



Konfigurasi Dinamika Komunikasi Digital dalam Ranah Politik Lokal: Telaah Taktik Media Sosial pada Arena Elektoral Pilkada Kabupaten Bima

Tasrif

Program studi Ilmu Komunikasi, Universitas Mbojo Bima, Indonesia

ARTICLE INFO

Article history:

Received June 06, 2025

Revised July 13, 2025

Accepted July 14, 2025

Available online July 14, 2025

Kata Kunci :

Komunikasi; Digital; Elektoral; Pilkada

Keywords:

Communication; Digital; Electoral; Local Election



This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.

Copyright ©2025 by Tasrif. Published by CV. Rifainstitut

ABSTRAK

Studi ini bertujuan untuk mendekonstruksi bagaimana para aktor politik memanfaatkan logika digital untuk membingkai citra, membangun afiliasi, dan mengartikulasikan strategi elektoral melalui medium sosial yang tak lagi memisahkan antara domain personal dan publik, antara spontanitas dan rekayasa strategik. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif berparadigma interpretatif-konstruktivis, penelitian ini mengeksplorasi realitas komunikasi politik sebagai konstruksi intersubjektif yang diproduksi melalui simbol, wacana, dan relasi kuasa dalam ruang digital. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam terhadap 12 informan kunci yang mewakili spektrum aktor digital lokal, observasi non-partisipatif terhadap interaksi media sosial kandidat, serta dokumentasi visual atas materi kampanye digital, yang kemudian dianalisis dengan kerangka analisis wacana kritis dan semiotika. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi digital dalam Pilkada Bima merupakan proses artikulatorif yang tidak linier, melainkan berlangsung dalam arena diskursif yang dipenuhi negosiasi makna, simbolisme kultural, dan permainan identitas yang beresonansi dengan komunitas pemilih yang terfragmentasi. Media sosial berfungsi sebagai palimpsest politik tempat retorika populis, estetika kampanye, dan narasi lokal berkelindan membentuk realitas elektoral. Keberhasilan strategi politik digital tidak hanya ditentukan oleh kekuatan naratif dan teknis, tetapi oleh intensitas interaktivitas, sensitivitas kultural, dan kecakapan etis kandidat dalam mengelola medan simbolik yang kompleks

ABSTRACT

This study aims to deconstruct how political actors' appropriate digital logic to frame public image, construct affiliations, and articulate electoral strategies through a social medium that no longer delineates the boundaries between the personal and public domains, nor between spontaneity and strategic fabrication. Adopting a qualitative approach rooted in an interpretivist-constructivist paradigm, this research explores political communication as an intersubjective construct shaped by symbols, discourse, and power relations within digital spaces. Data were collected through in-depth interviews with 12 key informants representing the spectrum of local digital actors, non-participant observation of candidates' social media interactions, and visual documentation of digital campaign materials. These were subsequently analyzed through the lenses of critical discourse analysis and semiotics. The findings reveal that digital communication during the Bima regional elections constitutes a non-linear articulatory process, unfolding within a discursive arena replete with meaning negotiations, cultural symbolism, and identity performances that resonate with a fragmented electorate. Social media functions as a political palimpsest, wherein populist rhetoric, campaign aesthetics, and local narratives intertwine to shape electoral realities. The efficacy of digital political strategies is determined not merely by narrative and technical sophistication, but also by the intensity of interactivity, cultural sensitivity, and the candidate's ethical competence in navigating a complex symbolic terrain.

*Corresponding author

E-mail addresses: tasrifbima6477@gmail.com (Tasrif)

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi komunikasi digital telah membawa transformasi mendalam dalam lanskap politik, terutama dalam praktik komunikasi politik yang menyertai proses demokratisasi di tingkat lokal ([López-García & Pavía, 2019](#)); ([Tomin et al., 2020](#)); ([Karwacka et al., 2022](#)). Dalam konteks Indonesia, gejala ini terlihat jelas dalam dinamika kontestasi elektoral seperti pemilihan kepala daerah (Pilkada). Fenomena ini tidak semata-mata menandai pergeseran teknis dari medium kampanye konvensional ke platform digital, melainkan mengindikasikan perubahan konfiguratif dalam strategi komunikasi politik yang semakin kompleks dan multidimensional ([Perezhniak et al., 2020](#)); ([Yüksel & Bayrak, 2015](#)); ([Saksono, 2020](#)). Ranah politik lokal, yang sebelumnya lebih banyak ditandai oleh praktik face-to-face, mobilisasi massa, dan kampanye door-to-door, kini mulai didefinisikan ulang oleh kehadiran media sosial sebagai arena diskursif dan arena simbolik yang berfungsi strategis dalam pembentukan dan peredaran citra politik ([Eure, 2010](#)); ([Saksono, 2020](#)).

Fenomena tersebut tidak berdiri sendiri. Ini merupakan implikasi dari kemajuan teknologi digital yang mendorong terjadinya reorientasi pada pola komunikasi politik, dari komunikasi satu arah yang linier menuju komunikasi dua arah yang dialogis dan partisipatoris ([Syadila et al., 2025](#)). Dalam kerangka ini, media sosial tidak hanya menjadi alat komunikasi, tetapi juga menjadi medan pertempuran representasi, tempat berlangsungnya produksi dan reproduksi makna politik oleh para aktor yang berkompetisi memperebutkan simpati publik. Kampanye digital dalam Pilkada bukan lagi sekadar pelengkap, melainkan menjadi episentrum dari strategi komunikasi politik yang berorientasi pada penciptaan citra, pembentukan narasi, serta mobilisasi emosional dan kognitif pemilih ([Syarifah, 2025](#)).

Pergeseran orientasi ini menciptakan medan baru yang memungkinkan studi lebih jauh mengenai konfigurasi taktik digital para aktor politik dalam membangun persepsi publik. Dalam konteks Pilkada Kabupaten Bima, strategi kampanye melalui media sosial tidak dapat dipandang sebagai peniruan semata terhadap praktik nasional, melainkan sebagai proses adaptasi yang bersifat situasional dan kontekstual. Strategi tersebut terikat pada dinamika sosial-politik lokal yang unik, termasuk struktur demografis, afiliasi politik, serta orientasi media masyarakat setempat ([Fitrianti et al., 2024](#)). Di sinilah konfigurasi dinamika komunikasi digital mengambil peran sentral, membentuk hubungan timbal balik antara aktor politik dan publik dalam ruang digital yang cair dan tak terstruktur secara konvensional ([Wulandari, 2025](#)).

Kemunculan media sosial seperti Instagram sebagai medium utama pencitraan politik menegaskan pergeseran dari logika representasi massa menuju logika visualitas dan performativitas digital. Dalam ranah ini, konten visual menjadi komoditas utama yang dikurasi, diproduksi, dan didistribusikan untuk menciptakan kesan afektif dan impresi publik terhadap figur politik tertentu. Gambar, video, infografis, dan narasi digital bukan sekadar alat informatif, tetapi adalah taktik simbolik untuk menciptakan kedekatan emosional antara politisi dan publik. Konten tersebut mengandung muatan identitas politik yang secara aktif membentuk persepsi publik dan menciptakan loyalitas simbolik berbasis afiliasi digital ([Boestam et al., 2023](#)).

Secara teoretis, transformasi ini dapat dijelaskan melalui pendekatan konfiguratif yang menempatkan komunikasi digital sebagai entitas yang tidak stabil, tetapi terus berubah dan menyesuaikan diri terhadap dinamika teknologi dan konteks sosial-politik. Ranah digital tidak pernah netral, ia dikonstruksi oleh kepentingan, simbol, dan kekuasaan ([Naila, 2025](#)). Dalam konteks ini, studi terhadap dinamika komunikasi digital dalam Pilkada Kabupaten Bima menjadi penting untuk mengurai bagaimana relasi kuasa dan simbol diproduksi, dinegosiasikan, dan didistribusikan dalam format digital. Konfigurasi ini menjadi medan praktik di mana representasi politik dikonkretkan dalam bentuk citra dan narasi yang dikelola secara strategis ([Hattu, 2024](#)).

Dinamika politik lokal menjadi semakin menarik ketika komunikasi digital tidak lagi sekadar ruang pendukung, melainkan menjadi medan utama dalam mobilisasi opini publik. Perubahan ini membawa konsekuensi terhadap strategi kampanye, di mana aktor politik dituntut untuk tidak hanya piawai dalam orasi publik, tetapi juga dalam pengelolaan akun digital, produksi konten kreatif, serta interaksi daring yang intens dan responsif ([Hijrah et al., 2024](#)). Keterampilan digital menjadi prasyarat baru dalam kontestasi politik, menciptakan medan kompetisi yang menuntut penguasaan algoritma, estetika visual, serta logika engagement dalam platform seperti Instagram ([Jadidah et al., 2023](#)).

Dalam kerangka tersebut, komunikasi politik digital menjelma menjadi arena yang penuh perhitungan. Keberhasilan tidak lagi ditentukan oleh jumlah baliho atau banyaknya massa yang hadir, tetapi oleh jangkauan (reach), keterlibatan (engagement), dan narasi yang berhasil diviralkan ([Swari et al., 2025](#)). Maka, komunikasi politik melalui media sosial seperti Instagram tidak hanya tentang "apa" yang dikomunikasikan, tetapi "bagaimana" pesan itu dikemas, disebar, dan diterima oleh publik. Taktik-taktik ini memanfaatkan logika jaringan sosial digital, yang memungkinkan penyebaran informasi dalam kecepatan tinggi dan intensitas afektif yang tinggi pula ([Astari, 2021](#)).

Komunikasi digital dalam arena politik lokal seperti Pilkada Bima juga menunjukkan adanya pergeseran pola otoritas politik. Di mana sebelumnya otoritas dibangun melalui struktur birokrasi atau patronase politik, kini otoritas juga terbentuk melalui otentisitas digital, yakni kemampuan aktor politik untuk tampil sebagai pribadi yang autentik, komunikatif, dan responsif di ruang publik maya. Figur publik yang dapat menunjukkan sisi humanisnya di media sosial cenderung mendapatkan atensi lebih besar, dan pada gilirannya memperkuat basis dukungan elektoral. Dalam hal ini, komunikasi politik digital juga menciptakan formasi baru mengenai legitimasi politik ([Hidayatullah, 2024](#)).

Ketika politik masuk ke dalam ruang digital, ia tidak hanya mengalami perubahan medium, tetapi juga transformasi logika representasi. Citra politik yang sebelumnya dibangun melalui simbol-simbol kekuasaan konvensional kini dikonstruksi melalui simbolisme visual, narasi personal, dan identitas digital. Transformasi ini membutuhkan pemahaman baru tentang bagaimana simbol dan makna diproduksi serta dikonsumsi dalam ruang siber. Dalam studi ini, analisis terhadap bagaimana akun media sosial politisi di Kabupaten Bima digunakan sebagai medium representasi dan instrumen persuasi menjadi penting untuk mengungkap taktik komunikasi yang dijalankan secara strategis ([Rifai & Haeril, 2025](#)).

Di sinilah pentingnya membaca dinamika komunikasi digital sebagai sebuah konfigurasi: ia tidak bersifat linier ataupun statis, tetapi merupakan hasil dari interaksi berbagai elemen teknologi, budaya, strategi, dan afeksi publik. Penelitian ini akan mengurai elemen-elemen tersebut dalam konteks kontestasi Pilkada Kabupaten Bima, dengan menyoroti bagaimana politisi lokal mengartikulasikan diri mereka dalam ruang digital, bagaimana publik meresponsnya, dan bagaimana dinamika tersebut membentuk medan kontestasi politik yang baru ([Rifai & Haeril 2025](#)).

Dalam dimensi praksis, komunikasi politik digital pada Pilkada Kabupaten Bima mengungkap praktik taktis yang menunjukkan adaptasi terhadap budaya digital. Para kandidat tidak lagi hanya menasar massa secara fisik, tetapi juga audiens digital yang tersebar, segmented, dan memiliki karakteristik interaksi yang unik. Komunikasi digital mengandaikan kemampuan untuk membangun personal branding yang kuat, membingkai isu secara tepat, dan mengatur waktu posting untuk meraih momen viralitas. Hal ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi politik digital menjadi arena kontestasi performatif yang sangat dinamis.

Namun demikian, transformasi ini bukan tanpa problematika. Komunikasi politik digital juga membuka ruang bagi manipulasi informasi, disinformasi, dan bahkan propaganda yang terselubung. Dalam situasi ini, keberhasilan dalam membentuk citra tidak selalu linier dengan kebenaran substansial atau kredibilitas politik. Artinya, politisi yang sukses di media sosial belum tentu merepresentasikan kualitas kepemimpinan yang ideal. Oleh karena itu, perlu pula

dikaji bagaimana etika komunikasi digital dipraktikkan dan sejauh mana publik memiliki literasi politik digital untuk menavigasi banjir informasi yang melingkupi Pilkada.

Penelitian ini akan mendekati dinamika tersebut dengan memanfaatkan pisau analisis dari studi komunikasi politik digital, visual political communication, dan pendekatan semiotika digital untuk mengungkap konstruksi makna di balik setiap narasi dan simbol yang digunakan para politisi dalam ruang digital. Pendekatan ini diharapkan dapat mengungkap secara mendalam bagaimana konfigurasi komunikasi digital beroperasi dalam medan kontestasi lokal, serta bagaimana ia berkontribusi terhadap terbentuknya struktur baru dalam relasi kuasa, representasi politik, dan partisipasi publik di era digital.

Dengan demikian, studi berjudul "*Konfigurasi Dinamika Komunikasi Digital dalam Ranah Politik Lokal: Telaah Taktik Media Sosial pada Arena Elektoral Pilkada Kabupaten Bima*" akan menjadi kontribusi penting dalam memperluas khazanah studi komunikasi politik di Indonesia. Terutama dalam memahami bagaimana politik lokal bertransformasi mengikuti logika digital yang mengaburkan batas antara yang nyata dan maya, antara yang personal dan yang publik, serta antara strategi dan spontanitas dalam membentuk citra politik di era media baru.

2. METODE PENELITIAN

Dalam menggali kedalaman makna di balik dinamika komunikasi politik digital dalam kontestasi Pilkada Kabupaten Bima, penelitian ini secara paradigmatis berpijak pada pendekatan kualitatif dengan orientasi interpretatif dan konstruktivis, yang bertujuan untuk memahami realitas sosial-politik sebagai konstruksi intersubjektif yang dibentuk oleh simbol, wacana, dan relasi kuasa di ruang digital lokal. Pendekatan kualitatif ini dipilih bukan semata untuk mendeskripsikan fenomena komunikasi, melainkan untuk menafsirkan secara mendalam bagaimana para aktor politik baik kandidat maupun publik pemilih memaknai, memproduksi, dan merespons pesan-pesan politik yang tersebar melalui platform digital.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam (*in-depth interview*) terhadap 12 informan kunci yang terdiri dari tim kampanye digital kandidat, relawan media sosial, opinion leader lokal (tokoh agama, pemuda, dan komunitas adat), serta pemilih aktif yang mewakili segmentasi sosial. Selain itu, observasi non-partisipatif terhadap interaksi digital di akun media sosial kandidat dan dokumentasi visual terhadap materi kampanye digital seperti poster, video, infografik, dan hashtag kampanye juga dilakukan sebagai sumber data kontekstual yang kaya makna simbolik. Data kualitatif dianalisis menggunakan analisis wacana kritis (*critical discourse analysis*) dan analisis semiotik, yang secara simultan mengungkap struktur makna, simbolisme, serta strategi retorika digital yang digunakan untuk membongkar realitas politik dan mengarahkan opini publik. Dalam proses analisis, peneliti menelusuri dimensi kekuasaan yang tersembunyi dalam representasi digital, termasuk bagaimana algoritma, visual, dan narasi kampanye beroperasi sebagai bentuk artikulasi ideologis yang merekayasa imajinasi politik lokal. Validitas data dijaga melalui teknik triangulasi sumber dan metode, serta proses member checking untuk memastikan bahwa interpretasi yang ditarik mencerminkan pemahaman autentik dari para partisipan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam pusran dinamika kontestasi politik lokal yang kian kompleks, pemilihan kepala daerah (Pilkada) bukan lagi sekadar arena pertarungan elektoral formal, tetapi telah mengalami transformasi mendalam sebagai laboratorium komunikasi digital yang meredefinisikan relasi antara politisi dan publik dalam format yang sepenuhnya baru ([López-García & Pavía, 2019](#)); ([Tomlin et al., 2020](#)). Penelitian ini mengangkat konteks Kabupaten Bima sebagai lanskap empiris yang kaya untuk menelaah konfigurasi komunikasi politik digital melalui medium media sosial, khususnya dalam ranah taktik kampanye yang berkembang di Pilkada serentak.

Melalui pendekatan metodologis campuran yang mengintegrasikan teknik analisis konten media digital, wawancara mendalam dengan aktor kampanye, serta survei persepsi pemilih, penelitian ini menggambarkan realitas baru di mana komunikasi politik tidak hanya mengalami perubahan format, tetapi juga logika operasional yang mendasari artikulasi pesan, distribusi informasi, dan mediasi makna antara elit politik dan warga negara. Ranah digital dalam Pilkada Bima bukan lagi sekadar pelengkap dari strategi komunikasi konvensional, melainkan telah menjelma menjadi arena utama produksi, reframing, dan sirkulasi narasi politik. Di tengah heterogenitas sosiokultural masyarakat Bima yang memadukan nilai-nilai tradisional-komunal dengan dinamika modernitas teknologi, para kandidat politik dituntut untuk tidak hanya menguasai estetika retorika digital, tetapi juga sensitivitas semiotik terhadap simbolisme lokal, representasi identitas, dan resonansi nilai-nilai komunitas.

Penelitian ini menemukan bahwa dalam konfigurasi komunikasi digital Pilkada Bima, strategi retorika politik mengalami mutasi epistemik menuju tiga kecenderungan utama: retorika berbasis isu yang menjanjikan solusi konkret terhadap problem kesejahteraan lokal seperti pengangguran, akses pendidikan, dan krisis ekologi; retorika identitas yang mengaktivasi ingatan kolektif berbasis etnisitas, agama, dan sejarah lokal; serta retorika emosional yang menitikberatkan pada afiliasi afektif, empati populis, dan pencitraan kepekaan sosial terhadap penderitaan rakyat. Ketiga taktik tersebut dioperasikan melalui teknik framing yang disusun secara sistematis melalui narasi digital, memanfaatkan kekuatan visual dan tekstual dalam media sosial seperti Instagram, Facebook, dan TikTok. Dalam konteks ini, para kandidat tidak lagi berkomunikasi dalam satu kanal linier, melainkan mengembangkan sistem *cross-platform amplification* yang memungkinkan tiap pesan politik didesain dalam format modular yang dapat diadaptasi, dimodifikasi, dan direplikasi dalam berbagai format digital—dari poster digital, reels pendek, caption panjang bernuansa naratif, hingga infografik kebijakan yang dikemas secara visual appealing.

Lebih jauh, konfigurasi ini juga memperlihatkan pergeseran dari komunikasi politik yang bersifat generik menuju model *customized political messaging*, di mana pesan disegmentasikan berdasarkan atribut demografis, geografis, dan psikografis pemilih. Kandidat-kandidat dalam Pilkada Bima menunjukkan kecenderungan penggunaan analitik media sosial dan teknik *microtargeting* untuk merumuskan taktik kampanye yang berbasis pada preferensi afinitas kelompok. Hal ini ditunjukkan dalam variasi penggunaan tagar, visual, dan gaya bahasa yang berbeda untuk menjangkau pemilih pesisir, petani, nelayan, pemuda milenial, dan masyarakat adat. Dalam hal ini, digitalisasi politik tidak hanya memperluas jangkauan pesan, tetapi juga memproduksi format baru artikulasi kekuasaan, di mana algoritma, data mining, dan logika media sosial menjadi perangkat epistemologis yang membentuk cara para aktor politik memahami dan mengintervensi lanskap persepsi publik.

Namun demikian, efektivitas dari strategi digital tidak dapat direduksi semata pada keterampilan teknis atau kapasitas teknologi. Studi ini menemukan bahwa keberhasilan komunikasi politik di ruang digital sangat ditentukan oleh tiga variabel utama yang saling berkait erat: kredibilitas sumber, resonansi nilai, dan tingkat interaktivitas komunikasi. Kredibilitas kandidat menjadi faktor paling signifikan, di mana publik menilai keotentikan dan konsistensi antara citra digital dengan realitas aksi politik yang mereka kenal di dunia nyata. Ketika pesan digital terlalu dibuat-buat atau terkesan artifisial, pemilih cenderung menunjukkan resistensi dan mempersepsi konten sebagai manipulatif. Di sinilah narasi personal yang menggambarkan biografi, pengalaman hidup, dan ikatan emosional kandidat terhadap isu lokal menjadi instrumen penting dalam membangun *pathos* dan *ethos* retorika digital.

Resonansi nilai juga menjadi parameter utama dalam konfigurasi ini, di mana pemilih lebih merespon pesan politik yang mengandung nilai-nilai yang mereka hayati secara kultural dan spiritual. Oleh sebab itu, kandidat yang mampu mengintegrasikan nilai-nilai lokal seperti gotong royong, tau dani (rasa malu), atau kalembo ade (sabar dan santun) ke dalam retorika

digital mereka, mendapatkan respons yang lebih tinggi dari kelompok masyarakat adat dan religius. Hal ini membuktikan bahwa komunikasi digital dalam politik lokal bukan hanya soal distribusi informasi, tetapi tentang kemampuan untuk membungkus pesan dalam format simbolik yang sesuai dengan struktur makna masyarakat.

Tingkat interaktivitas komunikasi menjadi dimensi ketiga yang menentukan efektivitas taktik media sosial. Kandidat yang membuka ruang diskusi, menanggapi komentar warga, menyelenggarakan *live session*, atau bahkan membuka ruang kritik melalui kanal digital menunjukkan daya tarik elektoral yang lebih besar. Ini memperkuat temuan teori komunikasi dua-arah simetris, bahwa komunikasi politik yang partisipatif dan dialogis lebih berpotensi membangun kepercayaan politik jangka panjang. Dalam konteks Bima, fenomena ini semakin menegaskan bahwa ruang digital bukanlah ruang pasif konsumsi pesan, melainkan arena dinamis di mana warga aktif membentuk makna dan melakukan *negotiated reading* terhadap setiap pesan politik.

Lebih dari itu, dinamika komunikasi politik digital di Pilkada Bima juga menunjukkan bahwa disrupsi teknologi tidak serta merta mengeliminasi peran struktur sosial lokal. Studi ini menemukan bahwa opinion leader tradisional seperti tokoh agama, kepala adat, dan aktivis komunitas masih memiliki peran penting sebagai *media bridge* yang menjembatani pesan digital dengan konteks pemahaman lokal. Dalam banyak kasus, informasi yang beredar di media sosial hanya memperoleh legitimasi ketika dikonfirmasi oleh tokoh referensial dalam komunitas. Di sinilah kita melihat bahwa konfigurasi komunikasi politik digital dalam Pilkada lokal di Indonesia bukanlah proses linier antara pengirim dan penerima pesan, tetapi merupakan ekosistem kompleks yang melibatkan negosiasi makna, pemaknaan ulang, dan mediasi kultural secara simultan.

Akhirnya, penelitian ini menyimpulkan bahwa dinamika komunikasi digital dalam politik lokal seperti Pilkada Bima tidak bisa dipahami hanya dalam kerangka instrumentalitas teknologi atau efisiensi penyebaran pesan. Ia merupakan konfigurasi dinamis dari berbagai elemen yang saling berinteraksi secara kompleks: strategi retorika yang adaptif terhadap isu dan identitas lokal, penggunaan media sosial sebagai arena framing dan persuasi, serta respons publik yang ditentukan oleh kredibilitas, nilai, dan partisipasi. Dengan demikian, model komunikasi politik lokal yang diusulkan dalam studi ini menolak generalisasi model komunikasi Barat yang top-down dan menggantinya dengan pendekatan *vernacular digital politics* sebuah pendekatan yang menekankan pada adaptasi lokal, integrasi kultural, dan dialog partisipatif sebagai pilar utama komunikasi politik digital dalam konteks elektoral lokal Indonesia. Temuan ini memberikan kontribusi signifikan tidak hanya dalam memperkaya diskursus komunikasi politik kontemporer, tetapi juga dalam merumuskan strategi komunikasi elektoral yang lebih etis, inklusif, dan kontekstual bagi masa depan demokrasi lokal Indonesia.

4. KESIMPULAN

Bahwa konfigurasi dinamika komunikasi digital dalam arena Pilkada Kabupaten Bima bukanlah proses linier antara pengirim dan penerima pesan, melainkan representasi kompleks dari medan simbolik yang digerakkan oleh relasi kuasa, artikulasi identitas, dan negosiasi makna dalam ruang publik digital yang terfragmentasi. Strategi komunikasi politik yang dijalankan para kandidat terbukti tidak hanya mengandalkan narasi programatik, tetapi juga merangkul simbolisme kultural, afiliasi emosional, dan estetika visual yang dirancang untuk membangun resonansi afektif dan memperkuat koneksi identitas dengan komunitas pemilih yang beragam. Media sosial, dalam hal ini, berfungsi sebagai palimpsest politik, tempat di mana retorika populis, kampanye berbasis isu, dan performativitas digital saling bertumpuk dalam kontestasi membentuk citra dan elektabilitas. Temuan menunjukkan bahwa keberhasilan pesan politik sangat ditentukan oleh integrasi antara kredibilitas naratif, adaptasi terhadap nilai lokal, serta intensitas interaktivitas yang membuka ruang partisipatif bagi publik. Lebih jauh,

penelitian ini memperlihatkan bahwa komunikasi digital dalam Pilkada Bima tidak dapat dilepaskan dari dinamika lokalitas bahasa, simbol, figur otoritatif, dan nilai sosial yang secara simultan menjadi penentu legitimasi maupun arena resistensi terhadap upaya mobilisasi elektoral digital. Dengan demikian, komunikasi politik digital di tingkat lokal bukan sekadar cerminan strategi teknologis, melainkan representasi dari ekosistem politik yang hidup, berlapis, dan sarat makna, yang menuntut kandidat untuk tidak hanya mahir dalam teknis komunikasi, tetapi juga memiliki kecakapan kultural dan etis dalam menavigasi lanskap demokrasi digital yang kian kompleks.

5. REFERENSI

- Astari, N. (2021). Sosial Media Sebagai Media Baru Pendukung Media Massa untuk Komunikasi Politik dalam Pengaplikasian Teori Agenda Setting: Tinjauan Ilmiah pada Lima Studi Kasus dari Berbagai Negara. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(1), 131–142. <https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i1.190>
- Bima, U. M., & Bima, K. (2025). *Post-Electoral Political Exclusion Following the 2024 Simultaneous Regional Elections in West Nusa Tenggara (NTB)*. 109–119.
- Boestam, A. B., Prakosa, A., & Avianto, B. N. (2023). Upaya Partai Politik Dalam Memanfaatkan Demokrasi Virtual Di Era Digital. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 6(1), 1–17. <https://doi.org/10.32509/pustakom.v6i1.2281>
- Democracy, L., & Election, T. (2024). *Etnisitas, Demokrasi Lokal, dan Komunikasi Politik: Praktik Mobilisasi pada Pilkada Maluku Tengah*. 18(2), 206–220.
- Eu-, E. (2010). *Grażyna P.*
- Hidayatullah, A. (2024). *The Challenge of Bureaucratic Neutrality in the 2024 Legislative and Presidential Elections in Indonesia*. 05(1), 135–148.
- Image, R. (2024). *Mereproduksi Citra, Mencari Legitimasi: Analisis Peran Biro Humas dalam Dinamika Sosial-Politik Pemerintah Daerah*. 19(1), 63–78.
- Jadidah, I. T., Alfarizi, M. R., Liza, L. L., Sapitri, W., & Khairunnisa, N. (2023). Analisis Pengaruh Arus Globalisasi Terhadap Budaya Lokal (Indonesia). *Academy of Social Science and Global Citizenship Journal*, 3(2), 40–47. <https://doi.org/10.47200/aossagej.v3i2.2136>
- Karwacka, A., Gawroński, S., & Tworzydło, D. (2022). Political communication in local elections: a comparative analysis of France and Poland. *French Politics*, 20(2), 167–181. <https://doi.org/10.1057/s41253-022-00170-4>
- López-García, G., & Pavía, J. M. (2019). Political communication in election processes: an overview. *Contemporary Social Science*, 14(1), 1–13. <https://doi.org/10.1080/21582041.2018.1479040>
- Perezhniak, B., Karmazina, C., Dudnyk, R., Solyannik, K., & Severinova, O. (2020). Electronic technologies during local elections: new challenges. *Cuestiones Políticas*, 38(Especial II), 287–301. <https://doi.org/10.46398/cuestpol.382e.22>
- Retorika, K. K., & Publik, D. A. N. P. (2025). *DINAMIKA UNSUR KOMUNIKASI POLITIK DALAM KONTESTASI PILKADA*. May, 0–20.
- Rifai, R., & Haeril, H. (2025). Post-Electoral Political Exclusion Following the 2024 Simultaneous Regional Elections in West Nusa Tenggara (NTB). *Journal of Governance and Local Politics (JGLP)*, 7(1), 109–119.
- Saksono, H. (2020). Digital Pilkada: Have Local Elections (Pilkada) been Affected by Digitalization? Attainment, Challenges, and Policy Solutions. *Jurnal Bina Praja*, 12(2), 287–299. <https://doi.org/10.21787/jbp.12.2020.287-299>
- Sosial, M., Media, A., & Public, A. (2024). *AGENDA SETTING PEMBERITAAN KENAIKAN HARGA MINYAK*. 01(01), 75–89.
- Studi, P., Politik, I., Ilmu, F., Politik, I., & Udayana, U. (2025). *Pemilihan Kepala Daerah*

- (Pilkada) Bali. Dengan pendekatan. 8(4).
- Syadila, A. V., Quinna, M. S., & Auliya, S. H. (2025). *Industri Buzzer dan Polarisasi Politik di Era Digital : Perspektif Ekonomi Politik Media*. 6(1), 28–38.
- Tomin, V. V., Erofeeva, N. E., Borzova, T. V., Lisitzina, T. B., Rubanik, V. E., Aliyev, H. K., & Shuaipova, P. G. (2020). Internet media as component of information and communication environment in electoral process: Features and tools. *Online Journal of Communication and Media Technologies*, 10(3). <https://doi.org/10.29333/ojcm/7932>
- Wulandari, R. (2025). *Analisa Strategi Komunikasi Politik Anggota DPR Aceh Terpilih Periode 2024-2029 pada Partai Lokal Aceh*. 4.
- YÜKSEL, R., & BAYRAK, T. (2015). Political Elections in the Digital Age: Interactive Communication in Election Campaigns. *İstanbul Aydın Üniversitesi iletişim çalışmaları dergisi*, 10(2), 242–263. https://doi.org/10.17932/iau.icd.2015.006/icd_v010i2006