

## **Dinamika Komunikasi Politik dalam Pemilihan Kepala Daerah Kota Salatiga Tahun 2024**

**Oleh:** Tunjung Wijanarka<sup>1</sup>, Rizki Amalia Yanuartha<sup>2</sup>, Dewi Kartika Sari<sup>3</sup>, Benedict Alvianto Nazara<sup>4</sup>

<sup>1,4</sup>Hubungan Internasional, Universitas Kristen Satya Wacana

<sup>2</sup>Sosiologi, Universitas Kristen Satya Wacana

<sup>3</sup>Ilmu Komunikasi, Universitas Kristen Satya Wacana

### **Abstract**

*This study seeks to explore the dynamics of political communication in the Salatiga City election. The author will use Bourdieu's ideas as a foundation to understand social reality and social media analysis as a campaign medium for mayoral and deputy mayor candidates of Salatiga City. Thus, the analysis can further describe how political communication of candidate pairs takes place. Also, how the understanding of the candidate pair in bringing plurality values in the campaign can be seen. Through a qualitative research method with an exploratory type, the results of the study show that there are candidate pairs who have advantages in different social capital and capital capital, which ultimately has implications for the political communication style of each candidate pair that is different from each other. In addition, to support the arguments and data presented, the author uses the Hybrid Media System (HMS) as one of the approaches to understand how different types of media – both old and new media – interact with each other and compete in the process of production, distribution, and consumption of information. This study concludes that the media plays an important role in the political communication process of each candidate which also utilizes the social capital and political capital owned by each candidate.*

**Key Word:** Bourdieu; Hybrid Media System (HMS); Political Communication; Pluralism

### **Abstrak**

Penelitian ini berusaha untuk mengeksplorasi dinamika komunikasi politik pada pilwalkot Kota Salatiga. Penulis akan menggunakan gagasan Bourdieu sebagai landasan untuk memahami realitas sosial dan analisis sosial media sebagai media kampanye calon wali kota dan wakil wali kota Kota Salatiga. Sehingga, analisis tersebut dapat lebih lanjut menggambarkan bagaimana komunikasi politik pasangan calon berlangsung. Serta, bagaimana pemahaman pasangan calon dalam membawa nilai-nilai pluralitas dalam kampanye dapat terlihat. Melalui metode penelitian kualitatif dengan jenis eksploratif, hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pasangan calon yang memiliki keunggulan dalam modal sosial dan modal kapital yang berbeda, yang mana pada akhirnya berimplikasi pada gaya komunikasi politik masing-masing pasangan calon yang berbeda antara satu dengan yang lainnya. Selain itu, untuk mendukung argumen dan data yang disajikan, penulis menggunakan *Hybrid Media System (HMS)* sebagai salah satu pendekatan untuk memahami bagaimana berbagai jenis media – baik media lama maupun media baru saling berinteraksi dan berkompetisi dalam proses produksi, distribusi, dan konsumsi informasi. Penelitian ini memberikan kesimpulan bahwa media memainkan peran penting dalam proses komunikasi politik masing-masing paslon yang juga memanfaatkan modal sosial dan modal politik yang dimiliki oleh masing-masing paslon.

**Kata Kunci:** Bourdieu; Hybrid Media System (HMS); komunikasi politik; Pilkada, Pluralisme

---

## PENDAHULUAN

Salah satu ciri negara demokratis adalah dengan adanya pemilihan umum (pemilu) yang dilaksanakan secara periodik, termasuk pemilihan pejabat publik pada tingkat lokal (ICW, 2004). Indonesia menjadi salah satu negara yang sukses menyelenggarakan pemilu secara periodik dan konsisten sesuai dengan amanat konstitusi negara. Sejak tahun 2015, pemilu yang dilaksanakan di Indonesia beralih menjadi pemilu serentak, di mana hal ini merujuk pada pelaksanaan pemilihan kepala daerah (pilkada) serentak untuk memilih gubernur, bupati, dan wali kota. Sedangkan, untuk pemilu legislatif dan pemilihan presiden secara serentak pertama kali dilakukan pada 2019 (Zuhro, 2019). Hal yang menarik dari sistem demokrasi Indonesia saat ini adalah dilaksanakannya pilkada serentak pada 27 November 2024. Berdasarkan data KPU, pilkada 2024 akan digelar di 545 daerah di seluruh Indonesia yang secara rinci akan digelar di 37 provinsi, 415 kabupaten, dan 93 kota, termasuk Kota Salatiga. Lalu berkaitan dengan hal tersebut, melalui data Kompas, pemilih potensial pilkada serentak di Indonesia mencapai 207,11 juta jiwa. Kondisi ini menyiratkan bahwa peserta pilkada serentak tahun 2024 lebih besar jika dibandingkan peserta pemilu 2024 (Yuniarto, 2024).

Pilkada Serentak tahun 2024 lebih besar jika dibandingkan peserta pemilu 2024 (Yuniarto, 2024). Konsistensi pemilu di Indonesia pada akhirnya memainkan peranan penting dalam memberikan pemaknaan akan identitas demokrasi di Indonesia. Sebab, esensi dasar dari demokrasi adalah mengenai partisipasi rakyat yang mencakup pemilihan pejabat publik, pengawasan perilaku, hingga penentuan arah kebijakan publik (Razak, 2023). Fakta ini menjadi landasan bahwa selain atas dasar efisiensi penghematan anggaran, peningkatan mutu dan kualitas demokrasi, pengurangan terciptanya *false democracy*, pilkada serentak menjadi penjamin mutu dari bagaimana rakyat secara langsung mempunyai akses untuk menentukan siapa yang sepatutnya memerintah mereka, maupun apa yang sepatutnya menjadi bagian dari program kerja mereka (Subiyanto, 2020). Hal menarik yang bisa diangkat dari diadakannya pilkada serentak tahun 2024 adalah dengan dilaksanakannya pilkada di Kota Salatiga yang memiliki tiga pasangan calon (paslon), yaitu paslon 1 Robby Hernawan-Nina Agustin; paslon 2 Juan Rama-Sri Wahyuni; dan, paslon 3 Sinoeng Noegroho Rachmadi-Budi Santosa (KPU Salatiga, 2024). Ketiga paslon tersebut menjadi tiga kandidat dalam pilkada serentak di Kota Salatiga yang nantinya akan merepresentasikan kepentingan masyarakat Kota Salatiga dan bagaimana mereka akan dipilih secara langsung oleh rakyat sebagai esensi utama dari demokrasi.

Isu yang cukup menarik dari pilkada serentak adalah tentang pilkada Kota Salatiga dan narasi Kota Salatiga sebagai salah satu kota paling toleran di Indonesia (SETARA Institute, 2021). Narasi tersebut menjadi salah satu bentuk penguatan citra positif atau branding kota yang sering ditonjolkan sebagai salah satu bentuk komunikasi massa. Berdasarkan data SETARA Institute, beberapa tahun berturut-turut, Kota Salatiga selalu dinobatkan sebagai sepuluh besar kota paling toleran di Indonesia (SETARA Institute, 2023). Sehingga, citra ini kemudian terus melekat dan menjadi bagian penting dalam branding wilayah. Sejalan dengan hal itu, komunikasi politik yang dihadirkan oleh setiap paslon menjadi cukup menarik ketika menghadirkan beberapa narasi dasar yang sejalan dengan identitas dan citra positif Kota Salatiga sebagai salah satu kota toleran. Setiap

paslon memiliki kekuatan yang berbeda-beda baik dalam modal sosial maupun modal kapital. Sehingga, hal ini menjadikannya menjadi sebuah isu yang sangat menarik untuk dikaji dalam memahami bagaimana komunikasi politik ketiga paslon berlangsung dalam kontestasi pilkada Kota Salatiga tahun 2024. Maka dari itu, penelitian ini akan secara spesifik membahas mengenai analisis pilkada Kota Salatiga yang akan dianalisis menggunakan pendekatan *Hybrid Media System* (HMS) dari Andrew Chadwick untuk mengamati proses komunikasi politik masing-masing paslon, serta diperkuat melalui gagasan Pierre Bourdieu yang berfungsi membantu memahami dinamika kontestasi masing-masing paslon.

Konsep Andrew Chadwick tentang *Hybrid Media System* (HMS) atau sistem media hibrid menawarkan kerangka kerja untuk memahami interaksi kompleks antara media tradisional dan digital dalam konteks komunikasi politik kontemporer. Sistem ini dicirikan oleh konvergensi logika media lama dan baru yang mengarah ke lanskap yang dinamis dan terus berkembang. Chadwick berpendapat bahwa kekuasaan dipegang oleh mereka yang dapat secara efektif menavigasi dan memanipulasi lingkungan media yang saling terhubung ini, dan selanjutnya membentuk arus informasi agar sesuai dengan agenda mereka sendiri (Chadwick & Andrew, 2013). Sistem media hibrid bukan sekadar kumpulan platform media yang berbeda melainkan jaringan aktor, teknologi, dan praktik yang saling terhubung. Aktor politik, dari pemerintah hingga kelompok aktivis, harus beradaptasi dengan lingkungan yang berubah ini agar tetap relevan dan efektif. Batas antara jurnalisme profesional dan amatir telah kabur, karena individu dan organisasi sekarang dapat menyebarkan informasi secara langsung ke khalayak global. Demokratisasi media ini memiliki implikasi positif dan negatif karena dapat memberdayakan suara-suara yang terpinggirkan sekaligus memfasilitasi penyebaran informasi yang salah (Chadwick, 2017).

Analisis Chadwick menyoroti pentingnya memahami bagaimana kekuasaan dijalankan dan diperebutkan dalam sistem media hibrid. Dengan meneliti strategi yang digunakan oleh berbagai aktor, pengetahuan tentang cara opini publik dibentuk, wacana politik dibingkai, dan proses demokrasi dipengaruhi. Sistem media hibrid merupakan fenomena yang kompleks dan memiliki banyak sisi yang membutuhkan kajian cermat agar dapat memahami implikasi sepenuhnya terhadap politik, masyarakat, dan budaya. Dalam kaitannya dengan pilkada Kota Salatiga, lanskap sistem media hibrid ini memiliki implikasi yang mendalam bagi pemilihan wali kota dan wakil wali kota Kota Salatiga, di mana para kandidat dan pemilih dapat menavigasi lingkungan media yang beraneka ragam. Konsep sistem media hibrid Chadwick dapat dilakukan dengan menyoroti konvergensi media tradisional, seperti televisi dan surat kabar, serta *platform* digital seperti media sosial dan berita daring. Konvergensi ini telah mendemokratisasi penyebaran informasi yang memungkinkan para kandidat untuk melewati penjaga gerbang (*gatekeepers*) tradisional dan terlibat langsung dengan para pemilih. Namun, hal ini juga telah menyebabkan maraknya misinformasi dan ruang gema (*echo chambers*) sehingga menyulitkan para pemilih untuk membedakan informasi yang kredibel (Rusell, 2020).

Sistem media hibrida juga dapat diamati dari cara para kandidat berkampanye. Beberapa dari antara mereka mengubah cara berkampanye. Sementara media tradisional tetap berpengaruh, *platform* media sosial telah menjadi alat penting untuk menjangkau para pemilih yang lebih muda dan membangun dukungan akar rumput. Para kandidat menggunakan media sosial untuk berbagi pesan mereka, terhubung dengan konstituen, dan memobilisasi para pendukung. Namun, sifat media sosial yang sementara juga dapat mempersulit untuk mempertahankan momentum dan menjangkau audiens yang lebih luas (Chadwick, 2017). Maka dari itu, HMS menjadi salah satu pendekatan yang ampuh dalam memahami bagaimana para calon kandidat memanfaatkan media

lama dan media baru untuk mempromosikan setiap calon kandidat. Selain itu, melalui kekuatan modal sosial dan modal kapital, serta irisan dengan pluralisme Kota Salatiga, pendekatan HMS mempelajari bagaimana pola masing-masing calon menggunakan media sosial lama dan baru untuk mempromosikan diri mereka masing-masing. Penelitian ini memiliki keberbedaan kajian dengan beberapa penelitian sebelumnya, atas dasar bagaimana peneliti memanfaatkan HMS sebagai landasan utama dalam bagaimana peneliti menggunakan metode yang dipakai. Selain itu, penulis juga berfokus pada bagaimana pilkada Kota Salatiga yang secara lebih lanjut dianalisis melalui konsep habitus Bourdieu.

## **METODE**

Hybrid Media System (HMS) merupakan konvergensi media tradisional dan media baru, yang membutuhkan metodologi inovatif untuk studi dan penerapannya. Sistem ini memungkinkan interaksi dinamis antara berbagai platform media, sehingga meningkatkan efektivitas komunikasi. Metodologi yang digunakan dalam menganalisis HMS berfokus pada pemahaman tentang interaksi antara berbagai bentuk media dan dampaknya terhadap wacana publik dan penyebaran informasi (Towner, 2014). Secara khusus, peneliti menggunakan metodologi kualitatif dengan memanfaatkan sumber data berupa paparan visi dan misi pasangan calon wali kota dan wakil wali kota Kota Salatiga di Universitas Kristen Satya Wacana mengeksplorasi HMS. Penulis juga menggunakan sumber data dari Debat Pasangan Calon Wali Kota dan Wakil Wali Kota Kota Salatiga di stasiun televisi lokal, TATV. Sumber data dari media sosial diambil dari media sosial Instagram masing-masing pasangan calon. Keseluruhan data ini mampu mengungkap interaksi antara media tradisional dan media baru, menyoroti perkembangan peran jurnalis, masyarakat Salatiga dan elit politik dalam sistem produksi berita.

Teknik analisis data yang dilakukan pada penelitian ini mengikuti model analisis interaktif Miles & Huberman. Model analisis ini dilakukan melalui empat tahap yakni pengumpulan data, pengurangan atau reduksi data, presentasi data dan penarikan kesimpulan. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi dan studi dokumentasi. Data yang diperoleh ini selanjutnya dicatat dan dikelompokkan kedalam dua bagian, yakni bagian deskriptif dan bagian reflektif. Langkah selanjutnya adalah pengurangan atau reduksi data. Reduksi data digunakan agar analisis lebih terarah dan terfokus. Data-data yang dapat digunakan untuk menjawab penelitian dikumpulkan, sedangkan data-data yang tidak ada kaitan dengan masalah penelitian, disisihkan. Langkah pengurangan data ini dilakukan untuk lebih menyederhanakan dan merangkum secara sistematis serta menjelaskan hal-hal penting tentang temuan dan makna penelitian.

Langkah berikutnya setelah pengurangan data adalah presentasi data. Disini peneliti melakukan penyajian data. Penyajian data ini dapat berupa gambar, tulisan, tabel atau grafik. Tujuan dari presentasi data ini adalah untuk menggabungkan seluruh informasi yang diperoleh sehingga memberikan gambaran secara umum mengenai keadaan yang terjadi. Langkah terakhir adalah penarikan kesimpulan. Langkah ini dilakukan selama proses penelitian, bahkan sejak proses reduksi data. Pada saat data yang dikumpulkan terasa cukup, maka peneliti memperoleh kesimpulan sementara. Selanjutnya, setelah data selesai dikumpulkan dan dianalisis, maka peneliti memperoleh kesimpulan akhir (Miles et al., 2014). Kesimpulan akhir ini yang kemudian digunakan penulis sebagai landasan dasar penyimpulan penelitian.

## PEMBAHASAN

Keberagaman menjadi salah satu nafas utama dalam kehidupan berbangsa dan bernegara di Indonesia. Suara mengenai identitas yang berbeda-beda, namun tetap satu, menjadi salah satu moto andalan yang kemudian dituangkan ke dalam Bhinneka Tunggal Ika. Frasa tersebut menjadi ikatan yang digunakan oleh para pendiri bangsa sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari jatidiri bangsa Indonesia untuk mempererat persatuan bangsa. Meskipun demikian, gesekan yang sifatnya horizontal seringkali terjadi di dalam kehidupan plural masyarakat Indonesia. Heterogenitas suatu bangsa di satu sisi dapat menjadi salah satu faktor pemicu konflik, namun di sisi lain dapat menjadi citra dan identitas bangsa yang sifatnya positif. Indonesia dalam hal ini berusaha memakai pendekatan yang kuat, di mana pluralisme bangsa bukan merupakan sebuah halangan dalam harmonisasi, melainkan menjadi sebuah peluang bagi terciptanya citra bangsa yang multikultur. Dapat dikatakan bahwa konsistensi prinsip Bhinneka Tunggal Ika tetap harus dipegang teguh sebagai perekat bangsa. Di mana, keadaan tersebut dapat menjadi pegangan dalam menjaga dinamika relasional masyarakat hingga level terkecil.

Salah satu cara yang baik dalam mendukung dan mempertahankan kehidupan harmonis dalam masyarakat pluralis adalah melalui demokrasi. Demokrasi menjadi salah satu jantung konsep yang mendorong terciptanya pembagian kekuasaan agar tidak tercipta ruang dominasi dari salah satu atau beberapa pihak saja. Kondisi ini dapat dilihat dari bagaimana demokrasi memberikan ruang bagi terakomodirnya suara-suara terkecil sebagai bahan pertimbangan dalam proses politik yang ada. Suara-suara minoritas jelas sangat banyak ditemukan di Indonesia sebagai negara yang sangat beragam baik dalam susunan ras, etnis, budaya, hingga agama. Dilansir dari Portal Informasi Indonesia (PID), Indonesia memiliki lebih dari 300 kelompok etnis, lebih dari 700 bahasa daerah (PID, 2017), dan 6 agama yang diakui termasuk para penganut kepercayaan, telah menjadikan Indonesia menjadi salah satu negara paling pluralis di dunia (Azra, 2018). Sebagaimana telah dibahas sebelumnya, keberagaman ini dapat menjadi sebuah keuntungan dan kerugian jika tidak dapat dikelola dengan baik sebagai salah satu modal sosial yang dimiliki bangsa Indonesia. Melalui demokrasi, pluralitas tersebut dapat dikelola sebagai sebuah kekuatan sosial yang mencirikan identitas bangsa yang beragam dan harmonis. Demokrasi dalam hal ini menjadi jembatan kepentingan dari berbagai pihak untuk dapat menyalurkan aspirasi dengan mangarusutamakan konsep nilai dan norma sosial bangsa Indonesia seperti hak asasi manusia (HAM), multikulturalisme, hingga harmonisasi sosial.

Berdasarkan data Dewan Pembina Perkumpulan untuk Pemilu dan Demokrasi (Perludem) yang diambil dari data The Economist Intelligence Unit (EIU), Indonesia pada tahun 2023 menempati peringkat demokrasi ke-56 secara global. Posisi tersebut memang turun dari tahun sebelumnya, yaitu pada 2022 menempati peringkat ke-54 (Perludem, 2013; Wienanto, 2024). Penurunan ini pada dasarnya disebabkan oleh beberapa hal seperti tingginya kasus korupsi, kurang terbukanya akses informasi publik, maraknya konflik horizontal, dan berbagai isu lain yang berkelindan secara kompleks. Posisi atau indeks demokrasi Indonesia tersebut berada pada level 'Flawed Democracy' atau demokrasi semu, di mana masih terdapat beberapa kekurangan yang belum bisa diatasi oleh pemerintah sebagai pemangku kepentingan utama (Lemahannas, 2022). Jika hendak dikaji secara umum, posisi Indonesia meskipun belum dikatakan memiliki demokrasi yang stabil, namun sudah menunjukkan beberapa poin positif di beberapa aspek demokrasi. Kondisi ini menyiratkan fakta bahwa pemerintah Indonesia dengan status demokrasinya bisa berubah ke arah yang lebih baik, namun juga bisa berubah ke arah sebaliknya.

Salah satu bentuk dukungan Indonesia terhadap demokrasi Indonesia yang sehat dan stabil adalah melalui pilkada serentak yang dilaksanakan pada November 2024. Melalui pilkada serentak tersebut, harapan dan tujuan yang hendak dicapai adalah terciptanya pemilu yang lebih stabil dan terhindar dari adanya kecurangan dalam pemilu. Bentuk ini juga dilaksanakan salah satunya di Kota Salatiga sebagai salah satu kota yang heterogen. Kota Salatiga menjadi salah satu kota di Indonesia yang cukup merepresentasikan keberagaman ini. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Salatiga, dengan komposisi lebih dari 39 etnis, dan komposisi agama yang beragam, dengan rincian 79% Islam; 15% Kristen Protestan; 5% Katolik; dan 1% terdiri dari Hindu, Budha, dan Penghayat Kepercayaan, telah menjadikan Kota Salatiga sebagai salah satu wilayah dengan keberagaman yang tinggi (BPS, 2022). Heterogenitas penduduk di wilayah Kota Salatiga di satu sisi akan menjadi sebuah ancaman ketika tidak dapat dikelola dengan baik, namun di sisi lain akan menjadi sebuah keuntungan untuk menunjukkan identitas dan ciri yang kuat ketika pluralitas dapat dikelola dengan baik sebagai sebuah solidaritas bersama yang kemudian membentuk ikatan *gemeinschaft by place* atau paguyuban di satu wilayah tertentu.

Dari keberagaman yang dimiliki Kota Salatiga, komunikasi politik menjadi salah satu ujung tombak penting dari bagaimana masing-masing calon politik memanfaatkan kondisi tersebut sebagai media komunikasi. Pada dasarnya, komunikasi politik menjadi salah satu komponen utama di dalam berlangsungnya proses demokrasi (Simarmata, 2014). Satu di antaranya dari proses berdemokrasi itu menyangkut pemilihan kepala daerah. Kota Salatiga sebagai objek analisis, dengan keragamannya, menawarkan peluang menarik untuk dikaji lebih dalam bagaimana pasangan calon wali kota dan wakil wali kota memanfaatkan media komunikasi untuk menyampaikan visi, misi, dan nilai-nilai mereka. Termasuk dimensi pluralitas yang digaungkan Kota Salatiga sebagai kota toleran (Pemprov Jateng, 2024). Dalam kampanye politik, terdapat banyak media yang digunakan baik itu media konvensional maupun modern. Media sosial sebagai salah satu alat kampanye politik modern karena kemampuannya menjangkau berbagai kalangan masyarakat secara luas dan cepat (Jayus et al., 2024).

Pierre Bourdieu, melalui gagasannya tentang habitus, modal, dan ruang sosial (Riley, 2017) menyediakan kerangka alur berpikir mendalam untuk analisis dinamika komunikasi politik terkhusus konteks pilkada 2024 Salatiga. Habitus mencerminkan cara berpikir dan bertindak yang terbentuk oleh pengalaman hidup individu (Ode et al., 2024). Pada tataran ini gagasan Bourdieu membantu memberikan pemahaman mengenai bagaimana pasangan calon membentuk strategi komunikasi berdasarkan latar belakang sosial dan budaya mereka. Gagasan kedua tentang modal, baik dalam bentuk ekonomi, sosial, budaya, maupun simbolik (Bourdieu & Richardson, 1986), menjadi kunci untuk memahami alat yang digunakan oleh pasangan calon dalam memperluas pengaruh mereka. Selain itu, gagasan ketiga mengenai ruang sosial menurut Bourdieu memungkinkan untuk memetakan bagaimana pasangan calon, pendukung, dan audiens saling berinteraksi, terutama melalui media sosial.

Pendekatan Bourdieu sangat relevan dalam menjelaskan hubungan erat antara struktur sosial dan tindakan individu (Adib, 2012). Dari gagasan habitus dapat melihat bagaimana pengalaman hidup membentuk cara pasangan calon merancang narasi kampanye yang sesuai dengan masyarakat yang mereka wakili. Modal ekonomi menjelaskan bagaimana sumber daya finansial digunakan untuk mendukung strategi kampanye, sedangkan modal sosial menyoroti jaringan yang dibangun untuk memperluas dukungan (Sembada & Sadjijo, 2020). Modal budaya membantu kita memahami simbol atau pesan yang digunakan untuk menarik perhatian kelompok tertentu, sementara modal simbolik menjelaskan bagaimana pasangan calon membangun reputasi dan

kepercayaan di mata masyarakat (Kandowanko et al., 2014). Lebih jauh, konsep ruang sosial melihat posisi masing-masing pasangan calon dalam lanskap politik Kota Salatiga. Dengan memahami posisi ini, kita dapat mengidentifikasi bagaimana mereka mencoba memperluas pengaruh melalui media sosial, yang kini menjadi arena utama dalam persaingan politik. Ruang digital ini, meskipun tampak demokratis, sering kali mencerminkan ketimpangan modal yang ada di dunia nyata. Oleh karena itu, teori Bourdieu memberikan landasan kuat untuk menganalisis hubungan antara strategi komunikasi pasangan calon, tanggapan masyarakat, dan struktur sosial yang mendasarinya (Gustamar & Pasha, 2021).

Dalam konteks pemilihan kepala daerah Kota Salatiga, media sosial mencerminkan pergeseran besar dalam cara komunikasi politik berlangsung. Media sosial seperti instagram berpengaruh dalam dinamika demokrasi di pemilu Salatiga tahun 2024 terutama untuk generasi Z (Kartodinoto et al., 2024). Media ini memungkinkan pasangan calon berinteraksi langsung dengan masyarakat tanpa perantara media tradisional (Fuadi et al., 2024). Namun, cara mereka memanfaatkan media sosial sangat dipengaruhi oleh habitus dan modal yang dimiliki (Selfiani et al., 2021). Oleh sebab itu, penting untuk memahami bagaimana nilai-nilai pluralitas yang menjadi ciri khas Kota Salatiga terwujud dalam kampanye pasangan calon di platform digital. Selain itu, dalam teori Andrew Chadwick *Hybrid Media System* (HMS) sebelumnya, menambahkan dimensi lain untuk memahami interaksi antara media tradisional dan digital dalam komunikasi politik masa kini. Sistem ini menyoroti bagaimana logika media lama dan baru bertemu, menciptakan lanskap yang terus berkembang dan dinamis (Chadwick & Andrew, 2013). Chadwick berpendapat bahwa kekuasaan kini berada di tangan mereka yang mampu mengelola dan memanfaatkan konektivitas media secara efektif untuk membentuk arus informasi sesuai agenda mereka (Gainous & Wagner, 2015).

Dalam penelitian ini, teori Hybrid Media System akan digunakan untuk mengamati bagaimana masing-masing pasangan calon mengelola komunikasi politik mereka melalui media tradisional dan digital secara bersamaan (Karpf, 2014). Dengan menggabungkan teori HMS dan gagasan Bourdieu, penelitian ini bertujuan untuk memahami lebih dalam dinamika kontestasi pasangan calon dalam konteks sosial dan digital. Penelitian ini juga akan mengeksplorasi bagaimana nilai-nilai pluralitas diangkat dalam kampanye serta bagaimana pesan-pesan tersebut diterima oleh masyarakat. Hasilnya diharapkan dapat memberikan wawasan baru tentang komunikasi politik di era digital, terutama dalam konteks demokrasi lokal yang beragam.

Dapat dikatakan bahwa pemilu di Kota Salatiga menjadi bentuk representasi dari bagaimana demokrasi memiliki peran besar dalam mengakomodir perbedaan dalam sebuah nafas kebersamaan dalam konteks demokrasi. Demokrasi di Kota Salatiga selalu memberikan pemaknaan yang kuat akan isu pluralisme dan keberagaman sebagai identitas yang penting. Terlepas memang Komisi Pemilihan Umum (KPU) dan Badan Pengawas Pemilu (Bawaslu) juga memberikan arahan tegas untuk membangun pemilu yang damai dan minim akan adanya gesekan horizontal. Dalam kegiatan bertajuk Sosialisasi Paslon dan Paparan Visi dan Misi di Universitas Kristen Satya Wacana (UKSW) pada 9 Oktober 2024, ketiga Paslon berdiskusi mengenai visi dan misi masing-masing serta bagaimana tanggapan mereka atas isu-isu tertentu, termasuk isu tentang toleransi. Berkaitan dengan kondisi tersebut, diskusi diajukan oleh ketua Badan Kerja Sama Gereja-Gereja Kota Salatiga (BKGS) yang diwakili oleh Purwanto. Dalam diskusi tersebut, pertanyaan diajukan dalam bentuk mempertanyakan bagaimana tanggapan masing-masing Paslon terkait isu-isu toleransi di Kota Salatiga. Sebab, isu toleransi menjadi salah satu isu krusial yang sangat penting untuk dibawa dan dijaga oleh setiap Paslon (UKSW, 2024).

Bahasan yang menarik dalam isu dan masalah toleransi di Kota Salatiga yang menjadi acuan utama diskusi adalah berkuat mengenai permasalahan dilematis isu toleransi. Banyak kemudian persepsi yang mengatakan bahwa Kota Salatiga yang dinobatkan sebagai salah satu kota paling toleran di Indonesia oleh SETARA Institute kemudian terbebas dari segala macam bentuk diskriminasi (SETARA Institute, 2021, 2023). Padahal dalam kenyataannya masih banyak isu intoleransi yang terjadi di Kota Salatiga sebagai salah satu permasalahan yang tidak nampak di permukaan. Beberapa permasalahan yang disebutkan misalnya berkaitan dengan perizinan pembangunan rumah ibadah, dan beberapa perilaku-perilaku yang mengarah pada isu intoleransi. Dalam paparannya, Paslon 2 misalnya menegaskan bahwa praktik-praktik semacam itu memang benar adanya. Kondisi tersebut jelas akan mengarahkan pada praktik perpecahan jika dilanjutkan, sehingga memerlukan adanya sebuah jembatan komunikasi yang baik dari seorang pemimpin (UKSW, 2024).

Senada dengan Paslon 2, Paslon 1 juga mengatakan bahwa toleransi sangat diperlukan dalam kehidupan masyarakat majemuk di Kota Salatiga. Pemerintah Kota Salatiga berhak menjamin kebebasan tersebut, sebab sejalan dan berlandaskan dengan UUD 1945 Pasal 29 mengenai hak setiap warga negara untuk memilih dan menjalankan kehidupan beragamanya masing-masing. Prinsip ini yang menjadi dasar penting dalam moderasi beragama. Paslon 3 dalam hal ini juga memberikan jawaban terhadap kondisi tersebut. Paslon 3 mengatakan bahwa tidak ada toleransi terhadap intoleransi. Sehingga, sikap-sikap apapun yang berkaitan dengan intoleransi perlu untuk ditindak dan diberikan edukasi secara publik. Pemerintah dalam hal ini ditegaskan memiliki peran besar dalam memberikan edukasi kepada masyarakat agar dapat memahami bahwa semua agama memiliki hak yang sama dalam hal beribadah (UKSW, 2024).

Hal senada juga diungkapkan oleh masing-masing Paslon dalam acara Debat Terbuka yang diadakan secara resmi oleh KPU Kota Salatiga yang disiarkan secara langsung melalui kanal YouTube TATV pada 29 Oktober 2024 (TATV, 2024). Dalam Debat Terbuka yang diadakan oleh KPU Kota Salatiga, masing-masing Paslon memberikan paparan mengenai visi misi yang dimiliki. Kemudian, masing-masing Paslon juga memberikan tanggapan akan isu tertentu yang ada di Kota Salatiga. Dari hal ini dapat dipahami bahwa komunikasi politik menjadi suatu hal yang sangat penting dalam Pilkada Serentak di Kota Salatiga 2024. Berbagai macam isu menjadi bahasan dalam paparan visi dan misi serta debat terbuka yang telah diadakan oleh UKSW dan KPU Kota Salatiga. Kondisi ini menandakan bahwa dalam konteks demokrasi, berbagai isu dapat hadir sebagai bagian penting untuk merepresentasikan kepentingan tertentu. Salah satu contoh yang juga dibahas dan dikaji dalam konteks demokrasi di Kota Salatiga adalah mengenai isu toleransi dan keberagaman yang juga disuarakan ke dalam Paparan visi dan misi di UKSW dan Debat Terbuka Paslon Kota Salatiga oleh KPU Kota Salatiga. Kampanye masing-masing Paslon mengenai isu identitas keberagaman Kota Salatiga menjadi salah satu cara komunikasi politik penting untuk menyuarakan isu krusial Kota Salatiga yang juga menjadi identitas kota dalam sebuah wadah demokrasi.

Selama masa kampanye yang telah ditetapkan oleh KPU Kota Salatiga, ketiga paslon Walikota dan Wakil Walikota Salatiga mulai memperkenalkan dirinya kepada masyarakat Salatiga. Ketiga paslon menggunakan media tradisional berupa pemasangan baliho di beberapa lokasi strategis di Salatiga. Mereka memasang baliho di titik perempatan atau pertigaan di jalur-jalur utama Kota Salatiga. Ketiga paslon juga menggunakan media sosial untuk memperkenalkan dirinya kepada warga Kota Salatiga.

**Tabel 1 Daftar Nama Akun Instagram Pasangan Calon (paslon) Wali Kota dan Wakil Wali Kota Kota Salatiga**

Nomor Urut Paslon	Nama Akun Instagram Paslon	Jumlah Unggahan	Jumlah Pengikut (Followers)	Jumlah yang Diikuti (Following)
1	@robby_ninaa	69	106	57
2	@juanrama	617	3.175	674
3	@sinung_rachmadi	3.497	13.300	885

Sumber: (Data Primer Penulis, 2024)<sup>1</sup>

Akun Instagram paslon nomor urut 1 memiliki 69 unggahan, 106 *followers*, dan 57 *following*. Paslon ini menggunakan hashtag #SALATIGABEDA #SALATIGAMERONA sebagai tagline di akun Instagramnya. Selain memiliki tim pemenangan yang diketuai oleh Roy Sudiarto. Ketiga pasangan calon Walikota dan Wakil Walikota menggunakan media tradisional dan media sosial dalam kampanyenya. Penggunaan media *below the line* seperti spanduk, baliho, stiker merupakan pilihan media tradisional yang selanjutnya dilengkapi dengan penggunaan media sosial Instagram. Kampanye politik yang menggunakan jenis periklanan *below the line* menunjukkan semua bentuk periklanan yang menggunakan komunikasi nontradisional atau nonkonvensional, seperti *Public Relations* (PR), promosi penjualan, pemasaran langsung dan even pemasaran langsung seperti baliho, poster dan sebagainya (Prete, 2014).

Sementara itu, kampanye yang menggunakan jenis *above the line* pada prakteknya menggunakan saluran media massa tradisional, seperti media cetak, radio, dan siaran televisi. Dalam konteks Pilkada di Salatiga, penggunaan komunikasi *below the line* seperti baliho, spanduk, poster digunakan karena memiliki keuntungan dari sisi efektivitas biaya. Strategi *below the line* umumnya lebih murah apabila dibandingkan dengan penggunaan saluran media massa yang relatif mahal. Dengan demikian, baik ketiga pasangan calon Walikota dan Wakil Walikota maupun partai pendukungnya, memungkinkan untuk mengelola anggaran pemasaran mereka dengan lebih efektif (Prete, 2014; Zuhro, 2019). Literatur terbaru yang mengkaji tentang komunikasi *below the line* ini menunjukkan bahwa *below the line* dapat secara signifikan meningkatkan kesadaran merek dan membantu menciptakan citra merek yang khas. Hal ini sangat penting dalam pasar yang kompetitif di mana diferensiasi adalah kuncinya.

Komunikasi *below the line* juga dapat memiliki keunggulan dalam hal komunikasi yang bisa secara langsung ditargetkan ke audiens yang dituju (Anurit & Bisonyabut, 2006). Dengan demikian, penggunaan komunikasi *below the line* dapat meningkatkan kesadaran merek pada ketiga paslon Walikota dan Wakil Walikota, termasuk dapat menciptakan citra merek yang khas pada masing-masing paslon sesuai dengan target audiens yakni di Kota Salatiga. Mengenai cara para kandidat berkampanye, paslon nomor urut tiga memilih untuk melakukan kampanye tertutup yakni tanpa pengerahan massa dan relawan. Alasan paslon Sinung dan Budi melakukan kampanye tertutup karena massa relawan mereka tidak terpantau dengan baik serta ingin menjaga ketertiban Kota Salatiga. Sementara itu, paslon nomor urut 1 dan 2 menggunakan metode kampanye terbuka berupa pengerahan massa dan relawan.

Meski demikian, munculnya media yang interaktif dan multifungsi telah mengurangi

<sup>1</sup>Data primer diambil pada November 2024, sehingga untuk jumlah unggahan, jumlah pengikut, dan jumlah yang diikuti pada saat jurnal ini terbit dapat berbeda. Penulis menggunakan dasar argumentasi pada saat data primer diambil dan diolah.

efektivitas metode komunikasi tradisional. Pergeseran ini telah menyebabkan adopsi berbagai bentuk komunikasi inovatif, seperti bentuk pemasaran yang menekankan konsep “viral” dan pemasaran yang berbeda (*guerrilla/unconventional marketing*) termasuk dampak signifikan dari media sosial terhadap iklan politik (Prete, 2014). Makalah ini mengeksplorasi bagaimana platform media sosial telah mengubah cara penyebaran pesan politik dan bagaimana mereka berinteraksi dengan para pemilih, membuat kampanye menjadi lebih interaktif dan langsung (Russell, 2020). Sebuah studi menunjukkan bahwa penggunaan Instagram memungkinkan iklan politik dengan jangkauan yang luas dengan biaya yang rendah, dapat secara signifikan mempengaruhi perdebatan politik. Lebih lanjut, hasil penelitian tersebut juga menunjukkan bahwa iklan politik di Instagram berkorelasi positif dengan hasil pemilu, menyoroti pentingnya Instagram dalam kampanye politik modern (Bär et al., 2025).

Dalam kaitannya dengan komunikasi yang ditargetkan, penggunaan Instagram juga dapat langsung ditargetkan kepada audiens (Jansen & Van Ooijen, 2024), seperti halnya komunikasi *below the line*. Hanya saja perbedaannya terletak pada bentuk komunikasi Instagram yang lebih interaktif dan pesan yang disampaikan oleh para paslon seringkali berupa pesan politik yang tidak disadari oleh para penggunanya. Hasil penelitian di Italia menunjukkan bahwa Instagram, bersama dengan Facebook, memainkan peran penting dalam periklanan politik. Instagram memungkinkan kampanye bertarget yang menjangkau demografi tertentu. Pendekatan yang ditargetkan ini menjadi penting untuk pemasaran politik, terutama dalam konteks pemilihan umum. Pemasaran yang ditargetkan ini sesuai dengan konteks Pilkada di Kota Salatiga (Pierri, 2023). Para pasangan calon wali kota dan wakil wali kota menggunakan komunikasi *below the line* dan Instagram sebagai media komunikasi utama dengan audiensnya. Sementara itu, Pemerintah Kota Salatiga, KPU Kota Salatiga, dan Bawaslu Kota Salatiga menggunakan Facebook, Instagram, dan Twitter untuk menginformasikan kepada masyarakat Kota Salatiga tentang keseluruhan tahapan pelaksanaan pilkada di Kota Salatiga.

**Tabel 2 Daftar Nama Akun Media Sosial**

Nama Instansi	Facebook	Twitter	Instagram
1 Pemerintah Kota Salatiga	Pemkot Salatiga	@PemkotSalatiga	@pemkot_salatiga
2 Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Salatiga	KPU Kota Salatiga	@kpu_salatiga	@kpusalatiga
3 Badan Pengawas Pemilu (Bawaslu Kota Salatiga)	Bawaslu Kota Salatiga	@SalatigaBawaslu	@bawaslusalatiga

Sumber: (Data Primer Penulis, 2024)

Penyampain informasi di media sosial dan mikroblog tersebut menjadi pilihan masyarakat Kota Salatiga untuk mendapatkan berita terkini seputar pelaksanaan Pilkada Kota Salatiga. *Platform* mikroblog Twitter dan media sosial seperti Instagram dan Facebook meningkatkan pemahaman masyarakat Kota Salatiga tentang Pilkada. Mereka menggunakan *platform* tersebut untuk mencari informasi tambahan, berbagi pendapat, dan terlibat dalam diskusi tentang konten, yang secara efektif menciptakan dialog antara media tradisional dan media sosial (Enríquez et al., 2024;

Lipschultz, 2022). Meskipun demikian, sifat media sosial yang sementara mempersulit paslon Walikota dan Wakil Walikota untuk mempertahankan momentum dan menjangkau audiens yang lebih luas. Dengan demikian, artikel ini menemukan bahwa terdapat integrasi yang signifikan antara media tradisional dan media sosial. Audiens sering kali beralih ke media sosial untuk melengkapi informasi yang mereka terima dari media tradisional, untuk selanjutnya menciptakan lingkungan media hibrida dimana kedua *platform* tersebut memengaruhi wacana publik dan pemahaman tentang Pilkada di Kota Salatiga. Konvergensi ini juga telah mendemokratisasi penyebaran informasi yang memungkinkan para kandidat untuk melewati penjaga gerbang (*gatekeepers*) tradisional dan terlibat langsung dengan para pemilih (Srinivasan & Paat, 2024).

Dipilihnya media sosial sebagai sarana kampanye para pasangan calon karena media sosial memiliki keunggulan untuk keterlibatan atau reaksi secara langsung (*real time*) dengan calon pemilih yang tidak dimiliki oleh media tradisional. Dari hasil temuan data, reaksi muncul utamanya dari Instagram dan Facebook karena kedua platform ini menjadi wadah untuk menyampaikan reaksi, pendapat, dan analisa mereka tentang Pilkada di Kota Salatiga. Hal ini berkontribusi pada percakapan yang dinamis yang mampu menunjukkan pesan-pesan yang menarik perhatian pada calon pemilih, terkhusus di Kota Salatiga.

*Hybrid Media System* juga menyoroti pentingnya persepsi publik. Persepsi publik dinilai mampu mempengaruhi informasi yang tersebar di masyarakat tentang masing-masing pasangan calon wali kota dan wakil wali kota Kota Salatiga. Temuan menunjukkan bahwa penyampaian informasi saat debat pasangan calon wali kota dan wakil wali kota Kota Salatiga cukup mempengaruhi diskusi masyarakat di media sosial yakni di Instagram dan Facebook. Suara warga Salatiga di media sosial beragam, mulai dari menyatakan pilihannya pada salah satu pasangan calon, sampai pada harapan untuk kota Salatiga agar tidak dipenuhi dengan kegiatan karnaval. Hal ini turut memberi tambahan perspektif terhadap visi dan misi pasangan calon wali kota dan wakil wali kota Kota Salatiga. Cara penyajian informasi di media penyiaran memiliki dampak langsung terhadap bagaimana informasi tersebut didiskusikan di media sosial. Implikasi lain dengan terjadi konvergensi media tradisional dan media sosial dalam konteks komunikasi politik ini nampak pada kemunculan perspektif yang beragam di masyarakat.

Melalui observasi yang dilakukan oleh peneliti, temuan penelitian ini menyoroti bahwa pemangku kepentingan yang berbeda, termasuk jurnalis dan analis politik, memiliki pandangan yang berbeda tentang efektivitas dan keandalan terhadap informasi dan penggunaan media tradisional dan media sosial ini. Keragaman perspektif ini menggarisbawahi kompleksitas lanskap media selama pemilu dan tantangan untuk memastikan penyebaran informasi yang akurat. Demokratisasi media ini memiliki implikasi positif dan negatif karena dapat memberdayakan suara-suara yang terpinggirkan sekaligus memfasilitasi penyebaran informasi yang salah. Namun disisi lain, tantangan misinformasi perlu juga untuk diwaspadai. Ketika calon pemilih terlibat dengan konten yang tersebar di media sosial, ada risiko menemukan informasi yang salah atau menyesatkan, yang dapat mendistorsi pemahaman publik tentang hasil pemilu. Ketika mengintegrasikan platform-platform ini, pemirsa juga menghadapi tantangan terkait informasi yang salah. Penelitian ini menyoroti bahwa ketika calon pemilih berinteraksi di media sosial, mereka harus menavigasi risiko menemukan informasi yang salah, yang dapat mempersulit pemahaman mereka tentang hasil pemilu (Klinger & Svensson, 2014).

Kondisi sebagaimana disebutkan sebelumnya menjadi beberapa kajian yang sejalan dengan bagaimana Bourdieu melihat situasi tersebut dalam kacamata habitus. Habitus merujuk pada struktur disposisi yang diperoleh individu melalui pengalaman dan interaksi sosial yang membentuk

cara berpikir, berperilaku, dan bertindak dalam konteks tertentu (Dewojati & Nurtalia, 2023; Mustikasari et al., 2023). Dalam pilkada Kota Salatiga, habitus para pemilih dan kandidat politik terlihat dalam cara mereka memaknai dan merespons isu-isu keberagaman dan toleransi. Kandidat yang berlatar belakang agama atau etnis tertentu memiliki habitus yang mengarah pada penekanan pentingnya menjaga toleransi, sesuai dengan budaya lokal yang sudah terbentuk di Kota Salatiga sebagai kota yang terkenal dengan toleransi agama dan budaya (Nugroho, 2024). Hal ini terlihat dalam kampanye paslon 1, paslon 2, dan paslon 3 yang masing-masing menanggapi isu toleransi dan keberagaman dengan cara yang berbeda, namun tetap mengedepankan pluralisme sebagai bagian dari identitas mereka. Dalam konteks ini, habitus memberikan pemahaman mengenai pasangan calon menyusun narasi kampanye yang resonan dengan masyarakat sebagai konstituen. Pasangan calon yang berasal dari latar belakang etnis atau agama tertentu cenderung menekankan narasi yang memperjuangkan toleransi atau keberagaman, yang menjadi isu krusial di Kota Salatiga. Dengan demikian, habitus memengaruhi cara pasangan calon memilih pesan dan strategi komunikasi mereka.

Habitus juga mempengaruhi cara masyarakat terlibat dalam politik, baik melalui partisipasi langsung dalam kampanye maupun dalam memilih kandidat (Zerri et al., 2023). Pemilih yang tumbuh dalam masyarakat multikultural, dengan kebiasaan mendukung prinsip pluralisme dan toleransi, cenderung memilih kandidat yang menunjukkan komitmen terhadap nilai-nilai tersebut (Mahpudz et al., 2021; Widiatmaka et al., 2024; Widjaja et al., 2024). Hal ini berhubungan dengan peran habitus dalam pembentukan preferensi politik yang mencerminkan pengalaman sosial mereka (Fridiyanti, 2022). Modal ekonomi, sosial, budaya, dan simbolik, merupakan konsep utama dalam menganalisis strategi kampanye (Wadanabun et al., 2020). Modal mencakup berbagai bentuk kekuatan yang dimiliki oleh individu atau kelompok dalam ruang sosial tertentu. Dalam konteks Pilkada Kota Salatiga, modal sosial dan simbolik para kandidat sangat berperan dalam membangun citra mereka di mata konstituen. Modal sosial tercermin dari jaringan relawan, dukungan komunitas, dan keterlibatan dalam aktivitas sosial yang memperlihatkan kedekatan dengan warga kota. Paslon yang mampu menjalin hubungan dengan berbagai kelompok etnis dan agama memiliki modal sosial yang kuat untuk menarik pemilih, seperti terlihat dalam kampanye yang lebih terbuka dan melibatkan berbagai kelompok masyarakat (Fujilestari, 2019).

Adapun latar belakang tiap kandidat, pasangan dr. Robby Hernawan dan Nina Agustin memiliki latar belakang yang menarik. Dr. Robby adalah dokter spesialis kandungan di RSIA Hermina, Kota Salatiga, dengan pengalaman sekitar 30 tahun di dunia kesehatan, sehingga cukup dikenal oleh masyarakat Salatiga. Robby juga berhasil menggalang dukungan dari 13 partai politik untuk Pilkada Salatiga. Sementara itu, Nina Agustin adalah kader Partai Demokrat yang sebelumnya ikut bertarung dalam Pileg 2024 untuk DPR RI dapil IV Jateng (Wonogiri, Sragen, Karanganyar). Selain aktif di politik, Nina juga seorang pengusaha di bidang kuliner dan skincare (Alaina, 2024a). Pasangan Juan Rama dan Sri Wahyuni memiliki latar belakang yang menarik. Juan Rama adalah putra mantan Wali Kota Semarang, Soemarmo Hadi Saputro. Juan pernah menjabat sebagai anggota DPRD Kota Semarang periode 2019-2024 dan kini menjadi sekretaris DPC PKB Kota Semarang. Sementara itu, Sri Wahyuni adalah seorang pengusaha yang mengelola bisnis homestay di Objek Wisata Sitalang Salatiga dan Wisata Curug Joko Tingkir, Kauman Kidul, Kota Salatiga (Alaina, 2024b).

Pasangan Sinoeng Noegroho Rachmadi dan Budi Santoso memiliki latar belakang yang beragam. Sinoeng pernah menjabat sebagai Penjabat Wali Kota Salatiga dari 22 Mei 2022 hingga 13 Desember 2023. Sinoeng telah mengabdikan sebagai ASN di Pemprov Jateng selama 30 tahun

sebelum mengundurkan diri untuk mencalonkan diri sebagai Wali Kota Salatiga. Sebelumnya, juga menjabat sebagai Staf Ahli Gubernur Jateng bidang Kemasyarakatan dan SDM, serta Kepala Disporapar Jateng. Sementara itu, Budi Santoso adalah politisi senior PKS di Kota Salatiga dan menjabat sebagai Ketua DPTD PKS Salatiga. Budi juga pernah menjadi anggota DPRD Kota Salatiga periode 2019-2024. Selain berpolitik, Budi adalah pengusaha tanaman hias Anthurium Jemani, yang telah ia tekuni sejak 2005 (Alaina, 2024c).

Dilihat dari modal secara ekonomi, ketiga calon memiliki latar belakang ekonomi cukup kuat. Dari ketiga pasangan kandidat terutama pada wakil walikota berangkat dari pengusaha. Dua pasangan berangkat dari pemerintahan, dan satu pasangan merupakan seorang dokter. Modal ekonomi, berdasarkan teori habitus, menggambarkan bagaimana pasangan calon memanfaatkan sumber daya finansial mereka untuk menjalankan strategi kampanye secara efektif (Fujilestari, 2019). Ini mencakup pendanaan berbagai kegiatan, seperti pembuatan alat peraga kampanye, penyelenggaraan acara sosialisasi, pembiayaan tim sukses, hingga iklan di media massa dan digital. Sumber daya finansial ini juga memungkinkan pasangan calon untuk menjangkau masyarakat secara lebih luas dan menciptakan citra positif di hadapan publik. Dalam konteks ini, kemampuan mengelola modal ekonomi secara strategis dapat menjadi salah satu faktor kunci yang menentukan keberhasilan pasangan calon dalam memenangkan hati pemilih.

Modal budaya juga berperan dalam Pilkada 2024 Kota Salatiga. Kandidat yang memiliki pemahaman mendalam tentang kebudayaan lokal, serta mampu berbicara tentang pluralisme dengan bahasa yang mudah diterima oleh warga, memperoleh keuntungan besar. Paslon yang dapat memanfaatkan simbol-simbol budaya lokal dalam kampanye mereka berpotensi memperoleh dukungan lebih banyak dari masyarakat yang merasa terhubung dengan budaya tersebut (Yolanda et al., 2025). Seperti disebutkan di atas sebagai habitus, bagaimana pasangan calon memanfaatkan habitus yang melekat pada warga kota Salatiga sebagai modal budaya yang dibawa. Selain itu, konsep budaya di sini juga mencakup berdasarkan latar belakang apa yang dimiliki, salah satunya adalah pendidikan dan pekerjaan. Disebutkan di atas bahwa diantaranya merupakan politisi dan memiliki pengalaman bidang politik dan pemerintahan, kecuali dr. Robby (dokter kandungan) dan Sri Wahyuni (pengusaha). Penentuan visi misi dari setiap kandidat juga dipengaruhi dari modal dan habitus yang dimiliki. Pasangan dr. Robby lebih menekankan pada aspek kesehatan (Alaina, 2024b). Hal ini menjawab pernyataan di atas bahwa habitus yang dimaksud, dimana pengalaman hidup membentuk cara pasangan calon merancang narasi kampanye yang sesuai dengan masyarakat yang mereka wakili.

Selain itu, modal simbolik yang dimiliki oleh kandidat, seperti reputasi atau popularitas kandidat di kalangan warga kota juga menentukan seberapa efektif mereka dapat berkomunikasi dengan pemilih (Medita & Hanifah, 2020). Modal simbolik ini menjadi semakin penting dalam era media sosial, di mana citra politik dapat dibentuk dan dipromosikan secara luas dengan biaya yang lebih rendah. Citra yang dibentuk atau branding ini untuk memperoleh legitimasi dan kepercayaan masyarakat. Sehingga pada akhirnya, dapat meningkatkan dukungan konstituen saat pemilihan. Reputasi dan popularitas ini diperkuat dengan pemanfaatan media sosial sebagai alat kampanye, dimana mengajak warga sekitar menjadi talent dalam konten kampanye yang menggambarkan kedekatan kandidat dengan masyarakat Salatiga. Hal menarik lain adalah kandidat dr. Robby yang merupakan seorang dokter kandungan dimana cukup dikenal popularitasnya di Salatiga.

Bourdieu berbicara tentang ruang sosial sebagai arena di mana individu dan kelompok berinteraksi dan berkompetisi untuk memperoleh modal yang telah disebutkan sebelumnya (Mander, 1987). Dalam Pilkada Kota Salatiga, ruang sosial ini dapat dilihat dalam

berbagai level interaksi antara para kandidat dan pemilih. Ada ruang sosial yang lebih terbuka dan inklusif, seperti kampanye yang melibatkan pertemuan dengan berbagai komunitas, diskusi terbuka, atau acara sosial yang mempertemukan calon pemimpin dengan masyarakat. Di sisi lain, ada juga ruang sosial yang lebih tertutup, seperti kampanye paslon yang memilih untuk tidak mengerahkan massa dan relawan secara besar-besaran, dan memilih kampanye yang lebih intim dan terkendali.

Arena lain juga ditemukan dalam ajang kontestasi Pilkada Salatiga, yaitu pemanfaatan media sosial sebagai arena itu sendiri. Konten-konten yang dicreate sedemikian rupa menjadi scene untuk memperoleh modal dan kemudian meningkatkan jumlah pemilih. Sebagai contoh konten kandidat paslon yang mengajak “Iwan” sosok individu Salatiga untuk ikut “in-frame” bersama para kandidat. Tidak hanya itu, penggunaan anak-anak kecil yang juga inframe mengindikasikan kedekatan paslon dengan warga Salatiga dari segala umur dan kalangan. Dari sini terlihat bahwa ruang sosial menjadi alat untuk memetakan interaksi pasangan calon, pendukung, dan audiens dalam kontestasi politik. Dalam hal ini, media sosial menjadi arena utama di mana pasangan calon bersaing untuk meraih perhatian dan dukungan. Secara konsep, media sosial yang termasuk ke dalam new media menawarkan keterbukaan dan transparansi sehingga lebih demokratis, namun ruang digital ini sering kali mencerminkan ketimpangan kekuatan di mana mereka yang memiliki lebih banyak modal sosial dan ekonomi cenderung lebih sukses dalam memanfaatkan media sosial.

Selain itu, keberagaman etnis dan agama yang ada di Kota Salatiga menciptakan ruang sosial yang dinamis, di mana perbedaan menjadi tantangan sekaligus sumber daya untuk membangun solidaritas. Kandidat yang mampu memahami dan mengelola perbedaan ini, serta membangun ruang sosial yang inklusif, akan memiliki peluang lebih besar dalam meraih dukungan. Hal ini juga terlihat dalam kampanye yang berfokus pada nilai-nilai bersama, seperti toleransi dan penghargaan terhadap keberagaman. Interaksi antara habitus, modal, dan ruang sosial membentuk karakteristik pilkada Kota Salatiga yang sangat dipengaruhi oleh dinamika pluralitas masyarakatnya. Masyarakat dengan habitus yang terbangun dari pengalaman keberagaman, serta modal sosial dan budaya yang mereka miliki, akan cenderung memilih pemimpin yang mampu memahami dan mewakili pluralitas tersebut. Dalam ruang sosial yang tercipta selama Pilkada, komunikasi politik menjadi sarana utama bagi kandidat untuk menegaskan posisi mereka dalam mempertahankan atau memperjuangkan nilai-nilai pluralisme. Pilihan media kampanye yang beragam, dari media sosial hingga pertemuan tatap muka, menunjukkan bagaimana para kandidat menggunakan modal yang ada untuk membangun citra dan menyebarkan pesan-pesan politik mereka dalam ruang sosial yang terbuka maupun tertutup. Dengan pendekatan teori Bourdieu ini, dapat dipahami bagaimana interaksi antara habitus, modal, dan ruang sosial membentuk dinamika pilkada Kota Salatiga, terutama dalam konteks keberagaman dan demokrasi yang terus berkembang di Indonesia.

## **PENUTUP**

Pemilihan Kepala Daerah di Kota Salatiga menjadi salah satu hal yang menarik untuk dibahas dalam perspektif *Hybrid Media System* (HMS). Hasil penelitian ini menggambarkan sifat konsumsi media yang terus berkembang selama pilkada di Kota Salatiga dan memiliki peran penting yang dimainkan oleh media tradisional dan media sosial dalam membentuk wacana dan persepsi publik. Platform-platform media tradisional yakni televisi dipadukan dengan media sosial seperti Instagram dan Facebook, memainkan peran penting dalam integrasi konsumsi media calon pemilih di Kota Salatiga. Hal tersebut memungkinkan mereka untuk meningkatkan pemahaman

masyarakat Kota Salatiga tentang Pilkada melalui keterlibatan dan interaksi secara *real-time* dengan audiens yang lebih luas. Integrasi platform media sosial ini dengan media penyiaran tradisional menciptakan lingkungan media hibrida yang membentuk wacana publik selama masa pilkada di Kota Salatiga.

Dalam kajian yang diberikan, pemikiran Bourdieu mengenai habitus juga menjadi salah satu kajian menarik dalam melihat dinamika komunikasi politik pilkada Kota Salatiga tahun 2024. Teori Bourdieu menyoroti bagaimana habitus, modal sosial, modal ekonomi, modal budaya, modal simbolik, serta ruang sosial membentuk strategi komunikasi politik dari para kandidat. Para kandidat yang terbagi ke dalam tiga paslon berkomunikasi dengan habitus, modal, dan ruang sosial yang tersedia dengan menekankan pada nilai-nilai pluralisme dan toleransi sebagaimana diusung oleh Kota Salatiga sebagai salah satu kota paling toleran di Indonesia pada 2024. Kondisi seperti modal sosial, ekonomi, budaya, dan simbolik yang dimiliki masing-masing paslon, dengan latar belakang profesi, pemahaman budaya lokal, jaringan sosial menjadi beberapa instrumen penting untuk membangun citra dan memperluas dukungan.

Dalam beberapa kondisi, media sosial menjadi arena baru bagi hadirnya komunikasi politik masing-masing paslon. Masing-masing paslon menciptakan habitus dan modal yang menggabungkan kedekatan dengan masyarakat sebagai strategi kampanye. Dalam beberapa kasus, Bourdieu melihat bahwa kesuksesan kampanye di media digital juga sangat bergantung pada kepemilikan modal ekonomi dan sosial. Pendekatan HMS juga melihat bagaimana media lama dan media baru menjadi platform menarik bagi masing-masing calon untuk menunjukkan pengaruh politiknya. Secara keseluruhan, dinamika pilkada Salatiga menggambarkan bagaimana interaksi antara habitus, modal, dan ruang sosial berperan besar dalam membentuk proses demokrasi yang inklusif. Adapun beberapa kajian lain yang bisa menjadi pengisi dalam ceruk penelitian berikutnya adalah bagaimana strategi kampanye dan modal sosial digunakan, atau bagaimana konstruksi identitas paslon terjadi dalam ruang kampanye dan komunikasi politik.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adib, M. (2012). *Agensi dan Struktur dalam Pandangan Pierre Bourdieu*. Universitas Airlangga.
- Alaina, H. (2024a, August 30). *Profil Bakal Calon Wali Kota & Wakil Wali Kota Salatiga, dr Robby-Nina Agustin*. Espos.
- Alaina, H. (2024b, August 30). *Profil Bakal Calon Wali Kota & Wakil Wali Kota Salatiga, Juan Rama-Sri Wahyuni*. Espos.
- Alaina, H. (2024c, August 30). *Profil Bakal Calon Wali Kota & Wakil Wali Kota Salatiga, Sinoeng-Budi*. Espos.
- Anurit, P., & Bisoryabut, T. (2006). Below the Line Government: An Initial Investigation into Thai Rak Thai Political Marketing. *The Globalisation of Executives and Economies: Lessons from Thailand*.
- Azra, A. (2018). *Cultural Pluralism in Indonesia: Continuous Reinventing of Indonesian Islam in Local, National and Global*.
- Bär, D., Pröllochs, N., & Feuerriegel, S. (2025). The role of social media ads for election outcomes: Evidence from the 2021 German election. In *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*.
- Bourdieu, P., & Richardson, J. (1986). THE FORMS OF CAPITAL. In *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*.
- BPS. (2022). *Jumlah Penduduk Menurut Kecamatan dan Agama yang Dianut di Kota Salatiga*.
- Chadwick, A. (2017). *The Hybrid Media System: Politics and Power* (2nd ed.). Oxford Academic. <https://academic.oup.com/book/1922>

- Chadwick, & Andrew. (2013). *The Hybrid Media System*. Oxford University Press.
- Dewojati, C., & Nurtalia, N. (2023). Konsep Habitus Bourdieu dan Dinamika Masyarakat Tionghoa ... Konsep Habitus Bourdieu dan Dinamika Masyarakat Tionghoa dalam Pendidikan jang Kliroe dan Korban dari Peroentoengan. *Arif: Jurnal Sastra Dan Kearifan Lokal*.
- Enríquez, J. R., Larreguy, H., Marshall, J., & Simpser, A. (2024). Mass Political Information on Social Media: Facebook Ads, Electorate Saturation, and Electoral Accountability in Mexico. *Journal of the European Economic Association*.
- Fridiyanti, Y. N. (2022). *Tantangan Kualitas Praktik Demokrasi Prosedural di Negara Berkembang Partisipasi Politik dan Perilaku Pemilih*.
- Fuadi, M. H., Novita, L., & Aziza, D. K. (2024). STRATEGI PUBLIC RELATIONS DALAM MEMBANGUN NARASI POLITIK DI PILPRES 2024: ANALISIS KOMUNIKASI KAMPANYE CALON PRESIDEN ANIS-MUHAIMIN DI MEDIA SOSIAL. *Trivikrama: Jurnal Ilmu Sosial*.
- Fujilestari, N. A. (2019). KAPITAL POLITIK DALAM KONTESTASI MEMPEREBUTKAN KEKUASAAN (STUDY KASUS PEMENANGAN PASANGAN SRI HARTINI-SRI MULYANI DALAM PILKADA KABUPATEN KLATEN TAHUN 2015). *Jurnal Caraka Prabhu*.
- Gainous, J., & Wagner, K. M. (2015). The Hybrid Media System: Politics and Power . *Journal of Politics*.
- Gustamar, & Pasha, J. A. (2021). Kemenangan Benyamin Davne dan Pilar Saga Ichsan di Pilkada Tangerang Selata Tahun 2020 Masa Pandemi Covid-19. *Polikrasi: Journal of Politics and Democracy*.
- ICW. (2004). *Keuntungan Pilkada Langsung*. <https://antikorupsi.org/id/article/keuntungan-pilkada-langsung-130804>
- Jansen, M. P., & Van Ooijen, I. (2024). For Your Eyes Only? An Eye-Tracking Experiment Investigating Micro-targeting Transparency, Visual Attention, and Critical Processing. *Journal of Media Psychology*.
- Jayus, S., Mairita, D., & Abdullah, A. (2024). Media Sosial sebagai Media Kampanye Politik Menjelang Pemilu 2024. *JURNAL SIMBOLIKA Research and Learning in Communication Study*.
- Kandowangko, C. H., Wiloso, P. G., & Kudubun, E. E. (2014). KIPRAH POLITIK PARTAI GERINDRA (Studi Tentang Strategi Pemenangan Calon Legislatif Terpilih Partai Gerindra dalam Pemilu 2014 di Kota Salatiga). *Cakrawala Jurnal Penelitian Sosial*. <https://ejournal.uksw.edu/cakrawala/article/view/63>
- Karpf, D. (2014). The Hybrid Media System: Politics and power, by Andrew Chadwick. *Journal of Information Polity*.
- Kartodinoto, Rr. S. R. A., Purnomo, D., & Utomo, A. W. (2024). Analisis Instagram Sebagai Ruang Publik Terhadap Respon Generasi-Z Dalam Kontestasi Pilpres 2024 (Studi Pada Generasi-Z Di Kota Salatiga). *Jurnal Niara*.
- Klinger, U., & Svensson, J. (2014). The emergence of network media logic in political communication: A theoretical approach. *New Media & Society*, 17(8). <https://doi.org/https://doi.org/10.1177/1461444814522952>
- KPU Salatiga. (2024). Penetapan Nomor Urut Paslon Wali Kota dan Wakil Wali Kota Salatiga 2024. In *KPU Kota Salatiga - Instagram*. Instagram. <https://www.instagram.com/kpusalatiga/?locale=de&hl=am-et>
- Lemahannas. (2022). *Analisis Indeks Geo V Indonesia*. <https://lemhannas.go.id/publikasi/press-release/1500-era-geo-v-lemhannas-ri-fokus-pada-lima-kajian/id>
- Lipschultz, J. H. (2022). Social Media and Political Communication. *Social Media and Political Communication*. <https://doi.org/https://doi.org/10.4324/9781003170471>

- Mahpudz, A., Kulyawan, R., & Riandana, T. E. (2021). *Menguatkan pendidikan toleransi dan demokrasi bagi pemilih pemula dalam perspektif pendidikan kewarganegaraan global untuk menumbuhkan warga negara cerdas*. <http://seminar.uad.ac.id/index.php/snk/>
- Mander, M. S. (1987). Bourdieu, the Sociology of Culture and Cultural Studies: A Critique. *European Journal of Communication (SAGE Social Science Collection)*.
- Medita, A., & Hanifah, N. (2020). POLA KOMUNIKASI POLITIK CALON PRESIDEN PADA PEMILIHAN PRESIDEN-WAKIL PRESIDEN TAHUN 2019. *INTELEKTIVA: JURNAL EKONOMI, SOSIAL & HUMANIORA*.
- Miles, M. B., Huberman, A., & Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook* (3rd ed.). SAGE Publisher. <https://books.google.co.id/books?id=p0wXBAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false>
- Mustikasari, M., Arlin, A., & Kamaruddin, S. A. (2023). Pemikiran Pierre Bourdieu dalam Memahami Realitas Sosial. *Kaganga: Jurnal Pendidikan Sejarah Dan Riset Sosial Humaniora*.
- Nugroho, M. A. (2024). Religious Tolerance Model in Salatiga: Analysis of the Implementation of Religious Moderation Concept in a Multicultural City. *IJoASER (Jurnal Internasional Tentang Sains Lanjutan, Pendidikan)*. <https://doi.org/https://doi.org/https://doi.org/10.33648/ijoaser.v7i4.732>
- Ode, L., Rauda, M., Udaya, A., Aris, M. M., Prayogi, A., Amin, H., Tenri, A., Muak, K., Kartika, H., Tesaannisa, S., Munafi, A., Ode, W., & Mandati, R. (2024). Teori Habitus dan Ranah Pierre Bourdieu. In *Teori Sosiologi*. In *Teori Sosiologi*.
- Pemprov Jateng. (2024). *Salatiga Raih Peringkat 2 Kota Tertoleran se-Indonesia*.
- Perludem. (2013). *Transparansi, Partisipasi, dan Demokrasi*.
- PID. (2017). *Suku Bangsa di Indonesia*. <https://indonesia.go.id/profil/suku-bangsa/kebudayaan/suku-bangsa>
- Pierri, F. (2023). *Political advertisement on Facebook and Instagram in the run up to 2022 Italian general election*. <https://doi.org/https://doi.org/10.1145/3578503.3583598>
- Prete, I. (2014). *Below the Line*. In *Wiley Encyclopedia of Management (3rd Edition)*. John Wiley & Sons, Ltd.
- Razak, A. (2023). Sistem Proporsionalitas Terbuka sebagai Identitas Demokrasi Indonesia: Eksistensi dan Implikasi. *Rechtsregel: Jurnal Ilmu Hukum*, 6(1), 83–96.
- Rusell, A. (2020). Coming to terms with dysfunctional hybridity: A conversation with Andrew Chadwick on the challenges to liberal democracy in the second-wave networked era. *Studies in Communication Sciences*, 20(2). <https://www.hope.uzh.ch/scoms/article/view/j.scoms.2020.02.005>
- Selfiani, S., Maman, M., & Usman, U. (2021). PERTARUNGAN SIMBOLIK DALAM SLOGAN PILKADA SULAWESI SELATAN TAHUN 2020: SUATU TINJAUAN ANALISIS WACANA KRITIS PIERRE BOUDIEU. *Fon: Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 17(2), 146–158.
- Sembada, W. Y., & Sadjjo, P. (2020). ). STRATEGI PESAN AKTOR POLITIK DALAM MEDIA SOSIAL (Studi Kasus Akun Wali Kota Tangerang Selatan Banten). *Jurnal Komunikasi, Masyarakat Dan Keamanan (KOMASKAM)*.
- SETARA Institute. (2021). *Pandemi Laban Subur Diskriminasi dan Intoleransi*.
- SETARA Institute. (2023). *Indeks Kota Toleran 2023*.
- Simarmata, S. (2014). MEDIA BARU, RUANG PUBLIK BARU, DAN TRANSFORMASI KOMUNIKASI POLITIK DI INDONESIA. *Interact*. <https://core.ac.uk/download/pdf/304333539.pdf>
- Srinivasan, S. M., & Paat, Y. F. (2024). A Data-Centric Approach to Understanding the 2020 U.S. Presidential Election. *Big Data and Cognitive Computing*, 8. <https://doi.org/https://doi.org/10.3390/BDCC8090111>

- Subiyanto, A. E. (2020). General Elections with Integrity as an Update of Indonesian Democracy. *Jurnal Konstitusi*, 355–371.
- Towner, T. L. (2014). *The Hybrid Media System*. <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0894439314543166?icid=int.sj-abstract.similar-articles.9>
- UKSW. (2024). Paparan Visi dan Misi Paslon Wali Kota dan Wakil Wali Kota Kota Salatiga pada 9 Oktober 2024 di UKSW. In *Universitas Kristen Satya Wacana (UKSW) Salatiga Indonesia*. UKSW.
- Wadanabun, S., Susanti, A. T., & Kudubun, E. E. (2020). PERJUANGAN PEREMPUAN DALAM ARENA POLITIK (STUDI PEMILIHAN ANGGOTA DEWAN PERWAKILAN RAKYAT DAERAH DI KABUPATEN MIMIKA, PROPINSI PAPUA DALAM PRESPEKTIF PIERRE BOURDIEU). *Jurnal Analisa Sosiologi*, 436–451.
- Widiatmaka, P., Nuryadi, M. H., & Sugiyanto, A. (2024). Politik agama di Indonesia: politisasi agama Islam dalam kontestasi pemilihan umum Achmad Yani. *Jurnal Humanika*, 127–140.
- Widjaja, E. G., Yehezkiel, S., Husaini, M. D., & Lim, A. (2024). Pengaruh Agama pada Masyarakat Indonesia dalam Melaksanakan Pemilihan Umum. *Nusantara: Jurnal Pendidikan, Seni, Sains Dan Sosial Humaniora*, 1–25.
- Wienanto, S. A. (2024). *Perludem Pribatin Peringkat Indeks Demokrasi Indonesia Turun Dua Peringkat Tiap Tahun*. Tempo. <https://nasional.tempo.co/read/1876310/perludem-pribatin-peringkat-indeks-demokrasi-indonesia-turun-dua-peringkat-tiap-tahun>
- Yolanda, A. T., Prasetyo, G., & Purnomo, M. I. (2025). NOSTALGIA BUDAYA POLITIK STRATEGI KAMPANYE RANO KARNO MELALUI CITRA “SI DOEL” PERSPEKTIF KONSTRUKSI SOSIAL REALITAS. *Trivikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial*.
- Yuniarto, T. (2024). *Pilkada Serentak 2024: Jumlah Pemilih Potensial, Anggaran, dan Tabapan*. Kompas. <https://kompaspedia.kompas.id/baca/paparan-topik/pilkada-serentak-2024-alur-data-dan-tren-sosial-politik>
- Zerri, M. V. U., Jegalus, N., Kosat, O., & Panda, H. P. (2023). Politik Kreatif Ala Presiden Jokowi (Analisis Berdasarkan Habitus, Modal dan Ranah Perspektif Pierre Felix Bourdieu). *Dinasti Review: Jurnal Ilmu Hukum, Humaniora, Dan Politik (JIHHP)*, 241–152.
- Zuhro, S. (2019). Demokrasi dan Pemilu Presiden 2019. *Jurnal Politik BRIN*.