



Opini Publik dan Polling Pada Calon Bupati dan Wakil Bupati Kabupaten Padang Lawas Tahun 2024, Propinsi Sumatera Utara

Anita Fajri

Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Pascasarjana Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary,

Padangsidempuan, Indonesia

Corresponding Author: anita.hasibuan@gmail.com

Article Info

Keywords:

*Publik, Opini,
Komunikasi, Politik,
Kotak Kosong, Media*

Abstract

This research aims to analyze public opinion in the 2024 Padang Lawas Election, especially related to the issue of political party dominance, the potential for a single candidate, and the alleged manipulation of candidates. The main focus is directed at how public perception is formed towards the pair of candidates for regent and deputy regent and its implications for the quality of local democracy. This study uses a descriptive qualitative approach with data collection techniques through in-depth interviews, document studies, and online and print media studies. Data were analyzed using Miles & Huberman's interactive method which included data reduction, data presentation, and conclusion drawn, and were tested for validity through triangulation of sources and methods. The results of the study show that even though the Padang Lawas Regional Election was colored by the issue of elite dominance and the discourse of a single candidate, the public still showed high enthusiasm for the democratic process. Public opinion is shaped not only by the propaganda of the political elite, but also through social interaction, mass media, and social media. Public preference for candidates is influenced by the candidates' track record, emotional closeness, and political communication skills. The main conclusion of this study is that public opinion serves as a corrective mechanism for local political dynamics as well as a determinant of candidate legitimacy. Public opinion surveys are an important instrument to maintain a balance between the interests of the political elite and the aspirations of the community, so that the quality

of democracy in Padang Lawas is highly dependent on the extent to which public opinion can be freely expressed and used as the main reference in the Regional Elections.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis opini publik dalam Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) Kabupaten Padang Lawas tahun 2024, khususnya terkait isu dominasi partai politik, potensi calon tunggal, dan dugaan penjegalan calon. Fokus utama diarahkan pada bagaimana persepsi masyarakat terbentuk terhadap pasangan calon bupati dan wakil bupati serta implikasinya terhadap kualitas demokrasi lokal. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam, studi dokumen, serta telaah media daring dan cetak. Data dianalisis dengan metode interaktif Miles & Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan, serta diuji keabsahannya melalui triangulasi sumber dan metode. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun Pilkada Padang Lawas diwarnai isu dominasi elit dan wacana calon tunggal, masyarakat tetap menunjukkan antusiasme tinggi terhadap proses demokrasi. Opini publik terbentuk tidak hanya oleh propaganda elit politik, melainkan juga melalui interaksi sosial, media massa, dan media sosial. Preferensi masyarakat terhadap kandidat dipengaruhi oleh rekam jejak, kedekatan emosional, serta kemampuan komunikasi politik para calon. Kesimpulan utama penelitian ini adalah bahwa opini publik berfungsi sebagai mekanisme korektif bagi dinamika politik lokal sekaligus penentu legitimasi kandidat. Survei opini publik menjadi instrumen penting untuk menjaga keseimbangan antara kepentingan elit politik dan aspirasi masyarakat, sehingga kualitas demokrasi di Padang Lawas sangat bergantung pada sejauh mana opini publik dapat diekspresikan secara bebas dan dijadikan rujukan utama dalam Pilkada.

PENDAHULUAN

Undang-Undang Dasar 1945 merupakan konstitusi tertinggi di Indonesia yang menegaskan bahwa negara menganut prinsip kedaulatan rakyat dan negara hukum. Dalam sistem negara hukum, hukum menempati posisi tertinggi dan menjadi dasar dari setiap tindakan negara, sementara dalam konsep kedaulatan rakyat, rakyat ditempatkan sebagai pemegang kekuasaan tertinggi yang kemudian diwujudkan dalam sistem demokrasi (Siby, 2021; Joko Sasmito, 2018). Oleh karena itu, salah satu ciri penting

negara hukum adalah adanya pemerintahan yang demokratis berbasis kedaulatan rakyat.

Demokrasi Indonesia menjamin keterlibatan masyarakat dalam mengawasi jalannya pemerintahan dan menyalurkan pendapat, sebagaimana dijamin dalam Pasal 28 UUD 1945. Salah satu perwujudannya adalah pemilihan umum (pemilu), yang memberikan hak kepada rakyat untuk memilih wakil serta pemimpin mereka. Pemilu, termasuk pemilihan kepala daerah (Pilkada), menjadi sarana demokratis untuk memastikan adanya sirkulasi kekuasaan yang damai, teratur, dan sesuai konstitusi.

Dalam kondisi ideal, Pilkada seharusnya menjadi momentum rakyat untuk menentukan pemimpin terbaik yang mampu membawa kemajuan daerah. Pemilu juga diharapkan berlangsung secara langsung, jujur, adil, transparan, dan partisipatif. Sejak penerapan Pilkada langsung pasca Perppu No. 1/2014 yang menggantikan UU No. 22/2014, partisipasi rakyat dianggap sebagai elemen penting yang memperkuat legitimasi demokrasi di tingkat lokal (Syarif & Prabowo, 2014).

Selain itu, opini publik berperan penting dalam menentukan arah demokrasi. Opini publik tidak hanya mencerminkan preferensi masyarakat, tetapi juga menjadi panduan bagi pemerintah dalam merumuskan kebijakan (Suwardi & Haryanto, 2017). Media massa, baik cetak maupun elektronik, berperan besar dalam membentuk opini publik, terutama terkait isu politik dan pemilu (Thaufan, 2014).

Dalam konteks Pilkada serentak 2024, Kabupaten Padang Lawas menjadi salah satu daerah yang menarik perhatian. Pilkada ini menghadirkan kontestasi antara pasangan Ahmad Zarnawi Pasaribu (AZP)–M. Ifdal Hasayangan Harahap dengan pasangan Putra Mahkota Alam (PMA)–Ahmad Fauzan Nasution (AFN). Ahmad Zarnawi Pasaribu, sebagai calon petahana sekaligus Ketua DPC Partai Gerindra Palas, dikenal memiliki basis dukungan kuat di masyarakat (Siregar, 2024). Namun, dinamika politik di Padang Lawas tidak lepas dari kontroversi. Muncul isu bahwa pasangan PMA–AFN

“menjegalkan” kompetitor dengan menguasai sebagian besar partai politik di DPRD Palas. Bahkan, sempat beredar kabar bahwa hampir seluruh partai besar mendukung pasangan ini, sehingga menimbulkan kekhawatiran akan munculnya calon tunggal atau kotak kosong (Imron Harahap, 2024). Meskipun kemudian klarifikasi muncul bahwa AZP tetap mencalonkan diri, kondisi ini menimbulkan ketegangan politik dan spekulasi publik.

Situasi ini mencerminkan adanya kesenjangan antara kondisi ideal demokrasi—yaitu partisipasi rakyat dalam menentukan pemimpin secara terbuka—dengan kenyataan politik lokal yang penuh dengan tarik-menarik kepentingan elit. Untuk menjaga kualitas demokrasi, penting dilakukan survei opini publik dan polling yang objektif. Survei opini publik dapat menjadi sarana untuk menangkap aspirasi masyarakat terkait calon kepala daerah, sekaligus mengukur persepsi publik terhadap isu-isu politik yang berkembang. Dengan demikian, keputusan yang diambil masyarakat dalam Pilkada dapat lebih rasional dan berbasis informasi, bukan semata hasil dari propaganda elit politik.

Sejumlah penelitian sebelumnya menyoroti berbagai aspek Pilkada. Susanto (2013) membahas pentingnya demokratisasi faktual melalui pemilu. Thaufan (2014) meneliti bagaimana representasi politik dan opini publik memengaruhi pemilih melalui media. Devit & Ridwan (2023) menekankan peran framing media dalam memengaruhi persepsi publik terhadap kandidat. Penelitian lain juga menyoroti fenomena calon tunggal atau kotak kosong (Suyatno, 2016; Kurniawan, 2019) serta strategi komunikasi politik untuk memenangkan Pilkada (Triwicaksono & Nugroho, 2021). Namun, penelitian-penelitian tersebut belum banyak mengkaji opini publik dalam konteks isu “penjegalan” calon melalui dominasi partai politik di tingkat lokal. Dengan demikian, terdapat celah penelitian untuk melihat bagaimana opini publik terbentuk dalam kasus Pilkada Padang Lawas 2024.

Pemilihan kepala daerah merupakan instrumen utama demokrasi lokal yang seharusnya memberi ruang seluas-luasnya bagi rakyat untuk menentukan pemimpinnya. Namun, dinamika politik di Kabupaten Padang Lawas menjelang Pilkada 2024 menunjukkan adanya ketegangan antara idealitas demokrasi dan praktik politik. Isu penjegalan calon melalui dominasi partai politik, potensi calon tunggal, serta polarisasi dukungan publik menimbulkan pertanyaan mengenai sejauh mana opini publik terbentuk secara rasional. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk mengkaji persepsi masyarakat, memetakan opini publik, dan menilai dampaknya terhadap kualitas demokrasi lokal di Padang Lawas.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis opini publik dan polling masyarakat terkait pasangan calon Bupati dan Wakil Bupati Kabupaten Padang Lawas 2024–2029. Secara khusus, penelitian ini ingin memahami persepsi masyarakat terhadap isu politik lokal, terutama dugaan penjegalan calon oleh koalisi partai, serta menilai sejauh mana opini publik berpengaruh terhadap dinamika politik di daerah.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, karena berfokus pada pemahaman mendalam mengenai opini publik dalam kontestasi Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) Kabupaten Padang Lawas tahun 2024. Pendekatan kualitatif dipilih untuk menggali makna, persepsi, serta pandangan masyarakat terhadap calon bupati dan wakil bupati, khususnya dalam konteks isu dominasi partai politik, potensi calon tunggal, dan dugaan penjegalan politik (Lexy J. Moleong, 2010). Penelitian dilakukan di Kabupaten Padang Lawas, Sumatera Utara, dengan fokus pada masyarakat di beberapa kecamatan strategis, media lokal (online dan cetak), serta tokoh masyarakat yang aktif dalam diskursus politik lokal. Subjek penelitian adalah masyarakat pemilih, pendukung pasangan calon, serta pihak-pihak yang secara aktif membentuk opini publik.

Data diperoleh dari dua sumber, Data primer, melalui wawancara mendalam dengan informan (pemilih, tokoh adat, tokoh masyarakat, dan pendukung calon bupati/wakil bupati). Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur agar informan leluasa mengungkapkan pandangannya. Data sekunder, berupa dokumen, berita media online, hasil survei opini publik, arsip kebijakan, dan publikasi ilmiah terkait Pilkada. Analisis dilakukan dengan metode analisis interaktif Miles & Huberman (1994), yang meliputi: Reduksi data (memilih, merangkum, dan memfokuskan data penting), Penyajian data (membuat narasi, tabel, dan kategori tematik), Penarikan kesimpulan/verifikasi (mencari pola, tema, dan makna dari data). Keabsahan data dijamin dengan teknik triangulasi sumber dan metode, yakni membandingkan data hasil wawancara, dokumen, serta pemberitaan media untuk memastikan konsistensi dan reliabilitas temuan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Opini Publik

Cutlip dan Center dalam buku Olli dan Erlita mendefinisikan bahwa opini sebagai pernyataan yang mengekspresikan sudut pandang tentang hal-hal tertentu yang diperdebatkan (Olli & Erlita, 2011). Opini pada dasarnya berasal dari kata bahasa Inggris *opinion*, yang menunjukkan reaksi atau sudut pandang terhadap apa pun yang dapat dikomunikasikan secara lisan atau tertulis. Oleh karena itu, ada individu yang merasa lebih nyaman untuk membagikan pemikiran mereka secara tertulis, sementara yang lain lebih suka mengekspresikan keyakinan mereka secara lisan. Memiliki pendapat menunjukkan bahwa kita memiliki perspektif tentang dunia dan bagaimana kita memandang dan memahaminya (Badriyah, 2021).

Opini atau Pendapat dapat dikomunikasikan secara aktif dan pasif, secara verbal (lisan), dan terbuka dengan menggunakan kata-kata yang mudah dimengerti, atau secara diam-diam dengan menggunakan pilihan kata yang halus yang dapat ditafsirkan

baik secara personal maupun konotatif. Perilaku, sikap, bahasa tubuh, ekspresi wajah, dan simbol-simbol tertulis dapat digunakan untuk menyampaikan pendapat.

Apakah suatu pendapat merupakan pendapat yang setuju atau tidak setuju dengan sesuatu, tergantung pada sudut pandang yang digunakan untuk mengungkapkannya. Setiap orang tidak selalu memiliki pendapat yang sama, oleh karena itu variasi sudut pandang ini adalah hal yang wajar. Agar percakapan tidak berubah menjadi perdebatan atau kekerasan, kita harus saling menghormati sudut pandang satu sama lain.

Ketika mengungkapkan pendapat secara tertulis, sangat penting untuk diingat bahwa semua yang dikatakan mewakili sudut pandang penulis; dengan demikian, keakuratan pendapat tersebut tidak dapat dijamin. Selain itu, keyakinan seseorang atau pendapat yang mereka ungkapkan dapat berubah sesuai dengan keadaan dan emosi yang mereka alami. Inilah alasan mengapa terkadang kita menyaksikan seseorang yang pendapatnya dapat berubah tidak hanya dalam beberapa hari tetapi juga dalam beberapa jam saja.

Beberapa orang percaya bahwa pendapat yang beralasan harus menyertakan data atau fakta dari subjek yang relevan untuk mendukung sudut pandang, baik secara lisan maupun tertulis. Ketika sebuah opini didukung oleh bukti, opini tersebut menjadi lebih kuat dan kredibel, sehingga memudahkan orang lain untuk menerima atau memperhatikan apa yang Anda katakan. Sebuah opini dapat dianggap lemah dan diabaikan oleh orang lain jika tidak didukung oleh fakta dan data. Selain itu, orang lebih cenderung membaca atau mendengarkan pendapat orang lain jika pendapatnya lemah. Oleh karena itu, tanggapan, pengetahuan, dan perspektif seseorang mengenai suatu peristiwa yang telah, sedang, atau belum terjadi dan didukung oleh fakta atau data disebut sebagai opini. Seseorang dapat menyuarakan pendapatnya secara lisan maupun

tertulis. Oleh karena itu, baik membaca maupun mendengarkan pendapat, kita harus berhati-hati dan teliti.

Menurut R.P. Abelson dalam buku *Ruslan Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations* menyatakan bahwa sulit untuk memahami sudut pandang orang lain karena sangat erat kaitannya dengan (Ruslan, 2021): Keyakinan tentang sesuatu; Perasaannya yang sebenarnya atau bagaimana perasaan itu terwujud sebagai sebuah sikap; Persepsi, proses pemberian makna, adalah hasil dari berbagai elemen, termasuk: Latar belakang budaya, kebiasaan, dan adat istiadat seseorang atau Masyarakat, Opini atau sudut pandang yang didasarkan pada pengalaman individu atau kelompok sebelumnya, Nilai-nilai yang diterima (nilai-nilai sosial yang berlaku atau nilai-nilai moral, etika, dan agama), Opini dan berita yang membentuk dan kemudian berdampak pada keyakinan seseorang. Opini publik dapat dibentuk oleh berita yang telah dipublikasikan.

Kata “publik” dalam bahasa Inggris (*public, society, state*) adalah akar dari kata “masyarakat”. Publik terdiri dari banyak individu yang memiliki keyakinan yang sama tentang apa yang baik dan bermoral, serta harapan, sikap, dan perilaku yang sama berdasarkan persepsi mereka tentang norma dan nilai. Dengan definisi yang terbatas, istilah “publik” menunjuk pada audiens atau kelompok tertentu sebagai penerima yang dituju. Publik adalah sekelompok orang yang memiliki kepedulian dan kepentingan yang sama. Publik berinteraksi secara tidak langsung melalui kontak antar manusia dan saluran komunikasi, serta media seperti surat kabar, radio, televisi, film, dan rumor. Teknik-teknik komunikasi ini memungkinkan publik menjangkau khalayak yang lebih luas (Olli & Erlita, 2011). Baik kumpulan kecil maupun besar orang dapat dianggap sebagai publik. Para anggota kelompok biasanya merasakan rasa solidaritas satu sama lain meskipun tidak berada di lokasi geografis yang sama, tidak diatur oleh struktur organisasi yang sebenarnya, dan tidak memiliki interaksi langsung.

Dua istilah “opini publik” adalah opini dan publik. Istilah bahasa Inggris opinion, yang menyiratkan pendapat, adalah asal kata opini. Demikian pula, kata “publik” dipinjam dari kata bahasa Inggris “public”, yang mengacu pada populasi yang lebih luas. Satu frasa dapat dipahami sebagai hubungan masyarakat jika digabungkan dengan frasa lain untuk membentuk frasa tersebut. Di sisi lain, ketika digabungkan untuk membentuk istilah administrasi publik, kata publik mengacu pada negara (Aris, 2021).

Di sisi lain, opini publik akan dianggap sebagai opini umum jika dikompilasi ke dalam bentuk seperti itu. Untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam mengenai opini publik, perlu diperjelas definisi istilah opini dan umum, serta publik dan umum dari sudut pandang ilmu komunikasi. Opini publik didefinisikan dalam berbagai cara dalam bidang ilmu sosial.

Opini publik, menurut Bernard Berelson, didefinisikan oleh ilmu komunikasi sebagai pengetahuan yang dimiliki bersama dan yang membentuk sikap, memutuskan isu-isu sosial, dan diartikulasikan secara terbuka (Tosepu, 2017). Kepedulian dalam masyarakat dibentuk oleh sikap, yang diekspresikan secara terbuka. Wacana tentang subjek tertentu yang, ketika disampaikan kepada audiens tertentu dengan cara tertentu, akan menghasilkan hasil tertentu dikenal sebagai opini publik.

Menurut Frazier Moore, keyakinan kolektif suatu kelompok atas suatu hal yang diperdebatkan yang menyangkut kepentingan publik diekspresikan melalui opini public (Tosepu, 2017). Opini publik memiliki atribut-atribut berikut ini: Landasannya adalah fakta, bukan puitis; Opini publik bisa jadi merupakan respons ekspresif terhadap suatu isu tertentu; Diputuskan untuk memperbaiki masalah tersebut; Dapat dipasangkan dengan keuntungan pribadi; Hanya pendapat sebagian besar orang dalam suatu masyarakat yang dapat dianggap sebagai opini public; Tanggapan dimungkinkan oleh opini public; Partisipasi publik terbatas pada kepentingan mereka, terutama yang terancam; Memungkinkan sudut pandang yang berlawanan.

Komunikasi Politik Dapat Membentuk Opini Publik Calon Bupati dan Wakil Bupati Palas

Komunikasi politik telah menghadapi beberapa kesulitan dalam sepuluh tahun terakhir, terutama dalam mengatasi kesenjangan yang semakin besar antara para pemimpin politik terpilih dan konstituen mereka (Solito & Sorrentino, 2018). Dalam rangka menginformasikan pengambilan keputusan pemerintah daerah, situasi ini membutuhkan penciptaan strategi komunikasi politik yang lebih dari sekadar kampanye pemasaran politik dan mencakup dialog publik yang berkesinambungan (Kariryaa et al., 2022). Pemerintah pusat tidak lagi memiliki otoritas penuh atas daerah, namun justru diberikan otonomi yang besar. Selain presiden dan wakil presiden, pemimpin daerah seperti walikota, gubernur, dan wakil gubernur juga dipilih (Sufianto, 2020).

Pemilihan Kepala Daerah (PILKADA) dengan calon tunggal merupakan salah satu peristiwa penting di Indonesia pada era reformasi (Suyatno, 2016). Konon, Padang Lawas (Palas) memiliki kotak suara kosong. Jika Ahmad Zarnawi Pasaribu dan Ifdal H. Harahap (Adil) tidak mencalonkan diri dalam Pilkada Palas, maka masyarakat akan menderita (Imron Harahap, 2024). Pengusungan calon Bupati dan Wakil Bupati oleh hampir semua partai politik yang memiliki kursi di DPRD Kabupaten Padang Lawas-khususnya oleh Putra Mahkota Alam Hasibuan (PMA) dan H Achmad Fauzan Nasution (AFN) menjadi penyebabnya.

Sejumlah media cetak dan online telah melaporkan kesepakatan yang telah ditandatangani oleh koalisi PMA-AFN dengan berbagai kelompok politik. Partai Demokrat, Partai Hanura, PPP, PKS, PKB, PDIP, dan Partai Amanat Nasional (PAN) merupakan beberapa partai yang memiliki kursi di DPRD Palas. Namun, pernyataan ini ternyata tidak benar. Ahmad Zarnawi Pasaribu (AZP), putra asli daerah Sosa dan ketua DPC Partai Gerindra Kabupaten Padang Lawas (Palas), mengumumkan rencananya untuk mencalonkan diri sebagai Bupati Palas pada Pilkada 2024-2029, demikian laporan Wartamandailing.com.

Rumus komunikasi massa yang dikembangkan oleh Harold Lasswell, “siapa mengatakan apa melalui saluran apa kepada siapa dengan efek apa?” memungkinkan kita untuk membuat kesimpulan tentang strategi komunikasi yang digunakan untuk mempengaruhi opini publik tentang isu-isu politik. Pesan politik, cara penyampaiannya, audiens yang dituju, media, dan dampak keseluruhan semuanya memiliki dampak yang signifikan terhadap opini publik. Opini publik akan dibentuk oleh komunikasi politik yang berhasil diterapkan dan mengkomunikasikan pesan-pesan politik secara efektif. Cara pandang individu masyarakat terhadap isu politik yang sedang terjadi kemudian akan dipengaruhi oleh opini publik yang telah terbentuk.

Opini Publik Mempengaruhi Penggunaan Strategis Komunikasi Politik Calon Bupati dan Wakil Bupati Palas

Peran strategis media dalam mempengaruhi opini publik pada masa pemilihan kepala daerah, gubernur, dan peristiwa politik lainnya tidak dapat dilepaskan dari perencanaan komunikasi dan aktivitas politik. Dalam praktik demokrasi dan era perdebatan di Indonesia, strategi politik mengharuskan media massa untuk tidak hanya membentuk agenda publik dan menghasilkan realitas politik baru, tetapi juga mendorong perkembangan pemikiran media (Thaufan, 2014) .

Interaksi antara *viewers* dan media massa telah berevolusi sebagai hasil dari kemajuan teknologi informasi. Khalayak bukanlah objek yang diam, melainkan manusia yang aktif. Sudut pandang radikal dari teori audiens aktif telah menempatkan penekanan kuat pada bagaimana *viewers* berinteraksi dengan media. Selain itu, ketika membuat siaran tentang kampanye dan opini publik, misalnya, khalayak memiliki kekuatan untuk mengintimidasi pelaku media (Dianto, 2022).

Kampanye berasal dari kata “*champaign*” dalam bahasa Inggris (Liebhart & Bernhardt, 2017). Kampanye, menurut Bossetta (2018), adalah serangkaian kegiatan komunikasi antarorganisasi yang dimaksudkan untuk secara bertahap memberikan dampak tertentu pada sebagian besar khalayak sasaran. Salah satu tujuan dari upaya

komunikasi politik selama proses pemilihan umum adalah kampanye politik. Sebagai contoh, pemilihan presiden dan kepala daerah memiliki peraturannya sendiri, termasuk jadwal, prosedur, pengawasan, dan sanksi untuk pelanggaran (Kreiss & McGregor, 2018).

Beberapa fitur komunikasi politik dapat digunakan untuk mengamati komunikasi politik di Indonesia, termasuk retorika, pidato, dan penyebaran tema-tema politik melalui kampanye di depan umum dan kelompok-kelompok kecil (Susanto, 2013). Juru kampanye juga dikenal sebagai jurkam, dan mereka diwajibkan untuk mendaftarkan diri ke KPU sebagai komunikator politik (Rahyadi & Aras, 2020). Untuk mencapai tujuan pragmatis dalam membentuk identitas politik dan mempengaruhi, membentuk, dan menumbuhkan opini publik yang positif, juru kampanye dalam hal ini bertanggung jawab untuk mengembangkan konsep, topik, dan strategi kampanye (Chester & Montgomery, 2019). Juru kampanye dan pencapaiannya Direkomendasikan agar tim membuat rencana pemasaran untuk platform online dan offline (Chester & Montgomery, 2017). Dengan menggunakan media dan teknologi baru yang sering digunakan oleh para pemain politik, kampanye media sosial Pilkada untuk kandidat Bupati dan Wakil Bupati adalah contoh pertama bagaimana saluran kampanye tradisional dapat ditransformasikan ke dalam bentuk yang baru dan lebih kreatif. Salah satu platform berbasis web yang mengedepankan interaksi pengguna adalah media sosial. Pengguna dapat membuat konten pesan, berbagi informasi, dan mendistribusikan konten pada profil jejaring sosial (Omotayo & Folorunso, 2020). Selain itu, media sosial menyediakan platform komunikasi berbasis komunitas untuk tim sukses. Lebih khusus lagi, media sosial menyediakan sarana yang lebih imajinatif untuk menyebarkan pengetahuan, memungkinkan kolaborasi untuk menghasilkan sesuatu yang mirip dengan tulisan visual dan audiovisual yang ditemukan di Facebook. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, komunikasi politik dan opini publik saling terkait. Opini publik dipengaruhi oleh komunikasi politik, dan penggunaan strategi komunikasi

politik oleh komunikator politik dipengaruhi oleh opini publik. Cara yang paling efektif untuk mempengaruhi opini publik tentang informasi politik mengenai calon bupati dan wakil bupati Palas adalah melalui media sosial. Media sosial dipandang sebagai instrumen yang ampuh untuk mempengaruhi opini publik, di samping pertumbuhan komunikasi online.

Opini Publik Dapat Mengubah Jalan atau Arah Politik Calon Bupati dan Wakil Bupati Palas

Ide dan opini politik seseorang sangat dipengaruhi oleh opini publik. Opini publik yang terbentuk atas isu-isu sosial politik akan berdampak pada proses politik yang sedang berlangsung. Ada tujuan tertentu di balik komunikasi politik. Perpecahan politik dalam masyarakat Indonesia semakin meningkat menjelang pemilu 2024. Masyarakat terpecah menjadi dua kelompok sebagai akibat dari polarisasi ini: kelompok pro-AZP dan anti-AZP. Berbagai inisiatif yang diambil oleh kedua belah pihak juga berkontribusi terhadap perpecahan ini. Organisasi anti-ZP, “Salam Perubahan” dan “ADIL Lanjutkan” Tetap AZP, adalah dua di antaranya; mereka berdua sangat aktif berdiskusi dan menyebarkan berita di Facebook Komunitas Warga Padang Lawas (KOWAR PALAS). Hal ini menunjukkan bahwa perpecahan politik di media sosial semakin melebar menjelang pemilu 2024. Meskipun masing-masing kelompok mendukung kandidat yang mereka dukung, mereka memiliki pendapat yang berbeda tentang kandidat bupati dan wakil bupati yang tidak mereka dukung.

Opini publik memiliki pengaruh besar dalam kehidupan politik, dan ketika komunikasi politik berhasil mempengaruhi opini publik untuk mendukung hasil yang diinginkan, maka dapat dikatakan bahwa mayoritas mendukung kepentingan politik yang terkait dengan posisi tertentu. Taktik ini dapat digunakan untuk menyelaraskan politik dengan perubahan opini publik.

Opini Publik Dapat Mempengaruhi Kekuatan Elit Politik Calon Bupati dan Wakil Bupati Palas

Untuk menciptakan isu-isu yang dapat meningkatkan posisi mereka di dalam partai, para pemimpin politik sering kali menggunakan kekuasaan mereka untuk mempengaruhi opini publik. Misalnya, dengan meningkatkan kesan publik terhadap elit politik tertentu atau dengan mempengaruhi opini publik, yang mungkin mendukung sudut pandang politik tertentu. Hal ini akan berdampak pada opini publik, yang pada gilirannya akan berdampak pada pengaruh kelas politik yang bersangkutan.

Analisis juga berfokus pada bagaimana media massa membentuk opini publik. Para elit politik sering menggunakan media massa sebagai alat untuk meningkatkan reputasi mereka, menyebarkan narasi politik, dan mempengaruhi opini publik. Namun, media massa juga dapat berfungsi sebagai platform untuk pertarungan kekuasaan antara berbagai kepentingan politik dan elit. Dalam upaya memenangkan pilkada, kontrol atas media dan narasi politik yang disajikannya menjadi sangat penting (Naharuddin & Culla, n.d.).

Semakin banyak partai politik yang mendukung pasangan calon bupati dan wakil bupati Padang Lawas nomor urut 01 PMA-AFN dan nomor urut 02 AZP-Ifdal akan meningkatkan kemungkinan para elit politik untuk terlibat dengan mereka. Menurut Lasswell, menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut ini dapat meningkatkan pemahaman tentang komunikasi: Siapa yang Mengatakan Apa, Bagaimana Prosesnya, dan Apa yang Akhirnya Terjadi?.

Pemberitaan media lokal dan media sosial mengenai pemilihan Bupati dan Wakil Bupati Palas tahun 2024 berlangsung sangat meriah. Masyarakat pemilih, elit politik, dan media saling berinteraksi. Tanpa partisipasi media, proses politik akan terasa suram dan lambat. Dengan memuat agenda dan profil kandidat, media massa lokal dan media sosial, sampai batas tertentu, telah berkontribusi pada penyebaran berbagai pesan secara demokratis, pembentukan opini publik, dan pengembangan ruang publik yang

demokratis di sekitar liputan pilkada. Pentingnya media lokal sebagai pilar keempat demokrasi telah ditegaskan kembali.

Opini Publik Dapat Menimbulkan Kontroversi Politik

Opini publik dapat mendukung para elit politik yang sedang “berperang” di ranah politik dengan mempengaruhi suara mayoritas dan memicu perdebatan. Dalam debat pertama calon bupati dan wakil bupati Palas pada tanggal 2 November 2024, pasangan yang menempati peringkat teratas, Putra Mahkota Alam Hasibuan dan Achmad Fauzan Nasution (PMA-AFN), memamerkan kemampuan dan kinerja mereka, menurut berita yang disediakan oleh Berita Harian Sore. Oleh karena itu, mereka akan menjabat dari tahun 2024 hingga 2029. Pada hari Minggu, 11 Maret 2024, Ansor Harahap, direktur Lingkar Studi Pembangunan Sumatera Utara (LSP Sumut), menyampaikan informasi tersebut melalui telepon genggamnya (Wakid, 2024).

Diskusi-diskusi ini memiliki kekuatan untuk mempengaruhi pemilih untuk memilih Paslon PMA-AFN sebagai bupati dan wakil bupati Palas, klaim Ansor Harahap. Dengan berfokus pada pekerjaan nyata yang dilakukan daerah untuk menyelesaikan masalahnya sendiri dan bekerja menuju kemandirian daerah yang lebih besar, menangani masalah dengan cara yang sesuai dengan kewenangan dan persyaratan kemampuan daerah, dan menawarkan visi dan misi yang lebih menyeluruh dan berbeda, PMA-AFN dapat memaksimalkan waktunya. Seperti yang telah kita lihat, Paslon 02 cenderung mengizinkan ketergantungan daerah pada pemerintah pusat untuk pendanaan dan tidak memiliki kapasitas untuk menganalisis tujuan yang akan menjadi dasar rencana kerja pemerintah jika terpilih (Wakid, 2024). Dalam hal informasi pembangunan infrastruktur, Paslon 02 dianggap kurang jujur dan akurat jika dibandingkan dengan kinerja pemerintah kabupaten dan capaian pembangunan provinsi, seperti pembangunan jalan provinsi sepanjang +- 35 kilometer di Palas (Wakid, 2024).

Selain itu, calon nomor urut satu ini memiliki dedikasi yang tinggi untuk meningkatkan produktivitas ASN Palas dan pelayanan publik. Termasuk menyelesaikan dan mengatasi keterlambatan hak-hak ASN dan honorer. Sementara itu, Paslon nomor urut 02 yang sedang memimpin kurang memiliki kemauan politik untuk menata birokrasi. Di antaranya adalah pembentukan ASN yang produktif untuk penyediaan layanan publik dalam berbagai kebutuhan pelayanan, yang diperparah dengan tidak terpenuhinya hak-hak sejumlah ASN Palas. Ansor mengklaim bahwa Paslon nomor urut 01 lebih luwes dalam mengikuti tren perkembangan teknologi informasi, seperti yang ditunjukkan oleh rencana program pengembangan aplikasi Palas Maju untuk menjangkau dan mendekatkan keterbukaan informasi kinerja pemerintah dan pelayanan publik. Aplikasi yang multiguna dan mudah digunakan merupakan ikhtiar teknologi yang krusial untuk kemajuan daerah. Selain itu, PMA-AFN memiliki komitmen yang patut diupayakan untuk mempercepat pertumbuhan di berbagai bidang, berbeda dengan Paslon 02 yang kurang menunjukkan kemampuannya dalam memajukan Palas (Wakid, 2024). Opini publik dapat mempengaruhi opini publik untuk menyimpang dari keyakinan politik individu yang saat ini memegang atau pernah memegang posisi otoritas.

Polling (Jajak Pendapat) dan Hasil Pemilihan

Suatu masalah atau isu yang telah membentuk opini publik adalah isu publik. Oleh karena itu, sebuah masalah dapat dianggap publik jika telah dipublikasikan, terlepas dari apakah masalah tersebut masih tersembunyi (laten) atau telah diekspresikan secara verbal (manifest). Dengan demikian, jajak pendapat dapat digunakan sebagai alat untuk melakukan survei tentang topik apa pun, termasuk sosial budaya, politik, ekonomi, dan agama (Tosepu, 2017). Jajak pendapat adalah survei yang menggunakan teknik pengambilan sampel untuk mengumpulkan pendapat atau keyakinan. Jajak pendapat biasanya meminta sampel kecil orang yang dianggap

mewakili publik untuk menentukan apa yang dipercayai oleh populasi. Kelompok yang lebih besar kemudian digambarkan dengan menggabungkan tanggapan.

Jajak pendapat adalah pendekatan metodis, dapat dipercaya, dan ilmiah untuk mengumpulkan data dari sampel orang untuk mengekstrapolasi temuan ke kelompok yang lebih besar atau populasi tempat sampel diambil. Menurut Cellinda, polling terdiri dari empat komponen penting: Cara sistematis, ilmiah, terpercaya; Pengumpulan Informasi; Sampel Orang; Generalisasi.

Perusahaan-perusahaan jajak pendapat sekali lagi menjadi lebih tertarik dan fokus untuk mendapatkan data survei. Saat ini, fondasi dari setiap pemilihan umum adalah jajak pendapat. Dalam beberapa tahun terakhir, banyak perusahaan polling yang berkembang, termasuk Pollingkita.com. Sebelum calon Bupati dan Wakil Bupati didaftarkan oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU), Pollingkita.com fokus pada empat calon Bupati. Sarmadan Hasibuan mendapatkan 30 suara, Ahmad Zarnawi Pasaribu mendapatkan 28 suara, Putra Mahkota Alam mendapatkan 115 suara, dan Ilman Taufik Hasibuan mendapatkan 10 suara (Pilihan Kita Bupati Padang Lawas Periode 2024-2029 ?, 2024).

Menjelang pemilihan kepala daerah (Pilkada) Kabupaten Padang Lawas (Palas), ada kecurigaan bahwa tidak ada lawan yang akan dipilih dari kotak suara. Hampir semua partai politik yang memiliki kursi di DPRD Kabupaten Padang Lawas mengukung Putra Mahkota Alam Hasibuan (PMA) sebagai calon bupati dan H Achmad Fauzan Nasution (AFN) sebagai calon wakil bupati. Namun, pernyataan ini ternyata tidak benar. Ahmad Zarnawi Pasaribu (AZP), putra asli daerah Sosa dan ketua DPC Partai Gerindra Kabupaten Padang Lawas (Palas), mengumumkan rencananya untuk mencalonkan diri sebagai Bupati Palas pada Pilkada 2024-2029, demikian laporan Wartamandailing.com.

Hasil polling tersebut kurang akurat memprediksi tentang pencalonan Bupati Padang Lawas, ternyata bakal calon Sarmadan Hasibuan dan Ilman Taufik Hasibuan tidak

mencalonkan dirinya sebagai calon Bupati Padang Lawas Periode 2024-2029, yang isu sebelumnya Sarmadan Hasibuan akan menggandeng Mhd. Ifdal Hasayangan Harahap sebagai Wakilnya, yang sekarang berpasangan dengan calon Bupati Ahmad Zarnawi Pasaribu.

Pada Pilkada Serentak yang dilaksanakan pada tanggal 27 November 2024, ada dua kandidat yang mencalonkan di kabupaten Padang Lawas. Paslon nomor urut 01 PMA-AFN dan Paslon 02 AZP-IFDAL. Semangat “Perubahan” terus menggema pada paslon 01 PMA-AFN. Dukungan terhadap paslon 02 AZP-IFDAL juga tidak kalah dengan semangat “Lanjutkan” visi ADIL (Padang Lawas Adil, Maju dan Bercahaya).

Menurut pollingkita.com, Paslon PMA-AFN memperoleh suara terbanyak (115) sebelum Komisi Pemilihan Umum (KPU) mendaftarkan calon Bupati dan Wakil Bupati. Jajak pendapat dan survei lapangan memberikan hasil yang dapat dipercaya. Kedua pasangan calon Bupati dan Wakil Bupati unggul, berdasarkan hasil penghitungan suara sementara Pilkada Padang Lawas. Berdasarkan jumlah suara sah, pasangan nomor urut 02, AZP-Ifdal, lebih unggul dibandingkan pasangan nomor urut 01, PMA-AFN. Dari 176.499 suara DPT, pasangan nomor urut 01, PMA-AFN, memperoleh 56.969 suara sah, menurut data dari [Mataperistiwa.id](https://mataperistiwa.id). AZP-Ifdal berada di posisi kedua dengan 29.279 suara (Aswin, 2024). Berdasarkan Keputusan KPU Padang Lawas Nomor 82 Tahun 2024, tanggal 03 Desember 2024, tentang Penetapan Hasil Pemilihan Bupati dan Wakil Bupati Kabupaten Padang Lawas Tahun 2024, Paslon 01 PMA-AFN dan 02 AZP-IFDAL masing-masing memperoleh 92.716 dan 51.042 suara.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa opini publik memiliki peran sentral dalam membentuk dinamika politik lokal, khususnya dalam Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) Kabupaten Padang Lawas tahun 2024. Idealnya, Pilkada menjadi wadah demokrasi bagi rakyat untuk menentukan pemimpin daerah yang memiliki legitimasi kuat melalui

proses yang terbuka, jujur, dan kompetitif. Namun, hasil penelitian menemukan bahwa praktik politik di Padang Lawas masih diwarnai dengan tarik-menarik kepentingan elit, isu dominasi partai politik, serta wacana calon tunggal yang menimbulkan keraguan publik terhadap kualitas demokrasi. Hasil penelitian menemukan bahwa masyarakat Padang Lawas tetap menunjukkan antusiasme terhadap Pilkada meskipun terdapat indikasi penjegalan calon tertentu. Hal ini membuktikan bahwa opini publik tidak hanya dipengaruhi oleh elit politik, tetapi juga terbentuk dari interaksi sosial, persepsi kolektif, dan informasi yang berkembang melalui media massa maupun media sosial. Dukungan publik terhadap kandidat tertentu lebih banyak didorong oleh faktor kedekatan emosional, rekam jejak kepemimpinan, serta kemampuan membangun komunikasi politik yang efektif. Penelitian ini menegaskan pentingnya survei opini publik sebagai instrumen demokrasi lokal. Survei tidak hanya memotret preferensi pemilih, tetapi juga membantu menjaga keseimbangan antara kepentingan elit politik dan aspirasi masyarakat. Dengan demikian, keberadaan opini publik menjadi mekanisme korektif bagi dinamika politik lokal sekaligus penentu legitimasi kandidat. Penelitian ini menegaskan bahwa kualitas demokrasi di Padang Lawas masih bergantung pada sejauh mana opini publik dapat diekspresikan secara bebas dan dijadikan acuan utama dalam proses Pilkada.

REFERENSI

- Aris. (2021). Pengertian Opini Publik: Unsur, Bentuk, Fungsi, dan Pengaruhnya. *Gramedia Blog*. <https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-opini-publik/>
- Aswin. (2024, November 27). Real Count Pilkada Padang Lawas, PMA-AFN Unggul [MATAPERISTIWA.ID]. *Konten Spesial*. <https://mata-peristiwa.id/real-count-pilkada-padang-lawas-pma-afn-unggul/>
- Badriyah, S. (2021). Pengertian Opini. *Gramedia Blog*. <https://www.gramedia.com/literasi/komunikasi-interpersonal/>

- Chester, J., & Montgomery, K. C. (2017). The role of digital marketing in political campaigns. *Internet Policy Review*, 6(4). <https://doi.org/10.14763/2017.4.773>
- Chester, J., & Montgomery, K. C. (2019). The digital commercialisation of US politics—2020 and beyond. *Internet Policy Review*, 8(4). <https://doi.org/10.14763/2019.4.1443>
- Devit, M., & Ridwan, N. (2023). Dampak Framing Hasil Survey Pemilihan Presiden 2024 Mempengaruhi Persepsi Publik. *Jurnal Kajian Ilmiah*, 23(3), 233–242.
- Dianto, I. (2022). Moderasi Beragama melalui Film Animasi: Peluang dan Tantangan pada Generasi Digital. *NALAR: Jurnal Peradaban dan Pemikiran Islam*, 5(2), 93–108. <https://doi.org/10.23971/njppi.v5i2.2400>
- Imron Harahap. (2024, July 26). Masyarakat Rugi Jika Pasangan Adil Tidak Ikut Bertarung Di Pilkada Palas. *Waspada.id*.
- Joko Sasmito. (2018). *Pengantar Negara Hukum Dan HAM* (1st ed.). Setara Press.
- Kariryaa, A., Rundé, S., Heuer, H., Jungherr, A., & Schöning, J. (2022). The Role of Flag Emoji in Online Political Communication. *Social Science Computer Review*, 40(2), 367–387. <https://doi.org/10.1177/0894439320909085>
- Khusna, I. H. (2016). Opini Publik Cerminan dari Pemerintah dan Kebijakannya. *Khusna, Opini Publik*, 2(1), 120–137.
- Kreiss, D., & McGregor, S. C. (2018). Technology Firms Shape Political Communication: The Work of Microsoft, Facebook, Twitter, and Google With Campaigns During the 2016 U.S. Presidential Cycle. *Political Communication*, 35(2), 155–177. <https://doi.org/10.1080/10584609.2017.1364814>
- Kurniawan, B. (2019). *Fenomena Pasangan Tunggal Dan “Kotak/Kolom Kosong” Pada Pilkada Kota Tangerang*.
- Lexy J. Moleong. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosdakarya.
- Liebhart, K., & Bernhardt, P. (2017). Political Storytelling on Instagram: Key Aspects of Alexander Van der Bellen’s Successful 2016 Presidential Election Campaign. *Media and Communication*, 5(4), 15–25. <https://doi.org/10.17645/mac.v5i4.1062>
- Naharuddin, A., & Culla, A. S. (n.d.). *Analisis Relasi Kekuasaan Elit Dalam Konteks Pemilihan Umum Di Indonesia*.
- Olli, Dra. H., & Erlita, N. (2011). *Opini Publik* (2nd ed.). PT. INDEKS Permata Puri Media.

- Omotayo, F., & Folorunso, M. B. (2020). Use of Social Media for Political Participation by Youths. *JeDEM - eJournal of eDemocracy and Open Government*, 12(1), 132–157. <https://doi.org/10.29379/jedem.v12i1.585>
- Pilihan Kita Bupati Padang Lawas Periode 2024-2029? (n.d.). Retrieved October 21, 2024, from https://pollingkita.com/index.php?mod=poll_result&id=394596
- Rahyadi, I., & Aras, M. (2020). *Donald Digital Marketing: An Exploratory Study of Digital Political Marketing in Trump Presidential Campaign*.
- Ruslan, R. (2021). *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations* (9th ed.). PT. Raja Grafindo Persada.
- Siby, J. J. (2021). *Pemberian Asimilasi Bagi Narapidana di Era Pandemi Covid-19 Ditinjau Dari Peraturan Menteri Hukum Dan Ham Nomor 10 Tahun 2020*. 10(7), 44.
- siregar, W. p. (2024). AZP-IFDAL Bakal Calon Bupati dan Wakil Bupati Palas di Mata Masyarakat. *Warta Mandailing.Com*. https://wartamandailing.com/2024/09/08/azp_ifdal-bakal-calon-bupati-dan-wakil-bupati-palas-di-mata-masyarakat/
- Solito, L., & Sorrentino, C. (2018). Political Communication and Social Change. Political Communication and Challenges in the Digital Age. *Revista ICONO14 Revista Científica de Comunicación y Tecnologías Emergentes*, 16(1), 22–41. <https://doi.org/10.7195/ri14.v16i1.1161>
- Sufianto, D. (2020). Pasang Surut Otonomi Daerah di Indonesia. *Jurnal Academia Praja*, 3(2), 271–288. <https://doi.org/10.36859/jap.v3i2.185>
- Susanto, E. H. (2013). Dinamika Komunikasi Politik Dalam Pemilihan Umum. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 1(2), 163–172.
- Suwardi, & Haryanto, A. T. (2017). Instrumen Survey Pemetaan Politik Pemilihan Umum Kepala Daerah (PILKADA). *ADIWIDYA*, 1(1), 79–88.
- Suyatno, S. (2016). Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) dan Tantangan Demokrasi Lokal di Indonesia. *Politik Indonesia: Indonesian Political Science Review*, 1(2), 212. <https://doi.org/10.15294/jpi.v1i2.6586>
- Syarif, E., & Prabowo, A. R. (2014). *Analisis Pemilihan Kepala Daerah Melalui Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Dalam Sistem Demokrasi Indonesia*.
- Thaufan, M. (2014). Representasi Politik Opini Publik Terhadap Pemilukada Sumatra Barat 2010 Pada Koran Singgalang Dan Program Sumbar Satu. *Jurnal Komunikasi*, 9(1), 33–48. <https://doi.org/10.20885/komunikasi.vol9.iss1.art3>

- Tosepu, Y. A. (2017). *Pendapat Umum dan Jajak Pendapat (Teori, Konsep, dan Aplikasi)* (1st ed.). CV. Jakad Media Publishing.
- Triwicaksono, Y. D. B. B., & Nugroho, A. (2021). Strategi Komunikasi Politik Pemenangan Kepala Daerah. *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi*, 5(1), 133–145. <https://doi.org/10.51544/jlmk.v5i1.2037>
- Wakid, L. (2024, November 3). *Penampilan Debat PMA-AFN Tunjukkan Layak Jadi Bupati Dan Wakil Bupati Palas 2024-2029*. <https://www.beritasore.co.id/sumut/penampilan-debat-pma-afn-tunjukkan-layak-jadi-bupati-dan-wakil-bupati-palas-2024-2029/>