

Efektivitas Baliho Sebagai Media Kampanye Politik Anggota DPRD Terpilih Periode 2024 – 2029 di Kota Kendari

Zulfiah Larisu⁽¹⁾, Sumadi Dilla⁽²⁾, Laode Harjuddin⁽³⁾ dan Muhammad Rajab⁽⁴⁾

^{1,2,4} Ilmu Komunikasi, Universitas Halu Oleo

⁴ Ilmu Politik, Universitas Halu Oleo

^{1,2,3,4} Kampus Hijau Bumi Tridharma Anduonohu Kendari 92322

E-mail: zulfiahlarisu_fisip@uho.ac.id⁽¹⁾; onasisdilla@yahoo.co.id⁽²⁾; laode.harjudin@uho.ac.id⁽³⁾; muhhammadrajab@uho.ac.id⁽⁴⁾

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas baliho sebagai media kampanye politik Anggota DPRD Terpilih Periode 2024 – 2029 di Kota Kendari. Penelitian menggunakan metode penelitian kualitatif, dengan data dikumpulkan melalui wawancara, pengamatan dan analisis dokumen. Informan penelitian ini anggota DPRD terpilih pada Pemilu 2024 dari seluruh Dapil Kota Kendari, yang ditentukan secara purposive. Pengamatan dilakukan pada sejumlah baliho yang terpasang di masing-masing daerah pilihan (DAPIL) anggota DPRD Terpilih. Analisis Dokumen dilakukan pada sumber data sekunder sebagai data pendukung, yang diperoleh di lembaga KPU, BAWASLU dan DPRD Kota Kendari. Selanjutnya, data dianalisis dengan model interaktif yang meliputi pengumpulan, reduksi, analisis serta penyajian data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar Anggota DPRD terpilih di Kota Kendari dalam kampanye politik menggunakan baliho yang didesain sendiri dengan memperhatikan elemen-elemen baliho yang efektif, baik anggota lama maupun baru. Kecuali sebagian kecil Anggota DPRD Kota Kendari terpilih beberapa kali tidak menggunakan baliho, lebih banyak komunikasi langsung tatap muka dan beraktivitas bersama dengan masyarakat. Baliho umumnya memuat foto, nomor urut calon, nama dan gelarnya, logo partai, serta pesan-pesan singkat. Beberapa baliho ditemukan dengan mencantumkan foto pimpinan partai dan Calon Presiden-calon wakil presiden yang diusung partai. Ukuran baliho anggota DPRD terpilih berkisar antara ukuran 2 meter x 3 meter sampai dengan ukuran 4 meter x 6 meter. Sedangkan penempatan baliho terutama di sekitar DAPIL dan jalan utama. Desain dan penempatan baliho yang strategis diharapkan dapat meningkatkan daya tarik masyarakat.

Kata Kunci: Baliho, Anggota DPRD Terpilih, Kampanye Politik, Pilkada

The Effectiveness of Billboards of Billboards as Political Campaign Media for Elected DPRD Members for the 2024-2029 Period in Kendari City

ABSTRACT

This study aims to analyze the effectiveness of billboards as a political campaign medium for elected DPRD members for the 2024–2029 period in Kendari City. The research employs a qualitative method, with data collected through interviews, observations, and document analysis. The informants in this study were elected DPRD members in the 2024 election from all electoral districts (DAPIL) of Kendari City, selected purposively. Observations focused on billboards installed in each electoral district, while document analysis utilized secondary data obtained from the KPU, BAWASLU, and Kendari City DPRD institutions. The data was analyzed using an interactive model that includes data collection, reduction, analysis, and presentation. The results indicate that most elected DPRD members in Kendari City employed billboards as a key political campaign tool. These billboards were self-designed, incorporating effective billboard elements and were utilized by both incumbent and new members. Typically, the billboards featured photos, candidate serial numbers, names and titles, party logos, and short campaign messages. Some billboards also included photos of party leaders as well as presidential and vice-presidential candidates supported by their respective parties. The sizes of the billboards ranged from 2 meters x 3 meters to 4 meters x 6 meters, with placements concentrated around electoral districts and along main roads. The strategic design and placement of billboards are expected to enhance public appeal and engagement.

Keywords: Billboards, Political Campaigns, Elected DPRD Members, Regional Election

1. PENDAHULUAN

Pemilihan umum (Pemilu) yang disebut juga dengan pesta demokrasi 5 (lima) tahun di Indonesia baru saja usai. Pemilu yang dilaksanakan tanggal 14 Februari 2024 yang lalu, adalah Pemilu ke 5 yang diselenggarakan pasca reformasi dan Pemilu ke 15 setelah Indonesia merdeka.

Pemilu yang diselenggarakan tanggal 14 Februari 2024 dan juga sebelumnya adalah untuk memilih Calon Presiden (Capres) – Calon Wakil Presiden (Cawapres) dan Calon Legislatif (Caleg) tingkat pusat, provinsi dan kabupaten/kota. Baik calon tersebut sebagai Capres-Cawapres maupun Caleg yang akan dipilih, telah ditentukan sesuai dengan mekanisme undang-undang Pemilu yang telah ditetapkan dan mengikuti sejumlah tahapan tertentu untuk sampai pada calon yang definitif.

Berdasarkan Keputusan Komisi Pemilihan Umum (KPU) No. 1350 tahun 2023 tentang daftar calon sementara Anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) Kota Kendari atau disebut juga caleg, pada Pemilu tahun 2024 sebanyak 487 calon yang berasal dari 18 Partai peserta Pemilu. Data ini menunjukkan bahwa semakin ketatnya persaingan antara calon anggota DPRD dan tentu masing-masing akan berusaha meningkatkan elektabilitas dan berharap terpilih sebagai calon definitif atau calon permanen. Peraturan KPU No. 6 tahun 2023 tentang alokasi kursi DPRD Kota Kendari disebutkan sebanyak 35 kursi, artinya sebanyak 487 calon akan memperebutkan 35 kursi.

Beberapa cara, strategi atau metode yang dilakukan oleh para caleg dalam rangka meningkatkan pencitraan dan tingkat keterpilihan kepada masyarakat untuk mendapatkan kursi. Salah satu strategi yang dipilih adalah dengan menggunakan baliho sebagai media kampanye untuk mempromosikan atau memperkenalkan diri (Anam, 2018; Pamungkas, 2022). Baliho sebagai media luar ruang dapat dipasang di berbagai area ruang publik. Baliho yang dipasang oleh para caleg bukan saja sebagai sumber informasi politik melainkan seringkali menjadi faktor pendorong (*trigger*) terjadinya perubahan politik, diantaranya adalah untuk memperkenalkan diri ke publik guna meningkatkan elektabilitas sebagai daya tawar dalam kontestasi politik (Khatami, 2021; Rahmad dkk., 2020).

Menghadapi Pemilu 2024 di Kota Kendari keberadaan baliho-baliho menjadi fenomena menarik karena bertebaran di berbagai sudut ruang publik dengan berbagai jenis ukuran. Baliho yang sukses adalah berhasil mengundang atensi publik dan menuai berbagai reaksi dari masyarakat umum maupun para ahli. Ini menunjukkan bahwa baliho masih menjadi media komunikasi politik konvensional yang populer. Meskipun tidak sedikit masyarakat yang memberikan kritik hingga menjadikan lelucon dan nyinyiran, meski di lain hal partai politik bersangkutan juga melakukan pembelaan (Rahmad dkk., 2020).

Penelitian Sutarini, (2019) menemukan tokoh-tokoh politik percaya bahwa meskipun baliho bersifat konvensional, jika didistribusikan secara masif ke seluruh

pelosok daerah, maka akan mampu menembus segala lapisan masyarakat. Baliho dianggap cukup efektif sebagai media untuk menyampaikan pesan, termasuk dalam hal pembentukan identitas politik melalui retorika yang disampaikan (Libna dkk., 2024; Pamungkas, 2022).

Tentu menjadi hal menarik untuk melihat lebih jauh eksistensi media baliho dalam wacana publik yang beragam. Apalagi di era media baru seperti sekarang yang banyak memengaruhi kecepatan penyebaran suatu pesan dan informasi kepada publik. Sehingga, walaupun media yang digunakan sebatas baliho, namun wacana dan perbincangan yang disampaikan oleh publik, seringkali tersebar pesat melalui media baru dan menjadi tanda era yang disebut *third age of political communication* (Tasente, 2021).

2. RUANG LINGKUP

Dalam penelitian ini permasalahan mencakup:

2.1 Cakupan Permasalahan

Baliho calon kandidat politik menyebar secara masif ketika masa kampanye tiba, meskipun ada sebagian yang lain tidak menggunakan. Efektifitas baliho sebagai media kampanye politik dipertanyakan sementara media lain seperti media massa lokal (Larisu dkk., 2022), juga sangat memungkinkan untuk digunakan, seperti media sosial. Baliho lebih menguntungkan karena mudah dilihat, ditempatkan di lokasi eksklusif yang tepat sesuai dengan sasaran yang ingin dituju, mudah dilihat dengan jelas pada siang hari dan malam hari jika mempunyai pencahayaan yang cukup, ditampilkan menggunakan konsep pesan yang padat, singkat, dan cerdas, dan serta memakai teknologi cetak yang bagus dan baik sehingga penggambaran pesan dan gambar pada baliho dapat dibaca dengan jelas. Oleh karena itu, menjadi menarik untuk dikaji.

2.2 Batasan-Batasan Penelitian

Batasan masalah penelitian tentang efektifitas baliho sebagai media kampanye politik Anggota DPRD terpilih di Kota Kendari, mencakup dimensi-dimensi:

1. Desain baliho
2. Tempat pemasangan baliho
3. Ukuran baliho
4. Terpaan baliho dan
5. Isi Pesan baliho

2.3 Rencana hasil yang didapatkan

Rencan hasil yang didapatkan adalah kriterisi desain baliho yang baik, tempat pemasangan baliho yang tepat, ukuran baliho yang sesuai, terpaan media baliho yang efisien serta isi pesan baliho yang menarik publik sehingga meningkat elektabilitas calon anggota DPRD Terpilih di Kota Kendari Periode 2024 – 2029.

3. BAHAN DAN METODE

Bahan yang digunakan dalam penelitian ini adalah temuan-temuannya berupa pernyataan-pernyataan



informan yang diperoleh melalui wawancara atau tanya jawab, serta menganalisis, memotret obyek yang diteliti. Tanya jawab dilakukan kepada informan yang dianggap mengetahui dan memahami masalah penelitian, terdiri atas unsur Anggota DPRD Terpilih pada Pemilu 2024 dari seluruh Dapil Kota Kendari, baik anggota baru maupun lama atau *incumbent*. Pemotretan dilakukan pada sejumlah baliho yang terpasang di masing-masing DAPIL anggota DPRD Terpilih, serta pengamatan dokumen sebagai data pendukung, yang diperoleh di lembaga KPU, BAWASLU dan DPRD Kota Kendari. Selanjutnya, data dianalisis dengan model interaktif terdiri dari pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan kesimpulan (Matthew B. Miles; A. Michael Huberman; Johnny Saldana, 2014).

4. PEMBAHASAN

Kota Kendari terdiri dari 11 kecamatan dan 65 kelurahan dengan luas wilayah 298,00 km² dan jumlah penduduk sebesar 404.000 jiwa (BPS, 2021) dengan sebaran penduduk 1.355 jiwa/km².

Pada Pemilihan Kepala Daerah serentak tahun 2024 ini Kota Kendari menghimpun jumlah partai politik yang terlibat dalam Pilkada sebanyak 12 Partai Politik dari 18 Partai nasional berdasarkan Keputusan KPU Republik Indonesia Nomor 551 tahun 2022.

Perolehan kursi setiap periode Pemilu Kepala Daerah di Kota Kendari sejak Pilkada 2014 masing-masing Partai Politik mengalami fluktuasi atau tidak menetap. Misalnya pada Pilkada tahun 2019 meningkat dibanding tahun 2014 namun di tahun 2024 menurun seperti PKS. Partai Perindo berbeda dengan Partai lain, justru pada Pilkada 2014 tidak mendapatkan kursi, pada Pilkada 2019 dan 2024 meningkat mendapat 2 kursi. Partai yang sangat tidak beruntung selama 2 periode pilkada terakhir 2019 dan 2024 adalah PPP dan Partai Hanura karena tidak berhasil mendapatkan kursi. Sedangkan PAN selama periode Pilkada anggota DPRD Kota kendari, cenderung menurun terus dari 2014 sampai 2024. Kecuali Partai Golkar dan Partai Nasdem mengalami kenaikan dari tahun 2014, 2019 dan Pilkada tahun 2024. Selengkapny dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Perkembangan Jumlah Kursi Anggota DPRD Kota Kendari Pada Pilkada 2014, 2019, 2024

Table 1. Development of the Number of Seats of DPRD Members Kendari City in the 2014, 2019, 2024 elections

No	Political Party	Number of DPRD Member Seats		
		2014	2019	2024
1	PKB	1	1	0
2	Gerindra	5	4	2
3	PDI-P	4	5	5
4	Golkar	4	5	6
5	Nasdem	3	4	5
6	PKS	4	7	6
7	Perindo	0	2	2
8	PPP	1	0	1
9	PAN	6	5	4
10	Hanura	2	0	0
11	Demokrat	4	2	4
12	PBB	1	0	0
Total		35		

Setiap peristiwa Pemilihan Kepala Daerah tampak bahwa jumlah anggota DPRD per daerah pemilihan tidak sama. Demikian pula partai politik yang terakomodasi tidak merata, rata-rata masing-masing satu orang perwakilan Partai Politik namun ada juga yang lebih dari 1 wakil Parpol, seperti pada DAPIL 1, PKS, dan DAPIL 3, Golkar masing-masing berhasil mendudukan wakilnya 2 kursi menjadi anggota DPRD Kota Kendari Periode 2024 – 2029.

Pada Pilkada Kota Kendari tahun 2024 ini, anggota DPRD terpilih sebagian besar masih didominasi anggota lama atau petahana yaitu 20 kursi dan yang baru sebanyak 15 kursi. DAPIL 3 yang mencakup wilayah Kecamatan Abeli, Poasia, dan Nambo banyak didominasi anggota DPRD terpilih yang baru, dari 7 kursi 5 kursi adalah anggota DPRD pendatang baru. Dinamika perolehan suara atau kursi DPRD Kota Kendari tersebut tentu

dipengaruhi oleh berbagai faktor, antara lain elektabilitas calon legislatif yang rendah, mesin politik yang lemah, visi misi yang tidak menarik bagi para pemilih, serta strategi kampanye kurang tepat (Violin dkk., 2024).

Beberapa para ahli berpendapat bahwa baliho sebagai salah satu alat atau strategi kampanye yang banyak digunakan orang untuk memperkenalkan produk maupun jati diri seseorang. Demikian pula oleh para calon legislatif pada umumnya menggunakan baliho untuk mempromosikan diri maupun program kerja yang akan dilaksanakan jika terpilih menjadi anggota legislatif nanti. Falimu, (2021) mengemukakan baliho adalah poster yang besar hampir menyerupai *billboard* namun hanya bersifat sementara. Baliho biasanya berada di luar ruangan, seperti tepi jalan, trotoar, jalan tol, atau di mana saja yang sekiranya banyak dilihat dan ditemui oleh orang banyak. Di dalam baliho memuat gambar atau tulisan yang berisi

informasi mengenai pesan yang ingin diiklankan (Michele; & S, 2023).

Berdasarkan hasil observasi penelitian ini menemukan bahwa beberapa baliho yang dipasang oleh para calon anggota DPRD Kota Kendari Periode 2024 – 2029 yang terpilih mulai dari desain baliho yang simpel atau sederhana sampai dengan desain yang kompleks atau lengkap. Sederhana hanya memiliki sedikit elemen-elemen seperti nama dan nomor urut partai saja, dan lengkap atau kompleks terdiri atas logo partai, nama caleg dan gelarnya, nomor urut caleg, slogan, ilustrasi, warna latar belakang, keterangan wilayah daerah pilihan. Contoh baliho Gambar 1 dari anggota DPRD Kota Kendari terpilih.



Gambar 1. Baliho dari Anggota DPRD Terpilih
Figure 1. Billboards of Elected DPRD Members

Masing-masing caleg mendesain baliho secara bebas, tidak terikat dengan suatu aturan. Antara anggota DPRD terpilih dan tidak terpilih relatif tidak berbeda desain baliho yang dipilih. Umumnya memuat elemen-elemen yang lengkap seperti foto caleg beserta gelar, nomor urut calon, nama dan logo partai, *tagline* (moto) yang diperjuangkan. Gambar 2 baliho dari Anggota DPRD terpilih yang mencantumkan foto pimpinan partai dan Calon Presiden-calon Wakil Presiden yang diusung partai naungannya.



Gambar 2. Baliho dari Caleg Terpilih memuat Capres – Cawapres

Figure 2. Billboards of Selected Candidates loading Presidential and Vice Presidential Candidates

Desain baliho dengan memuat secara lengkap informasi dari calon memperjelas bahwa baliho adalah media luar ruang yang efektif dalam mempromosikan seorang caleg karena baliho memiliki ukuran besar maksimal 4 meter x 7 meter (KPU, RI). Namun ukuran standar yang beredar di masyarakat, baliho minimal 2 meter x 3 meter maksimal 6 meter x 4 meter. Ukuran besar baliho dimungkinkan untuk memuat berbagai informasi. Selain itu, ruang yang luas memudahkan untuk caleg bebas berkreasi menciptakan pesan atau informasi yang akan disampaikan. Demikian pula, ruang yang luas memudahkan caleg untuk menampilkan visualisasi yang menarik sehingga cenderung tidak kaku dan mudah diingat (Libna, dkk., 2024). Gambar yang menarik dimuat dalam baliho berhubungan erat dengan fungsi visual pada otak, atau berpengaruh signifikan dalam ingatan jangka panjang seseorang (Khairuddin, dkk., 2023).

Warna warna gambar maupun foto yang tertera pada baliho juga menjadi pertimbangan dalam mendesain baliho. Meskipun demikian, warna logo partai adalah yang utama, misalnya Golkar warna kuning, Nasdem biru, PDI-P merah, dan seterusnya. Hal ini memperjelas bahwa baliho selain memperkenalkan diri para caleg juga sekaligus untuk memperkenalkan partai yang mengusungnya. Selain itu, sebagai media luar ruang, penempatan baliho juga perlu dipertimbangkan, agar mudah terlihat. (Purnengsih, 2017) mengemukakan baliho biasanya berada di luar ruangan, seperti tepi jalan, trotoar, jalan tol, atau di mana saja yang sekiranya banyak dilihat dan ditemui oleh orang banyak baik pengendara kendaraan bermotor maupun pejalan kaki. Gambar 3 posisi tempat baliho para Caleg DPRD Kota Kendari Periode 2024 – 2029 yang diperoleh di lapangan.



Gambar 3. Penempatan Baliho Para Caleg DPRD Terpilih Kota Kendari 2024 – 2029

Figure 3. Placement of Billboards of Elected Candidates of Kendari City Legislative Council 2024-2029

Baliho merupakan salah satu jenis media iklan luar ruangan. Menurut Ghifary, (2014) *billboard* atau baliho merupakan ruang advertensi dalam ukuran besar yang dipancangkan di sebuah tepi jalan atau di atap sebuah gedung. Media luar ruangan merupakan iklan yang dapat menjangkau konsumen ketika sedang berada di luar rumah atau kantor. Media luar ruangan dapat merayu konsumen saat mereka sedang berada di tempat umum, ketika diperjalanan, di dalam sebuah ruang tunggu, dan juga di tempat-tempat terjadinya transaksi.

Eksistensi baliho pada setiap momen politik tetap menjadi suatu pilihan metode kampanye dan pemasaran politik pada Pilkada Kota Kendari periode 2024 - 2029, meskipun telah genjar hadirnya teknologi digital di tengah kehidupan masyarakat. Karakteristik desain baliho menjadi pertimbangan pelik yang harus mencerminkan dinamika ekonomi dan sosial budaya masyarakat setempat. Menampilkan konten yang beragam serta mengikuti *tren desain grafis* terbaru dapat memastikan pesan yang disampaikan pada baliho sangat relevan dan menarik.

Baliho sebagai media kampanye, sebagian besar caleg anggota DPRD Kota Kendari baik petahana maupun pendatang baru mengatakan masih dibutuhkan dalam Pilkada, 53% mengatakan sangat berpengaruh, 23,5% cukup berpengaruh sama dengan yang mengatakan sedikit atau tidak berpengaruh (23,5%). Sangat berpengaruh sebagian besar dikemukakan oleh anggota DPRD Kota Kendari yang baru, sedangkan yang mengatakan cukup berpengaruh dikemukakan oleh anggota baru maupun anggota lama. Kecuali yang mengatakan sedikit atau tidak berpengaruh sebagian besar dari anggota yang lama, hanya 1 (satu) dari anggota DPRD yang baru. Sangat berpengaruhnya baliho bagi para caleg terutama karena dapat menjadi media promosi atau memperkenalkan diri agar diketahui oleh masyarakat, ataupun untuk menjaga citra diri. Sejalan dengan dikemukakan (Michele; & S,

2023), penggunaan baliho dalam konteks sosial dan politik sangat relevan dalam menyampaikan pesan, mempromosikan kandidat politik, atau mengadvokasi suatu isu. Selain itu, sesuai dengan karakteristik baliho sebagai media luar ruang adalah media yang berukuran besar di pasang di tempat-tempat terbuka seperti dipinggiran jalan, di pusat keramaian atau tempat-tempat khusus lainnya, seperti di dalam bus kota, gedung, pagar tembok dan sebagainya. Ruang yang besar dapat memuat visi, misi, program, dan/atau informasi lainnya dari Peserta Pemilu, simbol atau tanda gambar Peserta Pemilu (KPU, 2018). Gambar 4 baliho dari Anggota DPRD Kota Kendari terpilih yang terpasang di ruang terbuka dan memuat visi misi.



Gambar 4. Penempatan Baliho Para Caleg DPRD Terpilih Kota Kendari 2024 – 2029 dan Memuat Visi Misi

Figure 4. Placement of Billboards of Candidates for the Elected DPRD Kendari City 2024-2029 and Containing Vision and Mission

Kelengkapan informasi yang terdapat dalam baliho menjadikan baliho masih dinilai efektif sebagai alat peraga kampanye bagi calon-calon legislatif yang dapat mengangkat elektabilitas para politikus dengan tepat sasaran dan juga praktis (Rahmad, dkk., 2020; Sutarini, 2019).

Pada Pilkada 2024 di Kota Kendari, anggota DPRD terpilih juga mengatakan bahwa baliho sedikit berpengaruh. Hal ini dilandasi oleh penilaian bahwa baliho tidak menjadi satu-satunya untuk meningkatkan elektabilitas caleg, namun perlu dibantu dengan interaksi langsung atau *door to door* serta media sosial. Beberapa anggota DPRD Kota Kendari yang terpilih khususnya anggota lama lebih memilih kontak langsung dengan masyarakat melalui keikutsertaan dalam program-program kerja di masyarakat. Sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan Libna, dkk., (2024; Amalia dkk., 2024) bahwa program kampanye dengan pendekatan yang tidak hanya mengandalkan ruang publik secara

massif tetapi juga ikut aktif turun ke masyarakat, mampu menciptakan efek simpati yang kuat kepada publik.

Efek baliho terhadap tingkat elektabilitas calon legislatif baik personal maupun kelompok ditentukan pula oleh waktu terpaan baliho. Berdasarkan hasil pengumpulan data Anggota DPRD terpilih Kota Kendari menyatakan bahwa jangka waktu pemasangan baliho dari penetapan Daftar Calon Tetap (DCT) sampai dengan masa tenang, rata-rata 2 (dua) bulan sampai dengan 1 (satu) tahun. Anggota DPRD terpilih baru lebih banyak menggunakan waktu untuk memasang baliho dibanding dengan anggota DPRD terpilih yang lama. Sejalan dengan pendapat Rahmat (2011); Ardianto, Komala dan Karlinah (2015) dan Muntean (2015) dalam (Halim & Jauhari, 2019) bahwa terpaan media yang diukur dari frekuensi dan intensitas berinteraksi dengan media dalam mempengaruhi partisipasi politik.

Anggota DPRD Kota Kendari yang terpilih rata-rata memiliki nomor urut kecil antara nomor urut 1 sampai nomor urut 3, sedangkan anggota DPRD terpilih dengan nomor besar yaitu antara nomor 5 sampai dengan nomor 8 hanya sedikit (17,6%). Hal ini sejalan dengan penelitian Aditya, (2024) tentang nomor urut calon legislatif DPRD Provinsi Sumatera Utara 2024 dominan terpilih ada pada nomor urut 1,2 dan nomor 3, sekitar 60%. Nomor bacaleg (bakal calon legislatif) yang mudah diingat tidak hanya meningkatkan visibilitas kandidat dalam surat suara namun juga membantu para pemilih dengan mudah memberikan suara mereka untuk mendukung. Nomor surat suara tidak hanya menguntungkan secara logistik namun juga menarik secara politis. Nomor urut dan elektabilitas seorang calon anggota parlemen berperan penting dalam menentukan margin kemenangan dalam suatu pemilu parlemen (Aditya, 2024). Oleh karena itu, Gambar 5 menampilkan bahwa setiap desain baliho nomor urut calon ditempatkan menjadi bagian yang menonjol bersama nama calon.



Gambar 5. Nomor Urut Anggota DPRD Terpilih Kota Kendari 2024 – 2029

Figure 5. Ranking Numbers of Elected Members of DPRD Kendari City 2024 - 2029

Terkadang nomor urut calon lebih menonjol dibanding elemen lain yang ada di dalam baliho. Nomor urut cantik dalam hal ini nomor kecil lebih memudahkan untuk diingat (Aditya, 2024).

Keefektifan penggunaan baliho tidak hanya dinilai dari elemen-elemen isi baliho, tempat pemasangan yang strategis, namun juga dari nilai keunikan dan kekreatifan yang terkandung dalam baliho. Baliho yang kreatif dan unik di mata masyarakat dapat menjadi bahan pembincangan di sosial media yang artinya dapat memperluas jangkauan promosi. Baliho sudah bukan lagi terkait jumlah, ukuran atau dimana baliho itu terpasang. Sekarang ini, penempatan baliho yang unik dan kreatif pada lokasi yang strategis dapat mengekspresikan keindahan suatu kota, bukan merusaknya atau bahkan menimbulkan persepsi negatif terhadap baliho dan calon yang diusung dari baliho tersebut. Penggunaan baliho terbukti menjadi pilihan yang tepat untuk meningkatkan dukungan pemilih, dengan catatan bahwa penggunaannya harus dipertimbangkan dengan baik sesuai karakteristik dan kebutuhan masyarakat yang menjadi target.

Keberadaan baliho sebagai media kampanye politik bagi para kandidat calon legislatif tetap menjadi pilihan Meskipun Kehadiran baliho pada masa kampanye memunculkan berbagai opini baik yang pro (mendukung) dan kontra (menentang). Baliho sebagai media kampanye adalah untuk menarik perhatian masyarakat luas terhadap simbol-simbol yang disampaikan oleh baliho tersebut, seperti logo partai, foto, nama, nomor, visi dan misi, serta slogan. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan Michele; & S, (2023) bahwa memang baliho memiliki keunggulan tersendiri. Apalagi di tempat strategis yang banyak orang berlalu lalang, baliho akan menjadi pusat perhatian publik. Baliho merupakan media promosi yang memiliki banyak keunggulan. Ukurannya yang besar, memaksa para pengguna jalan untuk melihat dan memperhatikannya. Penempatan baliho di lokasi yang strategis pastinya akan menjadi media promosi yang tak terhindarkan. Selain itu, pesan pada baliho dibuat secara sistematis dan fokus, sehingga masyarakat mendapat pesan yang ingin disampaikan meski dalam waktu yang singkat. Baliho dianggap sebagai media yang mampu memperkenalkan para calon legislatif maupun kepala daerah menjangkau setiap orang yang sengaja atau tidak melihatnya.

5. KESIMPULAN

Efektifitas baliho dalam meningkatkan elektabilitas Anggota Legislatif Terpilih di Kota Kendari pada Pilkada 2024 – 2029 menunjukkan bahwa penggunaan baliho sangat penting, meskipun tidak sepenuhnya demikian bagi anggota legislatif yang telah berulang kali terpilih. Penggunaan baliho dapat meningkatkan elektabilitas jika dalam penggunaan baliho mempertimbangkan elemen-elemen desain antara lain: (a) baliho dapat mudah dilihat, (b) ditempatkan di lokasi eksklusif yang tepat sesuai dengan sasaran yang ingin dituju, (c) tidak ditempatkan terlalu berdesakan dengan iklan baliho lain, (d) dapat



mudah dilihat dengan jelas pada siang hari dan mempunyai pencahayaan yang cukup pada malam hari, (e) ditampilkan menggunakan konsep pesan yang padat, singkat, dan cerdas, dan yang terakhir (f) memakai teknologi cetak yang bagus dan baik agar penggambaran pesan dan gambar pada baliho dapat dibaca dengan jelas. Selain itu, juga faktor: Keselarasan (harmoni); Kesebandingan (proporsi); Keseimbangan (balance), dan Penekanan (emphasis). Faktor-faktor tersebut menjadi penekanan/titik fokus dalam membentuk sebuah desain baliho yang utuh sehingga menarik atau menjadi pusat perhatian yang melihatnya.

6. SARAN

Baliho saat ini masih signifikan digunakan untuk media kampanye politik. Namun bukan satu-satunya. Baliho menjadi pilihan yang tepat untuk meningkatkan dukungan pemilih, dengan catatan bahwa penggunaannya harus dipertimbangkan dengan baik sesuai karakteristik dan kebutuhan masyarakat yang menjadi target. Sehingga, pemasangan baliho tidak dinilai dengan negatif.

7. REFERENSI

- Aditya, R. (2024). Legislatif Dprd Provinsi Sumatera Utara Tahun 2024. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran*, 7, 15313–15319.
- Amalia, A., Ode, L., Umran, M., & Larisu, Z. (2024). *Strategi Komunikasi Politik Caleg Dprd Pks Kabupaten Konawe Pada Masa Pemilu 2019-2024 the Political Communication Strategy of the Candidates Pks in Konawe Regency 2019-2024*. 14(2), 223–231.
- Anam, C. (2018). Pengaturan Alat Peraga Kampanye Dalam Pelaksanaan Pemilihan Kepala Daerah. *JKMP (Jurnal Kebijakan Dan Manajemen Publik)*, 6(2), 113–118. <https://doi.org/10.21070/jkmp.v6i2.3005>
- Falimu. (2021). Jurnal Sosio Sains. *Jurnal Sosio Sains*, 7(2), 108–115. <http://journal.ildikti9.id/sosiosains>
- Ghifary, A. (2014). Efektivitas Penggunaan Media Iklan Baliho. *Ejournal.Iikom.Fisip-Unmul.Ac.Id*, 2(3), 26–39.
- Halim, U., & Jauhari, K. D. (2019). Pengaruh Terpaan Media Terhadap Partisipasi Politik Dalam Pilkada Dki Jakarta 2017. *Jurnal ASPIKOM*, 4(1), 45. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v4i1.385>
- Khairuddin, M. N., & Mohamed, M. N. A. (2023). A Systematic Literature Review on Graduates' Social Intelligence. *Journal of Techno-Social*, 15(1). <https://doi.org/10.30880/jts.2023.15.01.006>
- Khatami, M. I. (2021). The Existence Of “ Baliho 2024 ” In The Electricity Fight : Image Analysis Of Political Figures. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Jambi (JISIP-UNJA)*, 5(2), 14–24.
- Larisu, Z., Prajarto, N., & Subejo, S. (2022). Pemberitaan TV Lokal dan Pembangunan Daerah Berkelanjutan di Indonesia: Studi Intensif Pada Konten Berita Pembangunan Daerah Berkelanjutan di TVRI ...

JISIP (Jurnal Ilmu ...), 6(2), 9728–9736. <http://ejournal.mandalanursa.org/index.php/JISIP/article/view/3211%0Ahttp://ejournal.mandalanursa.org/index.php/JISIP/article/download/3211/2484>

- Libna, C., Wina, A., Sari, P., Soegiarto, A., Muka, J. R., Rw, R. T., Gadung, P., Timur, K. J., & Khusus, D. (2024). *Efektivitas Baliho dalam Meningkatkan Citra ' Idris Sandiya ' sebagai Calon Legislatif DPR RI Dapil Jabar VI*. 6, 73–85.
- Matthew B. Miles; A. Michael Huberman; Johnny Saldana. (2014). *Qualitative Data Analysis* (Third edit). SAGE Publications, Inc.
- Michele;, A. Y. N. A. S. K. J. D. G. F., & S, M. B. (2023). Evaluasi Penggunaan Baliho Sebagai Media Kampanye Dalam Perspektif Sila Kedua Pancasila. *Nusantara: Jurnal Pendidikan, Seni, Sains Dan Sosial Humanioral*, 1(2), 1–25. <https://doi.org/10.11111/nusantara.xxxxxxx>
- Pamungkas, A. (2022). Pemasaran Retorika Politik dalam Iklan Baliho Tokoh Politik Indonesia. *Kalijaga Journal of Communication*, 4(2), 133–154. <https://doi.org/10.14421/kjc.42.02.2022>
- Purnengsih, I. (2017). Makna dan Pesan dalam Baliho Pemilu Legislatif 2014. *Jurnal Desain*, 4(03), 231. <https://doi.org/10.30998/jurnaldesain.v4i03.1604>
- Rahmad, R., Asrinaldi, A., & Indraddin, I. (2020). Kendala Implementasi Kebijakan Fasilitasi Alat Peraga Kampanye Pemilu 2019 di Kota Bukittinggi. *Jurnal Sosial Politik*, 6(1), 55. <https://doi.org/10.22219/sospol.v6i1.11028>
- Sutarini, I. A. (2019). Pengukuran Efektivitas Penggunaan Media Baliho Pada Pemilihan Umum 2019 Terhadap Generasi Milenial. *SENADA (Seminar Nasional Desain Dan Arsitektur)*, 2, 237–241.
- Tasente, T. (2021). The 4 phases of evolution of political communication systems: from the golden age of the parties to the golden age of the users. *Technium Social Sciences Journal*, 2(January), 76–83. <https://doi.org/10.47577/tssj.v2i1.50>
- Violin, S. A., Hussain, M. A., Maharani, D. G. H., Putri, S. T. S., DJ, S. T. A., Farizi, M. G. Al, Al Khafidhoh, L., & Dewi, R. (2024). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pemilihan Dalam Pilpres 2024 pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jenderal Soedirman Angkatan 2023. *Jurnal Socius: Journal of Sociology Research and Education*, 11(1), 25–36. <https://doi.org/10.24036/scs.v11i1.595>

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Universitas Halu Oleo Kendari yang telah memberi dukungan dana untuk pelaksanaan kegiatan penelitian ini.