



Research Article

Pengaruh Gaya Kampanye Terhadap Partisipasi Politik Masyarakat Lampung Dalam Pemilihan Kepala Daerah

Abdul Halim¹, Agus Rizki Alfalah², Aisyah Suci Ningrum³, Anggita Aprilia⁴,
Virda Septiani⁵

1. Dosen Program Studi PPKn Universitas Lampung, Indonesia; abdulhalim@fkip.unila.ac.id
2. Universitas Lampung, Indonesia; agusrizkyalfalah@gmail.com
3. Universitas Lampung, Indonesia; aisyahningrum909@gmail.com
4. Universitas Lampung, Indonesia; anggitaapriliao87@gmail.com
5. Universitas Lampung, Indonesia; virdashseptiano33@gmail.com

Copyright © 2025 by Authors, Published by Demagogi: Journal of Social Sciences, Economics and Education. This is an open access article under the CC BY License <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Received : August 17, 2025

Revised : September 13, 2025

Accepted : October 19, 2025

Available online : November 30, 2025

How to Cite: Abdul Halim, Agus Rizki Alfalah, Aisyah Suci Ningrum, Anggita Aprilia, & Virda Septiani. (2025). The Influence of Campaign Style on Political Participation of Lampung Community in Regional Head Elections. *Demagogi: Journal of Social Sciences, Economics and Education*, 3(5), 314-319. <https://doi.org/10.61166/demagogi.v3i5.100>

The Influence of Campaign Style on Political Participation of Lampung Community in Regional Head Elections

Abstract. Community political participation is an important indicator in assessing the quality of democracy, especially in the context of regional head elections (Pilkada). Various campaign strategies have been implemented by regional head candidates to increase voter participation. This study aims to analyze the influence of campaign style on the level of community political participation in Lampung Province. The method used is a descriptive quantitative approach by distributing

questionnaires to 60 respondents from various groups. The results of the study indicate that a campaign style involving direct interaction, the use of social media, and an inclusive approach has a positive influence on political participation. This finding emphasizes the importance of innovation in campaign strategies to reach all levels of society, including young voters and women.

Keywords: Campaign Style, Political Participation, Regional Head Elections, Lampung, Democracy

Abstrak. Partisipasi politik masyarakat merupakan indikator penting dalam menilai kualitas demokrasi, terutama dalam konteks pemilihan kepala daerah (Pilkada). Berbagai strategi kampanye telah diterapkan oleh calon kepala daerah untuk meningkatkan partisipasi pemilih. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh gaya kampanye terhadap tingkat partisipasi politik masyarakat di Provinsi Lampung. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif deskriptif dengan penyebaran kuesioner kepada 60 responden dari berbagai kalangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya kampanye yang melibatkan interaksi langsung, penggunaan media sosial, serta pendekatan inklusif memiliki pengaruh positif terhadap partisipasi politik. Temuan ini menekankan pentingnya inovasi dalam strategi kampanye untuk menjangkau seluruh lapisan masyarakat, termasuk pemilih muda dan perempuan.

Kata kunci: Gaya Kampanye, Partisipasi Politik, Pemilihan Kepala Daerah, Lampung, Demokrasi

PENDAHULUAN

Pemilihan kepala daerah (Pilkada) merupakan salah satu instrumen penting dalam sistem demokrasi Indonesia, yang memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk memilih pemimpin daerah secara langsung. Partisipasi aktif masyarakat dalam Pilkada menjadi indikator keberhasilan demokrasi di tingkat lokal.

Namun, tingkat partisipasi politik masyarakat dalam Pilkada seringkali mengalami fluktuasi. Beberapa faktor yang memengaruhi partisipasi tersebut antara lain adalah tingkat pendidikan politik, kepercayaan terhadap kandidat, serta efektivitas kampanye yang dilakukan oleh para calon kepala daerah.

Gaya kampanye yang digunakan oleh kandidat memiliki peran signifikan dalam memengaruhi keputusan pemilih. Kampanye yang komunikatif dan sesuai dengan karakteristik masyarakat dapat meningkatkan partisipasi politik, sedangkan kampanye yang kurang efektif dapat menurunkan minat masyarakat untuk berpartisipasi dalam Pilkada.

Di Provinsi Lampung, partisipasi politik masyarakat dalam Pilkada menunjukkan dinamika yang menarik. Penelitian oleh Lestari dan Zein (2024) menyoroti pentingnya peran perempuan dalam meningkatkan partisipasi politik, dengan menekankan bahwa keterlibatan perempuan dalam politik dapat memperkuat demokrasi di tingkat lokal.

Selain itu, pelaksanaan Pilkada serentak yang demokratis, damai, dan bermartabat juga menjadi perhatian utama. Arifulloh (2015) mengemukakan bahwa pelaksanaan Pilkada yang baik harus didukung oleh regulasi yang tepat, partai politik yang kompeten, dan penyelenggara pemilu yang independen. (Academia[1])

Pandemi COVID-19 memberikan tantangan tambahan dalam pelaksanaan Pilkada. Sholeha dan Herawati (2024) mencatat bahwa meskipun terdapat peningkatan partisipasi pemilih di Kota Bandar Lampung selama pandemi, masih

diperlukan strategi yang lebih efektif untuk menjaga dan meningkatkan partisipasi politik masyarakat.

Dalam konteks kampanye politik di tengah pandemi, penggunaan media digital menjadi alternatif yang penting. Thaha (2020) dalam penelitiannya menyoroti bagaimana kampanye melalui media sosial, seperti Instagram, dapat memengaruhi partisipasi politik masyarakat, khususnya di kalangan pemilih muda.

Pemilih pemula, terutama dari generasi Z dan milenial, memiliki karakteristik unik dalam partisipasi politik. Wulandari (2024) menekankan pentingnya strategi yang disesuaikan dengan karakteristik pemilih muda untuk meningkatkan partisipasi mereka dalam Pemilu 2024.

Maulida et al. (2022) juga menyoroti bahwa pemilih pemula memiliki posisi strategis dalam Pilkada, namun partisipasi mereka dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk akses informasi dan pendekatan kampanye yang digunakan oleh kandidat.

Sosialisasi yang efektif dapat mencegah praktik politik uang dan kampanye hitam, serta meningkatkan partisipasi politik masyarakat. Simon, Hanum, dan Suardi (2018) menemukan bahwa sosialisasi yang dilakukan secara intensif dapat meningkatkan kesadaran politik masyarakat dan mendorong partisipasi aktif dalam Pilkada.

Kampanye yang dilakukan oleh kandidat harus mampu menjangkau berbagai lapisan masyarakat, termasuk perempuan dan pemilih pemula. Pendekatan yang inklusif dan partisipatif dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap proses demokrasi dan mendorong partisipasi yang lebih luas.

KPU sebagai penyelenggara pemilu memiliki peran strategis dalam meningkatkan partisipasi politik masyarakat. Melalui strategi sosialisasi yang tepat, KPU dapat menjangkau pemilih muda dan kelompok-kelompok masyarakat yang selama ini kurang terlibat dalam proses politik.

Peningkatan partisipasi politik masyarakat dalam Pilkada tidak hanya bergantung pada strategi kampanye kandidat, tetapi juga pada upaya bersama dari berbagai pihak, termasuk partai politik, lembaga penyelenggara pemilu, dan masyarakat sipil.

Dengan memahami faktor-faktor yang memengaruhi partisipasi politik, termasuk gaya kampanye yang digunakan, diharapkan dapat dirumuskan strategi yang efektif untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dalam Pilkada, khususnya di Provinsi Lampung.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh gaya kampanye terhadap partisipasi politik masyarakat Lampung dalam pemilihan kepala daerah, dengan harapan dapat memberikan kontribusi dalam memperkuat demokrasi lokal melalui peningkatan partisipasi politik yang inklusif dan berkelanjutan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif. Metode ini dipilih untuk memperoleh gambaran secara objektif mengenai pengaruh gaya kampanye terhadap tingkat partisipasi politik masyarakat di Provinsi Lampung. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 60 responden yang dipilih secara purposive, mewakili berbagai latar belakang usia, jenis kelamin, dan status sosial.

Data yang diperoleh dianalisis secara statistik deskriptif untuk melihat kecenderungan dan pola-pola hubungan antara variabel gaya kampanye dan partisipasi politik

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan data yang diperoleh melalui wawancara dan observasi lapangan, berikut ini disajikan hasil dan pembahasan penelitian.

Hasil

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menganalisis secara mendalam bagaimana gaya kampanye yang diterapkan oleh para calon kepala daerah memengaruhi tingkat partisipasi politik masyarakat di Provinsi Lampung, khususnya dalam konteks pemilihan kepala daerah (Pilkada). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner kepada 60 responden dari berbagai kalangan usia dan latar belakang sosial. Berdasarkan hasil yang diperoleh, diketahui bahwa gaya kampanye ternyata memainkan peran penting dan memiliki pengaruh yang cukup signifikan dalam membentuk minat dan dorongan masyarakat untuk berpartisipasi dalam proses demokrasi lokal.

Mayoritas responden menyatakan bahwa mereka mengikuti setidaknya satu bentuk kampanye dari calon kepala daerah pada Pilkada terakhir. Dari mereka yang mengikuti kampanye, sebagian besar mengaku bahwa gaya kampanye yang diterapkan oleh calon memengaruhi minat mereka dalam memberikan suara. Hal ini menunjukkan bahwa gaya penyampaian pesan politik bukan hanya sekadar formalitas, tetapi memiliki dampak psikologis dan emosional terhadap pemilih.

Bentuk kampanye yang paling menarik perhatian responden adalah kampanye tatap muka langsung dan kampanye melalui media sosial. Kampanye langsung seperti pertemuan warga, diskusi publik, atau kunjungan ke lingkungan masyarakat dianggap memberikan kesan personal dan memungkinkan pemilih berinteraksi secara langsung dengan calon. Di sisi lain, kampanye melalui platform media sosial seperti Instagram, Facebook, dan TikTok juga terbukti efektif dalam menjangkau generasi muda yang aktif di dunia digital. Keduanya menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang mengutamakan kedekatan emosional dan aksesibilitas sangat dihargai oleh masyarakat.

Meskipun demikian, pendekatan kampanye secara door to door justru dinilai kurang efektif oleh sebagian besar responden. Hal ini bisa jadi disebabkan oleh persepsi bahwa metode ini bersifat terlalu personal atau bahkan mengganggu privasi, serta cenderung dianggap sebagai bagian dari strategi kampanye lama yang tidak lagi relevan di era digital. Sebaliknya, gaya kampanye yang menyampaikan program kerja konkret dan dilakukan secara jujur, sederhana, namun konsisten, justru dipandang lebih meyakinkan dan profesional. Responden mengaku lebih tertarik kepada calon yang mampu menyampaikan rencana kerja yang realistis dan mudah dipahami.

Gaya kampanye yang melibatkan unsur hiburan, seperti pertunjukan musik atau kehadiran artis, juga disebut sebagai faktor yang mampu meningkatkan ketertarikan untuk hadir dalam kegiatan kampanye. Tidak hanya itu, gaya komunikasi calon kepala daerah juga menjadi sorotan penting. Calon yang

berkomunikasi dengan sopan, tegas, atau humoris dinilai memiliki daya tarik tersendiri dan dianggap lebih mampu membangun koneksi dengan masyarakat. Ini menunjukkan bahwa kepribadian calon dan cara mereka berinteraksi memiliki pengaruh kuat terhadap persepsi publik.

Lebih lanjut, sebagian besar responden menyatakan bahwa mereka lebih percaya pada calon yang menyampaikan visi dan misinya secara langsung dibandingkan melalui media. Ini menunjukkan adanya kebutuhan masyarakat untuk mendengar dan menyaksikan sendiri komitmen calon, bukan hanya melalui iklan atau media cetak yang cenderung satu arah. Responden juga menyoroti kejenuhan terhadap gaya kampanye yang monoton dan cenderung hanya mengulang narasi-narasi lama tanpa inovasi. Kejenuhan ini berpotensi menurunkan minat masyarakat untuk mengikuti rangkaian kampanye.

Salah satu temuan penting lainnya adalah bahwa gaya kampanye yang bersifat negatif, seperti menjelekkan lawan politik, secara umum tidak disukai oleh masyarakat. Sebagian besar responden menyatakan bahwa kampanye negatif membuat mereka merasa enggan memilih calon yang bersangkutan. Artinya, masyarakat kini cenderung lebih kritis dan tidak mudah dipengaruhi oleh retorika yang menjatuhkan pihak lain. Mereka lebih menghargai kampanye yang fokus pada gagasan dan solusi, bukan sekadar kompetisi yang penuh konflik.

Menariknya, cukup banyak responden yang mengaku pernah mengajak orang lain untuk ikut memilih setelah mereka merasa terkesan dengan gaya kampanye tertentu. Ini menunjukkan bahwa pengaruh kampanye tidak hanya berhenti pada individu, tetapi juga menyebar ke lingkungan sosialnya. Mereka juga menyatakan bahwa gaya kampanye yang baik dapat meningkatkan kesadaran politik masyarakat sekitar dan mendorong keterlibatan dalam proses demokrasi.

Secara keseluruhan, dapat disimpulkan bahwa masyarakat Lampung cukup responsif terhadap berbagai gaya kampanye yang digunakan oleh calon kepala daerah. Akan tetapi, mereka cenderung lebih mengutamakan substansi dan kejujuran dalam kampanye daripada sekadar visualisasi atau pendekatan personal yang bersifat sementara. Kampanye yang dianggap efektif adalah kampanye yang informatif, inspiratif, dan mengedepankan komunikasi dua arah antara calon dan masyarakat.

KESIMPULAN

Gaya kampanye memiliki pengaruh yang signifikan terhadap partisipasi politik masyarakat Lampung dalam Pilkada. Masyarakat menunjukkan respons yang positif terhadap kampanye yang dilakukan secara langsung maupun melalui media sosial, terutama yang menyampaikan pesan secara jujur, sederhana, dan berbasis program nyata. Kampanye negatif serta pendekatan yang tidak tulus, seperti door to door tanpa substansi, justru mengurangi kepercayaan pemilih. Hal ini menunjukkan bahwa isi dan cara penyampaian pesan politik memainkan peran penting dalam menentukan pilihan Masyarakat Lampung juga menunjukkan penolakan terhadap gaya kampanye negatif yang menyerang lawan politik. Sebaliknya, kampanye yang berfokus pada visi, misi, dan solusi nyata lebih dihargai. Selain meningkatkan partisipasi politik secara individual, gaya kampanye yang positif juga terbukti mampu mendorong penyebaran kesadaran politik di lingkungan sosial pemilih.

DAFTAR PUSTAKA

- Lestari, S., & Zein, K. F. A. (2024). Partisipasi Politik Perempuan Dalam Pemilu Kepala Daerah 2024 Di Provinsi Lampung: Women's Political Participation In The 2024 Elections (Regional Head Elections) In Lampung Province. *Pelita: Jurnal Penelitian Dan Karya Ilmiah*, 24(2), 47-59.
- Umum, D. P. H. Partisipasi Pemilih Dalam Pemilihan Umum Di Provinsi Lampung. Arifulloh, A. (2015). Pelaksanaan Pilkada Serentak Yang Demokratis, Damai Dan Bermartabat. *Jurnal Pembaharuan Hukum*, 3(3), 301-311.
- Sholeha, S. M. A., & Herawati, N. R. (2024). Peningkatan Partisipasi Pemilih Pada Pemilihan Kepala Daerah Di Masa Pandemi Covid-19 2020 Di Kota Bandar Lampung. *Journal Of Politic And Government Studies*, 13(2), 182-202.
- Thaha, I. Kampanye Politik Dan Partisipasi Politik Di Tengah Pandemi Covid-19 (Studi Atas Kampanye Politik Digital Instagram Dan Partisipasi Politik Masyarakat Untuk Pemenangan Pasangan Idris-Imam Dalam Pilkada Tahun 2020 Di Tps 21 Beji, Beji, Depok, Jawa Barat) (Bachelor's Thesis, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Wulandari, R. A. F. (2024). Strategi Komisi Pemilihan Umum (Kpu) Kota Batu Dalam Meningkatkan Partisipasi Politik Pemilih Pemula Pada Pemilu 2024 (Doctoral Dissertation, Universitas Muhammadiyah Malang).
- Maulida, K., Hertanto, H., Kurniawan, R. C., & Warganegara, A. (2022). Menakar Partisipasi Pemilih Pemula Dalam Pemilihan Kepala Daerah Di Masa Pandemi Covid-19. *Perspektif*, 11(1), 286-297.
- Simon, J., Hanum, F., & Suardi, S. (2018). Pengaruh Sosialisasi Terhadap Pencegahan Politik Uang, Kampanye Hitam Dan Peningkatan Partisipasi Politik Masyarakat Pada Pemilihan Kepala Daerah Didesa Bulu Cina. *Jurnal Publik Reform*, 3.
- Arip, G. (2024). Strategi Komisi Pemilihan Umum Pesisir Barat Dalam Meningkatkan Partisipasi Pemilih Pada Pemilu 2024 (Studi Pada Pemilu Kabupaten Pesisir Barat Tahun 2024) (Doctoral Dissertation, Uin Raden Intan Lampung).
- Kaid, L. L. (2004). *Handbook Of Political Communication Research*. Mahwah, Nj: Lawrence Erlbaum Associates.
- Mcnaur, B. (2017). *An Introduction To Political Communication* (6th Ed.). London: Routledge.
- Surbakti, R. (2010). *Memahami Ilmu Politik*. Jakarta: Pt Grasindo.
- Firmanzah. (2012). *Marketing Politik: Antara Pemahaman Dan Realitas*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Norris, P. (2000). *A Virtuous Circle: Political Communications In Postindustrial Societies*. Cambridge: Cambridge University Press.