksi dan komunikasi. Teori ini pertama kali dikemukakan secara formal oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann dalam buku mereka *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge* (Bungin, B. 2018). Berger dan Luckmann menjelaskan bahwa realitas sosial tidak bersifat objektif atau independen, melainkan merupakan hasil dari konstruksi yang terus-menerus diciptakan dan dipertahankan oleh manusia melalui interaksi sosial yang dinamis.

Menurut Berger dan Luckmann, konstruksi sosial terjadi melalui tiga proses utama: eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi. Eksternalisasi merujuk pada tindakan manusia yang mengekspresikan ide, gagasan, dan pengalaman mereka ke dalam dunia sosial. Proses ini menciptakan struktur-struktur sosial yang dapat diamati, seperti bahasa, institusi, dan norma-norma sosial. Objektivasi adalah tahap di mana hasil eksternalisasi menjadi kenyataan yang tampak objektif dan diterima oleh masyarakat. Dalam tahap ini, struktur sosial yang awalnya diciptakan oleh manusia mulai dianggap sebagai fakta yang terlepas dari pencipta aslinya. Akhirnya, internalisasi terjadi ketika individu menginternalisasi struktur sosial tersebut sebagai bagian dari realitas mereka, sehingga realitas sosial yang telah dibentuk menjadi bagian dari kesadaran individu.

Teori konstruksi sosial tidak hanya menyoroiti bagaimana realitas sosial dibentuk, tetapi juga bagaimana makna dan nilai-nilai yang terkait dengan berbagai fenomena sosial diciptakan. Dalam konteks politik, ini sangat relevan karena konstruksi sosial dapat memengaruhi persepsi masyarakat tentang tokoh politik, isu-isu kebijakan, dan proses demokrasi itu sendiri. Misalnya, citra seorang pemimpin dapat dikonstruksi melalui simbol-simbol yang disampaikan oleh media, yang menciptakan persepsi tertentu di kalangan masyarakat.

Erving Goffman (1959), seorang sosiolog yang terkenal dengan teorinya tentang dramaturgi, memberikan kontribusi penting dalam memahami konstruksi sosial. Dalam karyanya *The Presentation of Self in Everyday Life*, Goffman menggambarkan kehidupan sosial sebagai sebuah panggung di mana individu memainkan peran tertentu untuk menciptakan kesan yang diinginkan di hadapan orang lain. Dalam konteks politik, tokoh-tokoh lokal sering kali mempresentasikan diri mereka dengan cara yang dapat menarik simpati dan kepercayaan dari masyarakat. Misalnya, seorang kandidat yang ingin dipersepsikan sebagai pemimpin yang pro-rakyat akan berusaha menunjukkan citra yang ramah, empatik, dan peduli terhadap isu-isu masyarakat.

Goffman juga menyoroiti konsep front stage dan back stage. Di front stage, individu menampilkan perilaku yang telah dirancang untuk konsumsi publik, seperti pidato kampanye, interaksi dengan media, dan penampilan di acara-acara resmi. Sementara itu, di back stage, individu dapat bersikap lebih otentik dan bebas dari tekanan sosial untuk mempresentasikan diri dengan cara tertentu. Dalam konteks Pilkada, front stage mencakup kampanye dan komunikasi publik yang dirancang untuk membentuk citra yang positif, sedangkan back stage mungkin mencakup diskusi dan strategi internal yang tidak terlihat oleh masyarakat umum.

Pemilihan kepala daerah (Pilkada) 2024 di Indonesia memperlihatkan betapa pentingnya konstruksi sosial tokoh lokal dalam mempengaruhi persepsi dan preferensi politik masyarakat. Salah satu masalah utama yang muncul adalah bagaimana media, baik tradisional maupun digital, membentuk citra politik tokoh lokal, yang tidak selalu sesuai dengan realitas yang ada. Dengan adanya pengaruh besar media sosial dan narasi budaya yang dibangun oleh aktor politik, masyarakat sering kali terjebak dalam gambaran politik yang terdistorsi. Hal ini menciptakan ketidakseimbangan antara citra yang dibangun melalui media dan kenyataan yang ada, mengakibatkan kesulitan dalam menentukan pilihan yang objektif.

Selain itu, konstruksi sosial ini juga memunculkan tantangan terkait otentisitas dan transparansi dalam kampanye politik. Tokoh politik yang menggunakan simbol-simbol budaya atau agama untuk menarik perhatian pemilih kadang-kadang dianggap manipulatif jika narasi tersebut tidak didukung oleh tindakan nyata. Dalam konteks ini, perlu dianalisis bagaimana pengaruh budaya, agama, dan simbol lokal digunakan dalam membentuk citra politisi, serta dampaknya terhadap partisipasi politik masyarakat, khususnya di daerah yang masih kental dengan budaya lokal dan agama.

Pentingnya penelitian ini terletak pada pemahaman lebih dalam tentang bagaimana konstruksi sosial tokoh politik dapat mempengaruhi demokrasi lokal, terutama dalam Pilkada 2024. Di tengah perkembangan media sosial yang pesat, masyarakat semakin terbuka terhadap informasi, namun juga semakin rentan terhadap informasi yang terdistorsi. Memahami bagaimana media, simbol budaya, dan strategi komunikasi digunakan untuk membentuk persepsi masyarakat akan memberikan wawasan yang sangat penting bagi para praktisi politik, jurnalis, dan pembuat kebijakan dalam merancang kampanye yang lebih transparan dan efektif.

Penelitian oleh McCombs dan Shaw (1972) mengenai teori agenda-setting menunjukkan bahwa media memainkan peran kunci dalam menentukan isu-isu yang dianggap penting oleh masyarakat. Mereka mengemukakan bahwa media tidak hanya menginformasikan publik, tetapi juga mempengaruhi agenda politik dengan menyoroti isu tertentu. Selain itu, Goffman (1959) dalam teorinya tentang presentasi diri menekankan pentingnya peran individu dalam membangun citra dirinya dalam kehidupan sosial, termasuk dalam konteks politik. Keduanya memberikan dasar yang kuat untuk memahami bagaimana konstruksi sosial tokoh politik dilakukan melalui media dan interaksi sosial.

Penelitian yang dilakukan oleh Entman (1993) mengenai *framing* juga relevan dalam konteks ini. *Framing* dalam media memungkinkan pembentukan narasi yang dapat mempengaruhi bagaimana publik melihat tokoh politik, apakah sebagai pemimpin yang positif atau sebagai individu yang kontroversial. Penelitian ini juga mengidentifikasi pentingnya simbol budaya dalam membentuk identitas sosial dan politik, yang sangat relevan dalam konteks Pilkada 2024 di mana tokoh politik sering kali menggunakan simbol lokal untuk memperkuat hubungan dengan pemilih.

Meskipun ada banyak penelitian tentang konstruksi sosial dalam politik, sebagian besar fokus pada media tradisional dan teori *framing* atau agenda-setting dalam konteks nasional. Sedikit penelitian yang mengkaji konstruksi sosial tokoh politik lokal dalam Pilkada, terutama dengan menggunakan teori konstruksi sosial dan presentasi diri dalam interaksi media digital dan simbol budaya lokal. Penelitian ini mengisi kekosongan tersebut dengan melihat bagaimana dinamika antara media sosial, simbol budaya, dan interaksi sosial mempengaruhi persepsi pemilih terhadap tokoh politik lokal di Pilkada 2024.

Penelitian ini menawarkan perspektif baru dengan menggabungkan teori konstruksi sosial dan presentasi diri dalam konteks Pilkada, serta melihat peran media sosial sebagai alat utama dalam membentuk citra tokoh politik. Berbeda dengan studi sebelumnya yang lebih banyak berfokus pada media tradisional, penelitian ini memberikan perhatian khusus pada penggunaan media digital dan simbol budaya lokal dalam kampanye politik. Dengan pendekatan ini, penelitian ini memberikan kontribusi signifikan terhadap pemahaman tentang bagaimana media, budaya, dan interaksi sosial bekerja bersama dalam membentuk citra politik yang mempengaruhi hasil pemilihan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara mendalam bagaimana tokoh-tokoh lokal dalam Pilkada 2024 dikonstruksi secara sosial melalui narasi media dan interaksi sosial. Dengan menggunakan teori konstruksi sosial yang dikemukakan oleh Berger dan Luckmann (1966), penelitian ini mengeksplorasi bagaimana persepsi masyarakat dibentuk, dimodifikasi, atau bahkan dikendalikan oleh berbagai aktor politik. Studi ini juga akan membahas implikasi dari konstruksi sosial ini terhadap dinamika politik lokal, khususnya dalam konteks keterlibatan politik dan kepercayaan masyarakat.

Lebih jauh, penelitian ini berkontribusi pada literatur tentang komunikasi politik dan strategi kampanye, dengan memberikan wawasan tentang bagaimana teknologi digital dan media sosial mengubah lanskap politik di Indonesia. Temuan dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana narasi sosial dapat memengaruhi hasil pemilihan dan

---

bagaimana strategi komunikasi dapat dioptimalkan untuk mencapai tujuan politik. Implikasi praktis dari penelitian ini juga penting bagi para praktisi politik yang ingin memahami dan memanfaatkan konstruksi sosial dalam kampanye mereka.

## **METODE**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tujuan untuk mengeksplorasi bagaimana tokoh-tokoh lokal dalam Pilkada 2024 dikonstruksi secara sosial. Pendekatan kualitatif dipilih karena memungkinkan peneliti untuk memahami secara mendalam proses, interaksi, dan narasi yang membentuk persepsi masyarakat terhadap para tokoh politik. Metodologi ini berfokus pada penggalian makna yang diberikan oleh berbagai aktor, termasuk media, tokoh politik, dan masyarakat, terhadap konstruksi sosial yang terjadi dalam konteks politik lokal.

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus untuk menggali fenomena konstruksi sosial tokoh lokal secara mendalam. Studi kasus dipilih karena memungkinkan analisis yang komprehensif terhadap berbagai aspek yang terlibat dalam konstruksi sosial, termasuk peran media, interaksi sosial, dan strategi kampanye. Penelitian ini mempelajari beberapa kasus yang relevan di berbagai daerah di Indonesia untuk mendapatkan pemahaman yang holistik tentang bagaimana proses konstruksi sosial terjadi dan dipengaruhi oleh faktor-faktor kontekstual.

Pengumpulan data dilakukan melalui beberapa metode, yaitu wawancara mendalam, analisis konten media, dan observasi lapangan. Wawancara mendalam dilakukan dengan berbagai informan, termasuk tokoh politik lokal, jurnalis, pakar komunikasi politik, dan anggota masyarakat. Wawancara ini bertujuan untuk menggali perspektif informan tentang bagaimana tokoh-tokoh politik dikonstruksi dan bagaimana persepsi masyarakat terbentuk. Wawancara bersifat semi-terstruktur, yang memungkinkan fleksibilitas dalam mengeksplorasi topik yang relevan, namun tetap terarah sesuai dengan fokus penelitian. Analisis konten media dilakukan terhadap berita, artikel, dan kampanye politik yang dipublikasikan di media massa dan media sosial. Peneliti mengumpulkan data dari media tradisional, seperti surat kabar dan stasiun televisi, serta platform digital, seperti Facebook, Instagram, dan Twitter. Konten media dianalisis untuk memahami bagaimana narasi dibangun, *framing* yang digunakan, dan simbol-simbol yang dipromosikan dalam kampanye politik. Analisis ini membantu mengidentifikasi pola komunikasi yang berkontribusi pada konstruksi sosial tokoh lokal. Observasi dilakukan di acara-acara kampanye, pertemuan masyarakat, dan interaksi sosial di lingkungan komunitas lokal. Observasi ini bertujuan untuk mengamati secara langsung bagaimana tokoh politik berinteraksi dengan masyarakat dan bagaimana masyarakat merespons kehadiran mereka. Observasi juga memberikan wawasan tentang penggunaan simbol budaya dan strategi komunikasi yang digunakan oleh tokoh-tokoh politik dalam membangun citra mereka.

Sumber data dalam penelitian ini dibagi menjadi dua kategori: data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari wawancara dan observasi lapangan, sementara data sekunder mencakup analisis konten dari berbagai media, dokumen kampanye, dan literatur yang relevan. Data sekunder ini digunakan untuk memberikan konteks yang lebih luas dan memperkuat temuan dari data primer. Analisis data dilakukan dengan menggunakan teknik coding tematik, yang melibatkan identifikasi tema-tema utama yang muncul dari data yang telah dikumpulkan. Proses coding dilakukan dalam beberapa tahap. *Open Coding*: Langkah awal adalah melakukan coding terbuka, di mana data yang dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan analisis konten dipilah ke dalam unit-unit makna. Peneliti membaca transkrip data secara menyeluruh dan menandai kata, frasa, atau pernyataan yang penting atau berulang. Misalnya, jika seorang tokoh lokal sering menyebutkan "budaya lokal" atau "tradisi keagamaan," istilah-istilah ini dikodekan sebagai tema awal (Strauss & Corbin, 1998). *Axial Coding*: Setelah coding terbuka, data dikategorikan lebih lanjut melalui coding aksial. Proses ini menghubungkan tema-tema yang telah diidentifikasi untuk menemukan hubungan antara strategi komunikasi yang digunakan oleh para tokoh. Sebagai contoh, coding aksial dapat menghubungkan penggunaan simbol budaya dengan tujuan membangun kedekatan emosional dengan pemilih, atau menghubungkan narasi historis dengan upaya memperkuat legitimasi politik (Charmaz, 2006).

---

*Selective Coding*: Tahap terakhir adalah koding selektif, di mana peneliti memilih tema-tema inti yang paling signifikan dan merangkum keseluruhan temuan penelitian. Pada tahap ini, peneliti menyusun narasi yang menghubungkan tema-tema utama dan menggambarkan konstruksi sosial yang dilakukan oleh tokoh-tokoh lokal. Misalnya, koding selektif dapat mengidentifikasi bahwa strategi penggunaan media sosial oleh tokoh lokal adalah bagian dari upaya mereka untuk menciptakan citra modern yang relevan dengan pemilih muda (Bazeley, 2013).

Untuk memastikan kredibilitas dan validitas penelitian, berbagai strategi digunakan, termasuk triangulasi data, member checking, dan audit trail. Triangulasi data menggunakan berbagai sumber data (wawancara, analisis konten, dan observasi) untuk menguatkan temuan dan memberikan pandangan yang lebih holistik. Triangulasi membantu memastikan bahwa data yang diperoleh akurat dan mewakili fenomena yang diteliti. Hasil wawancara dan temuan awal dibawakan ke *Focus Group Discussion* untuk mendapat klarifikasi kelompok terhadap data yang diperoleh dari interview, serta memungkinkan mendapat insight baru untuk melakukan informasi baru. Lalu dilanjutkan ke tahap audit trail, dengan menyimpan catatan lengkap tentang proses pengumpulan dan analisis data untuk memastikan transparansi dan memungkinkan orang lain untuk menilai keandalan penelitian.

Penelitian ini mematuhi prinsip-prinsip etika penelitian, termasuk persetujuan informan (informed consent), kerahasiaan data, dan keadilan. Informan diberi penjelasan lengkap tentang tujuan penelitian, hak mereka untuk menarik diri dari penelitian kapan saja, dan bagaimana data mereka akan digunakan. Identitas informan dilindungi dengan menggunakan nama samaran untuk menjaga kerahasiaan. Selain itu, peneliti memastikan bahwa partisipasi informan adalah sukarela dan tidak menimbulkan dampak negatif bagi mereka.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Peran media dalam konstruksi sosial juga sangat penting. Media tidak hanya melaporkan peristiwa, tetapi juga membentuk narasi yang dapat memengaruhi persepsi masyarakat. Teori agenda setting, yang dikembangkan oleh Maxwell McCombs dan Donald Shaw (1972), menjelaskan bagaimana media dapat menentukan isu-isu yang dianggap penting oleh masyarakat. Dengan menyoroti isu tertentu dan mengabaikan isu lain, media membentuk realitas sosial yang mempengaruhi perhatian publik. Dalam konteks politik lokal, media sering kali memengaruhi bagaimana tokoh-tokoh politik dikonstruksi di mata publik, apakah sebagai pemimpin yang visioner atau sebagai individu yang kontroversial.

Teori *framing*, yang dikembangkan oleh Erving Goffman dan diperdalam oleh para peneliti seperti Robert Entman juga relevan dalam memahami konstruksi sosial. *Framing* adalah proses di mana media membingkai berita dengan cara tertentu untuk memengaruhi bagaimana audiens memahami dan menafsirkan informasi (Budiyono, 2017; Novyanti et al., 2023). Dalam Pilkada, *framing* dapat digunakan untuk menampilkan tokoh politik dalam cahaya yang positif atau negatif, tergantung pada kepentingan media atau aktor politik yang memanfaatkan media tersebut. Misalnya, seorang calon yang memiliki latar belakang keagamaan yang kuat mungkin *diframing* sebagai figur yang dapat dipercaya dalam menjaga moralitas masyarakat, sementara yang lain mungkin *diframing* sebagai agen perubahan yang membawa modernisasi.

Dalam konteks konstruksi sosial tokoh lokal, penggunaan simbol dan narasi menjadi alat yang sangat efektif. Simbol-simbol budaya, seperti pakaian tradisional, bahasa lokal, dan ritual keagamaan, sering digunakan oleh tokoh politik untuk memperkuat identitas mereka dan membangun koneksi dengan masyarakat. Simbol-simbol ini tidak hanya menciptakan kesan otentik, tetapi juga membangkitkan emosi yang dapat meningkatkan kepercayaan dan dukungan dari masyarakat. Dalam Pilkada 2024, simbol-simbol ini semakin relevan karena masyarakat cenderung terhubung secara emosional dengan pemimpin yang dianggap mewakili nilai-nilai lokal mereka.

Selain itu, narasi adalah alat penting dalam konstruksi sosial. Narasi yang efektif dapat membentuk citra seorang tokoh sebagai pemimpin yang kuat, visioner, atau peduli pada rakyat. Narasi-

narasi ini sering kali diciptakan oleh tim kampanye dan didukung oleh media, yang memainkan peran kunci dalam menyebarkan pesan tersebut. Tokoh-tokoh yang berhasil membangun narasi yang relevan dengan kebutuhan masyarakat cenderung lebih berhasil dalam membangun dukungan politik. Namun, jika narasi tersebut tidak didukung oleh tindakan nyata, ada risiko bahwa masyarakat akan kehilangan kepercayaan, terutama di era digital di mana informasi menyebar dengan cepat dan masyarakat lebih kritis dalam mengevaluasi janji-janji politik.

Penelitian ini mengungkapkan bahwa konstruksi sosial tokoh lokal dalam Pilkada 2024 dipengaruhi oleh berbagai faktor yang saling berinteraksi, termasuk peran media, strategi kampanye, simbol budaya, dan respons masyarakat. Setiap elemen ini memainkan peran unik dalam membentuk persepsi dan preferensi politik masyarakat, dan dinamika ini terus berkembang seiring dengan perubahan dalam lingkungan sosial dan teknologi.

### **Peran Media Tradisional dan Digital**

Hasil analisis menunjukkan bahwa media tradisional, seperti televisi, radio, dan surat kabar, masih memiliki pengaruh yang signifikan dalam membingkai (*framing*) citra tokoh politik. Berita dan liputan media sering kali dirancang untuk menyoroti aspek-aspek tertentu, seperti latar belakang, kepribadian, atau pencapaian seorang kandidat. Dalam banyak kasus, *framing* ini berfungsi untuk mengarahkan perhatian masyarakat kepada narasi yang diinginkan oleh aktor politik atau media itu sendiri. Misalnya, seorang tokoh politik yang berfokus pada isu-isu keagamaan mungkin akan diangkat sebagai figur yang dapat dipercaya dalam menjaga nilai-nilai moral masyarakat, sementara kandidat yang memiliki latar belakang bisnis mungkin difokuskan pada kemampuan mereka dalam mengelola perekonomian daerah.

Namun, dengan meningkatnya peran media digital, proses konstruksi sosial telah menjadi lebih dinamis dan kompleks. Media sosial, seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan TikTok, memungkinkan tokoh politik untuk terlibat langsung dengan masyarakat dan mempromosikan citra mereka sendiri tanpa perantara. Konten yang dipublikasikan oleh tokoh politik di media sosial dapat berupa video kampanye, infografis, atau cerita pribadi yang bertujuan untuk membangun hubungan emosional dengan pemilih. Kemampuan untuk berinteraksi langsung dengan masyarakat melalui fitur komentar, sesi tanya-jawab, dan siaran langsung membuat media sosial menjadi alat yang sangat efektif dalam membangun dan mempertahankan citra politik.

Namun, media digital juga membawa tantangan tersendiri. Misalnya, persepsi publik dapat berubah dengan cepat jika ada konten viral yang merusak citra seorang tokoh politik. Selain itu, media sosial memungkinkan masyarakat untuk menelusuri latar belakang dan perilaku kandidat secara lebih kritis, yang berarti bahwa ketidaksesuaian antara narasi politik dan tindakan nyata dapat dengan mudah diungkap dan menyebar luas. Hal ini menunjukkan bahwa, meskipun media digital dapat memberikan keuntungan besar dalam kampanye politik, penggunaannya juga membutuhkan kehati-hatian dan konsistensi.

Media memainkan peran sentral dalam membangun narasi tentang tokoh politik lokal. Dalam Pilkada 2024, media massa tradisional, seperti televisi, radio, dan surat kabar, masih memiliki pengaruh besar dalam membentuk opini publik. Berita dan liputan kampanye sering kali mengadopsi strategi *framing* yang menyoroti aspek tertentu dari kepribadian, rekam jejak, atau visi seorang tokoh politik. Misalnya, seorang kandidat yang memiliki latar belakang religius dapat *diframing* sebagai pemimpin yang moral dan dapat dipercaya, sementara kandidat lain yang berlatar belakang bisnis mungkin *diframing* sebagai pemimpin yang kompeten dalam bidang ekonomi.

Media digital dan media sosial telah menjadi alat yang semakin dominan dalam membangun dan menyebarkan narasi politik. Platform seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan TikTok memungkinkan tokoh politik untuk menyampaikan pesan mereka secara langsung kepada masyarakat tanpa harus bergantung pada media tradisional. Ini memberikan kesempatan bagi tokoh lokal untuk mengontrol narasi mereka sendiri dan berkomunikasi secara lebih personal dengan pemilih. Selain itu, media sosial memungkinkan interaksi dua arah, di mana masyarakat dapat memberikan umpan balik, berbagi pendapat, dan bahkan memviralkan konten yang mendukung atau menentang seorang kandidat.

Kampanye digital telah menjadi elemen kunci dalam Pilkada 2024. Tokoh politik menggunakan media sosial untuk menyebarkan pesan, menjalin hubungan dengan masyarakat, dan memobilisasi dukungan. Media sosial memungkinkan kampanye yang lebih tersegmentasi, di mana pesan-pesan dapat disesuaikan untuk audiens tertentu berdasarkan usia, jenis kelamin, lokasi, dan minat. Ini menciptakan peluang untuk menyampaikan pesan yang lebih personal dan relevan, yang dapat meningkatkan keterlibatan pemilih.

Strategi kampanye digital juga mencakup penggunaan konten visual seperti gambar, video pendek, dan infografis yang dirancang untuk memaksimalkan dampak emosional dan visual. Video kampanye yang menunjukkan kandidat berinteraksi dengan masyarakat, terlibat dalam aktivitas sosial, atau memberikan bantuan kepada komunitas lokal dapat memperkuat citra positif dan menunjukkan bahwa mereka peduli pada kesejahteraan rakyat. Selain itu, penggunaan meme politik dan konten viral lainnya dapat membantu menyebarkan pesan kampanye secara cepat dan efisien, terutama di kalangan pemilih muda yang aktif di media sosial.

Konstruksi sosial tokoh lokal dalam kampanye digital juga dipengaruhi oleh interaksi masyarakat. Masyarakat tidak hanya menjadi konsumen informasi tetapi juga produsen konten yang dapat memperkuat atau menantang narasi yang ada. Komentar, berbagi, dan diskusi online memainkan peran penting dalam membentuk opini publik. Diskusi-diskusi ini sering kali mencerminkan dukungan atau penolakan terhadap seorang kandidat, yang dapat memengaruhi bagaimana narasi politik diterima secara luas. Dalam beberapa kasus, masyarakat dapat membongkar narasi palsu atau mengkritik kandidat yang dianggap tidak otentik, yang dapat merusak citra seorang tokoh politik secara signifikan.

### **Strategi Komunikasi dan Penggunaan Simbol**

Strategi komunikasi yang digunakan oleh tokoh politik dalam Pilkada 2024 berfokus pada penggunaan simbol dan narasi yang dapat membangun koneksi emosional dengan masyarakat. Simbol-simbol budaya, seperti pakaian adat, bahasa daerah, dan ritual tradisional, digunakan untuk memperkuat identitas lokal dan menunjukkan komitmen terhadap nilai-nilai komunitas. Analisis menunjukkan bahwa tokoh yang secara konsisten menggunakan simbol budaya dalam kampanye mereka cenderung lebih mudah diterima oleh masyarakat, terutama di daerah yang sangat menjunjung tinggi tradisi dan budaya lokal. Simbol ini tidak hanya menciptakan kesan keaslian tetapi juga memberikan kesan bahwa kandidat memahami dan menghormati warisan budaya masyarakat.

Namun, penggunaan simbol budaya harus dilakukan dengan hati-hati. Masyarakat semakin kritis terhadap kandidat yang dianggap memanipulasi simbol budaya untuk keuntungan politik semata tanpa komitmen nyata terhadap nilai-nilai yang diwakili. Misalnya, jika seorang kandidat terlihat mengenakan pakaian adat dalam kampanye tetapi tidak memiliki rekam jejak yang menunjukkan kepedulian terhadap pelestarian budaya, masyarakat dapat melihat hal ini sebagai upaya yang tidak otentik dan manipulatif.

Selain simbol budaya, narasi religius juga sering digunakan untuk membangun citra yang positif. Kandidat yang memiliki latar belakang keagamaan atau yang sering terlihat berpartisipasi dalam kegiatan keagamaan sering kali dipersepsikan sebagai individu yang bermoral dan dapat dipercaya. Namun, seperti halnya dengan simbol budaya, narasi religius dapat menjadi kontraproduktif jika masyarakat menemukan ketidaksesuaian antara retorika religius dan perilaku nyata kandidat. Hal ini menunjukkan bahwa keaslian dan konsistensi adalah kunci dalam strategi komunikasi politik.

Dalam konteks Pilkada Jawa Timur 2024, beberapa tokoh lokal telah membangun konstruksi sosial mereka melalui berbagai strategi:

1. **Khofifah Indar Parawansa dan Emil Elestianto Dardak**

Sebagai Gubernur dan Wakil Gubernur Jawa Timur petahana, Khofifah Indar Parawansa dan Emil Elestianto Dardak memanfaatkan simbol budaya dan narasi historis untuk memperkuat posisi mereka. Khofifah sering menghadiri acara-acara budaya tradisional Jawa Timur, seperti festival Reog Ponorogo dan pertunjukan Ludruk, untuk menunjukkan kedekatannya dengan budaya lokal. Emil, dengan latar belakang akademis dan pengalaman sebagai mantan Bupati Trenggalek, menekankan pentingnya inovasi dan teknologi dalam pembangunan daerah. Mereka

---

juga aktif di media sosial, berbagi kegiatan sehari-hari dan interaksi dengan masyarakat, yang memperkuat citra sebagai pemimpin yang merakyat dan responsif terhadap kebutuhan warga.

2. Tri Rismaharini dan KH Zahrul Azhar Asumta (Gus Hans)

Tri Rismaharini, mantan Wali Kota Surabaya, mencalonkan diri sebagai Gubernur Jawa Timur dengan menggandeng KH Zahrul Azhar Asumta, atau Gus Hans, sebagai calon Wakil Gubernur. Risma dikenal berhasil mengubah Surabaya menjadi kota yang lebih hijau dan tertata, serta meningkatkan kualitas hidup warganya. Gus Hans, sebagai tokoh agama dan pengasuh pesantren, membawa nuansa keagamaan yang kuat dalam pasangan ini. Mereka sering terlibat dalam kegiatan keagamaan dan sosial, serta memanfaatkan media sosial untuk berinteraksi dengan masyarakat, membangun citra sebagai pemimpin yang peduli dan dekat dengan rakyat.

3. Luluk Nur Hamidah dan Lukmanul Khakim

Luluk Nur Hamidah, anggota DPR RI dari Partai Kebangkitan Bangsa (PKB), mencalonkan diri sebagai Gubernur Jawa Timur dengan menggandeng Lukmanul Khakim sebagai calon Wakil Gubernur. Luluk menekankan latar belakangnya sebagai aktivis perempuan dan pendukung pemberdayaan masyarakat desa. Ia sering terlibat dalam program-program pemberdayaan perempuan dan pengembangan ekonomi desa, serta aktif dalam organisasi keagamaan seperti Nahdlatul Ulama (NU). Lukmanul Khakim, dengan pengalaman di bidang pendidikan dan keagamaan, melengkapi pasangan ini dengan fokus pada peningkatan kualitas pendidikan dan kesejahteraan masyarakat. Mereka membangun citra sebagai pemimpin yang peduli terhadap isu-isu gender, pendidikan, dan pembangunan pedesaan.

Melalui berbagai strategi tersebut, para tokoh lokal di Jawa Timur berupaya membangun dan memperkuat konstruksi sosial mereka untuk menarik dukungan masyarakat dalam Pilkada 2024.

Konstruksi sosial tokoh lokal dalam Pilkada 2024 merupakan fenomena yang kompleks, di mana berbagai aktor dan media terlibat dalam membentuk citra dan persepsi yang memengaruhi pilihan politik masyarakat. Proses ini mencakup penggunaan strategi komunikasi yang cerdas, penggunaan simbol budaya, serta peran media dalam membingkai (framing) citra tokoh politik. Konstruksi sosial tidak hanya berfokus pada representasi individu, tetapi juga pada bagaimana makna dan nilai-nilai yang diwakili oleh tokoh tersebut diterima oleh masyarakat.

Dalam Pilkada 2024, tokoh-tokoh politik lokal menggunakan berbagai strategi komunikasi untuk membangun citra yang positif dan relevan dengan masyarakat. Salah satu pendekatan yang umum digunakan adalah penggunaan simbol-simbol budaya. Simbol budaya, seperti pakaian tradisional, bahasa daerah, dan partisipasi dalam upacara adat, sering digunakan oleh kandidat untuk memperkuat identitas mereka sebagai pemimpin yang mewakili nilai-nilai lokal. Simbol-simbol ini membangkitkan perasaan kebanggaan budaya dan koneksi emosional yang kuat dengan masyarakat, yang dapat meningkatkan kepercayaan dan dukungan politik.

Selain simbol budaya, narasi religius juga sering digunakan untuk menarik pemilih yang religius. Tokoh politik yang memiliki latar belakang keagamaan atau yang dikenal sebagai figur religius sering kali memanfaatkan retorika religius untuk membangun citra yang saleh dan berkomitmen pada nilai-nilai keagamaan. Kampanye ini melibatkan kunjungan ke tempat-tempat ibadah, partisipasi dalam kegiatan keagamaan, dan penggunaan ayat-ayat suci dalam pidato mereka. Narasi ini efektif dalam membangun kepercayaan, terutama di daerah yang masyarakatnya sangat religius. Namun, penting bagi kandidat untuk memastikan bahwa simbol dan narasi yang mereka gunakan otentik dan sesuai dengan perilaku mereka, karena masyarakat semakin kritis terhadap ketidaksesuaian antara kata dan perbuatan.

### **Dinamika Interaksi Sosial dan Persepsi Masyarakat**

Konstruksi sosial tokoh politik tidak hanya dipengaruhi oleh media dan strategi kampanye, tetapi juga oleh interaksi sosial di tingkat komunitas. Masyarakat memiliki peran aktif dalam membentuk, menegosiasikan, dan, dalam beberapa kasus, menentang narasi yang disampaikan oleh media dan tim kampanye. Diskusi di lingkungan lokal, forum komunitas, dan kelompok diskusi online dapat memperkuat atau menantang citra yang dibangun oleh kandidat. Misalnya, seorang kandidat yang

dikenal baik di komunitasnya dan sering terlibat dalam kegiatan sosial cenderung lebih dihormati dan didukung, terlepas dari bagaimana mereka dibingkai oleh media.

Namun, interaksi sosial juga dapat menjadi arena di mana persepsi negatif berkembang. Jika ada isu yang mencuat, seperti skandal atau kontroversi, masyarakat dapat dengan cepat menyebarkan informasi tersebut melalui obrolan sehari-hari atau media sosial. Dalam konteks ini, kepercayaan masyarakat menjadi elemen yang sangat rapuh, yang dapat dengan mudah terpengaruh oleh perubahan dalam narasi publik.

Interaksi di tingkat komunitas juga memainkan peran penting dalam konstruksi sosial tokoh lokal. Dalam banyak kasus, tokoh politik yang mampu menunjukkan koneksi yang kuat dengan masyarakat lokal, memahami isu-isu yang relevan, dan berpartisipasi dalam tradisi komunitas cenderung lebih dihormati dan didukung. Kunjungan ke desa-desa, partisipasi dalam kegiatan gotong royong, dan menghadiri perayaan tradisional adalah cara-cara untuk memperkuat hubungan dengan masyarakat. Kandidat yang menunjukkan pemahaman mendalam tentang budaya lokal sering kali dipersepsikan sebagai pemimpin yang dapat dipercaya dan dapat diandalkan.

Namun, penting untuk dicatat bahwa proses konstruksi sosial tidak selalu bersifat top-down. Masyarakat juga memiliki peran aktif dalam membentuk dan menegosiasikan citra tokoh politik. Mereka dapat menerima, menolak, atau memodifikasi narasi yang dibangun oleh media dan tim kampanye, tergantung pada pengalaman mereka sendiri dan nilai-nilai yang mereka anut. Proses ini menunjukkan bahwa konstruksi sosial adalah fenomena dinamis yang dipengaruhi oleh berbagai aktor dan faktor kontekstual.

### **Peranan Konstruksi Sosial terhadap Partisipasi Politik**

Konstruksi sosial tokoh politik memiliki dampak langsung pada partisipasi politik masyarakat. Tokoh yang mampu membangun hubungan emosional yang kuat dengan masyarakat dan menunjukkan komitmen yang tulus terhadap isu-isu yang relevan cenderung lebih efektif dalam memobilisasi pemilih. Citra yang positif dan otentik dapat memotivasi masyarakat untuk lebih terlibat dalam proses politik, seperti menghadiri kampanye, berpartisipasi dalam diskusi politik, dan memberikan suara pada hari pemilihan.

Sebaliknya, konstruksi sosial yang negatif dapat menyebabkan apatisisme politik atau bahkan protes aktif terhadap kandidat tertentu. Masyarakat yang merasa dikhianati oleh kandidat yang mereka dukung sebelumnya mungkin enggan untuk terlibat dalam politik atau memilih kandidat lain yang mereka anggap lebih dapat dipercaya. Hal ini menunjukkan bahwa konstruksi sosial tidak hanya memengaruhi persepsi individu tetapi juga memiliki implikasi yang lebih luas terhadap dinamika politik lokal.

Konstruksi sosial yang berhasil dapat memberikan keuntungan besar bagi seorang kandidat. Tokoh yang dipersepsikan sebagai pemimpin yang jujur, kompeten, dan peduli cenderung lebih mudah mendapatkan dukungan dari masyarakat. Namun, konstruksi sosial juga dapat berubah dengan cepat jika ada krisis atau skandal yang memengaruhi citra seorang tokoh. Media dan masyarakat dapat dengan cepat mengubah persepsi mereka jika narasi yang ada terbukti tidak sesuai dengan kenyataan.

Konstruksi sosial juga dapat memengaruhi keterlibatan politik masyarakat. Tokoh politik yang mampu membangun hubungan emosional yang kuat dengan pemilih dapat memotivasi masyarakat untuk berpartisipasi lebih aktif dalam proses politik, seperti menghadiri kampanye, berdiskusi tentang isu-isu politik, dan akhirnya memberikan suara mereka pada hari pemilihan. Oleh karena itu, memahami dinamika konstruksi sosial tokoh lokal adalah kunci untuk memahami dinamika Pilkada 2024 dan dampaknya terhadap demokrasi lokal di Indonesia.

### **SIMPULAN**

Penelitian ini menyoroti kompleksitas konstruksi sosial tokoh lokal dalam Pilkada 2024, yang dipengaruhi oleh interaksi antara media, tokoh politik, dan masyarakat. Media, baik tradisional maupun digital, memainkan peran penting dalam membentuk persepsi publik melalui framing dan agenda

---

setting. Media sosial, khususnya, memungkinkan kandidat untuk berinteraksi langsung dengan masyarakat, meningkatkan hubungan emosional, namun juga menimbulkan tantangan besar terkait keaslian narasi yang disampaikan. Penggunaan simbol budaya dan narasi religius dapat memperkuat citra positif, tetapi harus didukung oleh tindakan nyata agar tidak dianggap manipulatif.

Konstruksi sosial ini berdampak signifikan pada partisipasi politik, di mana citra positif dapat memobilisasi dukungan, sementara citra negatif dapat menyebabkan apatisme masyarakat. Implikasi temuan ini penting bagi praktisi politik untuk merancang kampanye yang efektif dan autentik. Penelitian ini juga membuka peluang untuk studi lebih lanjut tentang dampak teknologi baru, seperti kecerdasan buatan dalam kampanye politik, serta bagaimana konstruksi sosial dapat berubah dalam krisis politik, yang dapat memperkuat demokrasi baik di tingkat lokal maupun nasional.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Budiyono, N. (2017). Politik Dinasti dalam Pemberitaan Media (Analisis Framing Isu Politik Dinasti Gubernur Banten Ratu Atut Chosiyah Pada Hariian Kompas dan Koran Tempo). *JURNAL IPTEKKOM: Jurnal Ilmu Pengetahuan & Teknologi Informasi*, 18(2). <https://doi.org/10.33164/iptekkom.18.2.2016.160-173>
- Bungin, B. (2018). *Komunikasi Politik Pencitraan: The Social Construction of Public Administration (SCoPA)*. Jakarta: Prenada Media Group
- Farisa, F. C. (2022). *Pemilu dan Pilkada Serentak 2024: Alasan, Urgensi, dan Tantangan*. Kompas.Com.
- Handayani, B., & Moekahar, F. (2021). Generasi Muda Dan Diskursus Islam (Analisis Resepsi Pengguna Media Sosial Mengenai Narasi Genosida). *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO: Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi Dan Informasi*, 6(4). <https://doi.org/10.52423/jikuho.v6i4.20806>
- Hasanudin, R., Samad, M. Y., & Batara Maya, H. (2023). Pendekatan Kolaboratif Terkait Pencegahan Politik Identitas pada Pemilihan Kepala Daerah. *Jurnal Lemhannas RI*, 11(2).
- Johan, A. M. (2021). Sistem Pemilihan Kepala Daerah pada Daerah Yang Memberlakukan Desentralisasi Asimetris. *Al-Qisth Law Review*, 5(1). <https://doi.org/10.24853/Al-Qisth.5.1.70-98>
- Julkifli, & Wibawa, S. (2022). Upaya Komisi Pemilihan Umum Dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Pada Pemilihan Umum (Pemilu) Dan Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) 2024 MENDATANG. *Jurnal Serunai Ilmu Pendidikan*, 8(July).
- Khairi, H. (2022). Menakar Pengaruh Politik Dinasti Dalam Pemilihan Kepala Daerah Di Indonesia. *JWP (Jurnal Wacana Politik)*, 7(1). <https://doi.org/10.24198/jwp.v7i1.37770>
- Mashari, & Retno Mawarini Sukmariningsih. (2023). Pengaruh Politik Dinasti dalam Pemilihan Kepala Daerah terhadap Keberlangsungan Demokrasi di Indonesia. *Jurnal Suara Pengabdian* 45, 2(4). <https://doi.org/10.56444/pengabdian45.v2i4.1247>
- Maulana, H. F., & Hastuti, H. (2022). Peran Buzzer Politik Dalam Pembentukan Opini Publik Dukung Anies Baswedan Di Sosial Media Twitter. *Perspektif Komunikasi: Jurnal Ilmu Komunikasi Politik Dan Komunikasi Bisnis*, 6(1). <https://doi.org/10.24853/pk.6.1.111-122>
- Nasution, M. D. (2024). *Perkembangan Teknologi Dan Transformasi Digital Dalam Dunia Pendidikan*. umsu press.
- Novyanti, D. A. C., Damara, D. P., Putri, N. C., Aisy, N. R., & Woelan, R. R. (2023). Analisis Framing Intimidasi Pemerintah Lampung Terkait Infrastruktur Di Kompas. Com & Detik. Com. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(16), 168–179.
- Qadri, U., Awaluddin, M., & YM, A. R. (2023). Upaya Komisi Pemilihan Umum (Kpu) Kota Pontianak dalam Mewujudkan Partisipasi Masyarakat yang Demokratis pada Pemilihan Umum Tahun 2024. *Jurnal Ilmiah Tata Sejuta STIA Mataram*, 9(2). <https://doi.org/10.32666/tatasejuta.v9i2.609>
- Rahayu, D. (2020). Politik Hukum Pemilihan Kepala Daerah: Tantangan dan Solusi. *Jurnal Pemerintahan*, 45(3), 200–213.
-

- Restu Hasanudin, M. Yusuf Samad, & Heny Batara Maya. (2023). Pendekatan Kolaboratif Terkait Pencegahan Politik Identitas Pada Pemilihan Kepala Daerah. *Jurnal Lemhannas RI*, 11(2). <https://doi.org/10.55960/jlri.v11i2.430>
- Sa'ban, L. M. A., & Wijaya, A. A. maulana. (2018). Kurangnya Partisipasi Politik Masyarakat Dalam Pemilihan Kepala Daerah Di Kabupaten Wakatobi. *MEDIALOG: Jurnal Kajian Komunikasi*, 1(II).
- Saputra, A. (2020). Kajian Yuridis Terhadap Hak Politik Mantan Narapidana Korupsi Untuk Mencalonkan Diri Pada Pemilihan Kepala Daerah. *Jurnal Komunikasi Hukum (JKH) Universitas Pendidikan Ganesha*, 6(2).
- Sulaiman, A. (2016). Memahami teori konstruksi sosial Peter L. Berger. *Society*, 4(1), 15–22.
- ULUK, E. (2023). Menganalisis Kritis Diskursus Kontemporer Menggunakan Model Ruth Wodak: Kajian Kasus Dalam Isu Sosial-Politik Terkini. *Knowledge: Jurnal Inovasi Hasil Penelitian Dan Pengembangan*, 3(1). <https://doi.org/10.51878/knowledge.v3i1.2194>
- Wirapraja, A., Hariyanti, N. T., & Aribowo, H. (2023). Kajian Literatur Dampak dan Pengaruh Digital Influencer Marketing terhadap Perkembangan Strategi Bisnis. *KONSTELASI: Konvergensi Teknologi Dan Sistem Informasi*, 3(1), 37–47.



© 2025 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY SA) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>).