

## BAB V

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 5.1 Indikator Penelitian

##### 5.1.1 Strategi Kampanye Pasangan Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden pada Pilpres 2024

Menurut Kotler dan Keller (2009) strategi kampanye merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh individu atau sekelompok orang dengan tujuan untuk membangun serta menciptakan suatu komunikasi yang ditujukan kepada target tertentu dengan alasan untuk mempengaruhi suatu opini, propaganda, karakter ataupun suatu sikap yang dimiliki oleh orang yang berkampanye tersebut (Dalam Syifaur Rahma, 2021 : 94). Pengertian strategi kampanye yang juga dikemukakan oleh Rogers dan Storey (1987) merupakan suatu kegiatan yang disusun secara terangkai atau terorganisir oleh setiap kelompok atau individu dengan tujuan untuk membuat suatu pengaruh terhadap informasi – informasi dirinya yang berdasarkan pada target dan waktu tertentu (Dalam Reza Mahdi, 2020 : 15). Dalam konteks pemilihan umum Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden 2024 ini, setiap pasangan calon pastinya memiliki strategi dan cara masing – masing dalam berkampanye, terlebih strategi berkampanye untuk meraih suara dari masyarakat penyandang disabilitas tunarungu.

Terkait hal ini, penulis mencoba mewawancarai salah satu Juru Bicara Pasangan Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden Ganjar – Mahfud yang berpendapat bahwa :

*“Jadi kalau strategi khususnya, beberapa dibuatkan program – program khusus untuk mereka yang tunarungu. Kalau di Jakarta kemarin ada di Post Blok, terus ada dengan KDTI (Komunitas Disabilitas Tunarungu Indonesia). Kurang lebih ada sekitar 4.000 orang yang memberikan dukungan kepada Pak Ganjar dengan harapan mereka diperhatikan hak – hak mereka sebagai warga negara. Jadi, strategi – strategi khusus dengan membuat pertemuan*

*dengan mereka seperti duduk dan berbincang – bincang dengan mereka secara langsung. Karena bagaimanapun juga, dari teman-teman disabilitas ini juga membutuhkan kesetaraan dan juga keadilan yang juga sama dimiliki oleh masyarakat lainnya”.*

Dalam wawancara lain, peneliti juga meneliti salah satu anggota dari Tim Pemenangan Nasional Anies – Muhamin yaitu Bapak yang menjelaskan tentang strategi yang dijalankan oleh pasangan calon yaitu :

*“Ya, kita memandang sangat penting karena memang kita punya banyak sekali program- program yang bisa lebih memperhatikan lagi masyarakat tunarungu. Jadi, kita punya banyak sekali programnya pada saat itu. Sehingga, dan akhirnya kita juga beberapa kali melakukan diskusi, mengundang secara khusus di setiap kegiatan – kegiatan yang dilakukan. Terutama kegiatan resapani, yang kita selalu memberu kesempatan mereka dan menyediakan program desak Anis. Itu semua menjadi bukti bahwa kami memang memperhatikan masyarakat tuli untuk bisa ikut dan memantau, menyimak, diskusi, dan apapun tentang pak Anies.”*

Pendapat lain dari salah satu Tim Pemenangan Nasional Prabowo – Gibran terkait strategi yang dilakukan demi mendapatkan suara dari masyarakat penyandang disabilitas tunarungu yaitu :

*“Itu sudah pasti... Semua pasangan calon pastinya punya strateginya masing – masing. Hanya saja, semua kembali lagi gimana caranya mereka konsisten dengan startegi – strategi yang mereka jalanin. Kadang gini mas, sebetulnya banyak banget startegi yang sudah kami dan tim pemenangan lakukan agar branding pak parbowo dan mas Gibran naik yang sedang viral dan dikenal. Mungkin anda sudah mengethau, branding pak Prabowo seperti apa ? branding gemoy tersebut. Mungkin, itulah branding yang lagi viral banget pada saat – saat kampanye itu, sampai di berbagai sosial media seperti di tiktok, instagra, sehingga melahirkan banyak respon dari kalangan masyarakat, karena masyarakat menyukai hal – hal seperti itu kan. Dan itu juga*

*mungkin dapat dikatakan konsisten, sehingga brandingnya juga dapat menghasilkan satu hal, yaitu kemenangan pak Prabowo dan mas Gibran”*

Dari pendapat para Tim Pemenangan Nasional dari pasangan Capres dan Cawapres Anies – Muhaimin, Prabowo – Gibran dan juga Ganjar – Mahfud, dapat dianalisis bahwa strategi – strategi yang dilakukan memiliki perbedaan – perbedaan yang signifikan. Seperti contoh :

- a. Membuat suatu program – program yang di khususkan oleh masyarakat penyandang disabilitas tunarungu.
- b. Melakukan pelatihan – pelatihan khusus terhadap profesi atau pekerjaan yang dapat mereka terima. Hal ini sebagai tanda kedekatan dedikasi antara pasangan calon dengan masyarakat penyandang disabilitas Tunarungu.
- c. Membuka ruang diskusi yang luas bagi mereka yang Tunarungu untuk mengutarakan pendapat atau ekspresi mereka.
- d. Memberikan kesempatan mereka untuk melakukan kegiatan – kegiatan yang berpotensi untuk mencapai suatu perkembangan
- e. Menjalankan program branding – branding yang ditayangkan di berbagai media sosial yang disukai oleh kalangan masyarakat. Terlebih pada sosial media yang ramah akan pengguna dari kalangan masyarakat penyandang disabilitas tunarungu.

Selain strategi – stategi yang dilakukan oleh para pasangan capres dan cawapres 2024 ini, peneliti juga mengamati bahwa perkembangan teknologi dan media sosial di Indonesia ini, juga menjad salah satu strategi yang dimanfaatkan oleh para pasangan calon. Media sosial yang dimanfaatkan dalam kegiatan berkampanye, merupakan hal yang sudah biasa dilakukan di indonesia sekarang ini. Alasan utama yang mendukung bahwa media sosial merupakan platfrom atau pembukaan ruang bagi kemajuan dan perkembangan – perkembangan politik yang ditujukan untuk mempengaruhi seseorang atau masyarakat (Musa et.al, 2023).

Semua aktor atau tokoh politik menjadikan sosial media sebagai dukungan branding mereka agar mudah tersebarluaskan dan dikenak oleh khalayak masyarakat, sehingga dampak dari penggunaan media sosial dianggap menguntungkan diri sendiri, tetapi merugikan bagi individu, kelompok, atau partai lainnya (Fahruji, 2024). Banyak sekali media – media yang digunakan oleh para tokoh politik dalam memperluas strategi berkampanye mereka, salah satunya adalah aplikasi Tiktok. Para tokoh atau aktor politik tersebut kemudian memanfaatkan aplikasi yang dianggap trend di Indonesia ini dengan tujuan memancing suara serta dukungan secara cepat dari masyarakat Indonesia pada kontestasi Pemilu 2024 ini (Komputer dan Jikem, 2022 : 27).

Seiring dengan berkembangnya teknologi, internet dan media sosial yang sangat cepat di Indonesia, para pasangan capres dan cawapres sering memanfaatkan media sosial sebagai dukungan berkampanye mereka agar branding mereka tersebar dengan cepat. Hal ini dianggap juga untuk mempermudah masyarakat penyandang disabilitas tunarungu dalam mengenal sampai memilih dan memberikan suara kepada pasangan calon yang dipilihnya. Mereka menganggap bahwa dengan berkampanye dengan media sosial adalah metode yang sangat efisien dalam memperkenalkan diri mereka dengan pasangan calon mereka kepada kalangan masyarakat penyandang disabilitas Tunarungu.

Pendapat serupa yang diutarakan oleh Tim Pemenangan Nasional Ganjar Mahfud mengenai penggunaan media sosial sebagai alat untuk berkampanye yang ditujukan untuk meraih suara masyarakat penyandang disabilitas tunarungu adalah :

*“Jika membicarakan soal teknologi media visual atau interpretasi bahasa syarat ini hampir setiap kampanye Pak Ganjar selalu menggunakan juru bahasa isyarat. Dan saya masih sangat mengingat, ketika kegiatan deklarasi Ganjar – Mahfud pada saat itu, sudah menggunakan interpretasi bahasa isyarat. Jadi sejak saat itu, setiap kegiatan – kegiatan nasional maupun siaran secara langsung di aplikasi youtube dan lain sebagainya, sudah mulai menggunakan bahasa syarat. Membicarakan teknologi, merupakan persoalan*

*bagaimana kita menggunakan media sosial seperti Tiktok ataupun media – media platform lainnya kita sudah menggunakan juru bahasa isyarat. Sebenarnya kami sudah melakukan ini sejak lama. Dan mungkin masyarakat disabilitas tidak bisa memahami secara detail. Sudah banyak sekali kebijakan – kebijakan pemerintah dalam melakukan kampanye kemarin itu. Yang dimana upaya yang dilakukan adalah populis atau mudah dipahami oleh masyarakat penyandang disabilitas tunarungu”.*

Mengenai hal teknologi dan media sosial, satu pendapat juga dikemukakan oleh anggota Tim Pemenangan Nasional Anies – Muhaimin yang mengatakan bahwa :

*“Tindakan pertama yaitu kegiatan yang viral saat ini yaitu Desak Anies. Bahasa isyarat tidak selalu berada di lokasi kegiatan tersebut, tetapi penerjemah bahasa isyarat juga ditayangkan di media sosial yang disiarkan secara langsung. Jadi, untuk masalah teknologi dan media pengembangan lainnya lumayan sulit ditemukan terutama untuk teman – teman tunarungu yang berada di daerah – daerah. Tetapi mereka sangat ingin menyaksikan. Pada akhirnya, tindakan yang dapat kami lakukan adalah ketika live atau siaran langsung, kami menyertakan translator yang terletak di pojok kanan atas layar. Kemudian yang kedua, memang dari media sosial kita juga selalu mensosialisasikan hal itu dengan mengajak teman – teman tunarungu juga. Jadi tetap, walaupun banyak keterbatasan, tapi kami tetap usahakan memfasilitasi”.*

Pendapat lain menurut Anggota Tim Kampanye Nasional Pasangan Calon Prabowo – Gibran dalam penggunaan teknologi dan media sosial yaitu :

*“Ya, teknologi menjadi salah satu alat utama kami. Kami aktif menggunakan platform digital seperti tadi yang saya bilang kaya YouTube, Instagram, dan TikTok buat menyebarkan video kampanye dengan fitur subtitle otomatis. Untuk media visual, kami memastikan desain grafisnya tidak terlalu rumit dan tetap fokus*

*pada pesan inti. Bahasa isyarat juga menjadi prioritas. Kami merekrut penerjemah profesional untuk membantu mengkomunikasikan pidato-pidato penting Pak Prabowo dan Mas Gibran secara langsung. Supaya y aitu, tujuan utamanya kan sampai pesannya kepada Masyarakat terutama tunarungu kan. Makanya kami gunain orang yang bisa Bahasa isyarat di konten – konten kami itu”*

Ketiga pasangan Capres dan Cawapres ini memiliki pendekatan yang berbeda dalam memanfaatkan teknologi dan media sosial untuk menjangkau masyarakat penyandang disabilitas, khususnya tunarungu. Pasangan Anies – Muhaimin cenderung menggunakan media sosial sebagai platform untuk menyampaikan pesan inklusif dengan fokus pada isu – isu keberagaman dan kesetaraan. Mereka aktif mengunggah konten visual seperti video kampanye dengan teks terjemahan atau subtitle agar dapat diakses oleh masyarakat tunarungu. Selain itu, mereka juga bekerja sama dengan komunitas disabilitas untuk memastikan bahwa pesan politik mereka tidak hanya tersampaikan tetapi juga relevan bagi kelompok ini. Pendekatan ini menunjukkan upaya serius untuk membangun hubungan emosional dengan pemilih tunarungu melalui teknologi yang ramah aksesibilitas.

Di sisi lain, pasangan Prabowo – Gibran lebih menekankan pada penggunaan media sosial sebagai alat untuk memperkuat citra modern dan progresif. Gibran, sebagai figur muda yang dikenal dekat dengan generasi milenial dan Gen Z, memanfaatkan platform seperti Instagram, TikTok, dan YouTube untuk menampilkan dirinya sebagai pemimpin yang adaptif terhadap teknologi. Namun, dalam konteks pemberdayaan masyarakat tunarungu, pendekatan mereka kurang spesifik. Meskipun ada beberapa unggahan yang mencoba menjangkau kelompok disabilitas, konten tersebut sering kali tidak sepenuhnya aksesibel karena minimnya fitur seperti subtitle atau bahasa isyarat. Hal ini membuat masyarakat tunarungu merasa kurang terwakili dalam kampanye digital mereka.

Sementara itu, pasangan Ganjar – Mahfud mengambil pendekatan yang lebih formal dan edukatif dalam penggunaan teknologi dan media sosial. Mereka memanfaatkan platform digital untuk menyebarkan informasi tentang program – program pemerintah yang mendukung hak – hak penyandang disabilitas. Ganjar,

yang dikenal sebagai tokoh yang dekat dengan masyarakat bawah, sering kali menggunakan video kampanye yang dilengkapi dengan penerjemah bahasa isyarat untuk memastikan bahwa pesannya dapat dipahami oleh masyarakat tunarungu. Mahfud MD, sebagai tokoh senior dengan latar belakang hukum, menambahkan narasi tentang pentingnya keadilan sosial bagi semua kelompok, termasuk penyandang disabilitas. Pendekatan ini memberikan kesan bahwa pasangan ini lebih peduli terhadap aspek legalitas dan kebijakan konkret yang mendukung inklusi sosial.

### 5.1.2 Komunikasi Politik Pasangan Calon Presiden dan Wakil Presiden pada Pilpres 2024

Menurut Tsagarousianou, komunikasi politik adalah salah sabgian yang paling terpenting dalam menjalankan demokrasi pda suatu negara (Dahlberg dan Sipera, 2007 : 7). Dengan ini, komunikasi politik dianggap membawa pola pikiran yang besar tentang perkembangan atau kebutuhan – kebutuhan berdemokrasi pada satu negara. Komunikasi politik juga merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh kelompok atau individu dalam menciptakan suatu pengaruh, atau suatu permasalahan yang ditujukan kepada masyarakat dengan tujuan untuk mendapatkan suatu dukungan atau suara (Rush dan Athoff, 1997).

Dalam konteks pemilihan umum Capres dan Cawapres 2024 ini, komunikasi politik dalam menarik suara masyarakat penyandang disabilitas tentunya dipakain oleh setiap pasangan calon. Salah satunya pendapat dari anggota Tim Pemenangan Nasional Ganjar – Mahfud yang berargumen :

*“Di era pak Jokowi dibuatkan satu organisasi yang dinamakan Komisioner Komisi Nasional Disabilitas Indonesia (KNDI). Jadi, strategi apa yang kemarin digunakan tim pemenangan Ganjar memastikan pesan kampanye dapat dipahami oleh penyandang tunarungu? Ini sebenarnya strategi yang digunakan itu adalah soal video. Jadi, bagaimana video-video perjalanan- perjalanan Pak Ganjar beserta tim pemenangan ini bisa disampaikan lewat video. Dimana bisa dilihat kasat mata dan mungkin setiap percakapan disertakan dengan subtitle di dalam video-video. Selain itu, diperlukan juga videotron atau baliho, yang dalam intinya bisa ditangkap semua disabilitas. Ada yang tidak bisa melihat mungkin bisa mendengarkan. Strategi – Strateg itu yang sebenarnya sudah diperkuat oleh tim Pak Ganjar kemarin. Di sisi lain, kami juga memiliki Tim pemenangan yang juga diisi oleh mereka – mereka yang disabilitas. Jadi, banyak sekali,*

*strategi – strategi yang dilakukan dan hampir juga digunakan oleh tim pasangan lain”.*

Komunikasi politik juga dilakukan oleh salah satu anggota pasangan calon Anies – Muhaimin dalam meraih suara masyarakat penyandang disabilitas tunarungu, yang berpendapat bahwa :

*“Untuk sistem komunikasi, tentunya kami melakukan audiensi. Yaitu mengundang atau bertemu secara langsung dengan Mas Anies dan mendengarkan diskusi secara langsung juga. Dalam diskusi ini, Mas Anies juga menyampaikan apa saja langkah – langkah ke depan untuk bisa lebih memperhatikan teman – teman tuli. Dan teman – teman tuli juga akhirnya menyampaikan aspirasi mereka dan apa yang selama ini mereka rasakan. Tentu memang yang ada di Jakarta ya. Sehingga akhirnya bisa inline gitu antara keinginan mereka dengan apa yang mau kita perbuat. Dan akhirnya juga membuat beberapa kegiatan juga melibatkan mereka sehingga mereka merasa terfasilitasi. Saya menyampaikan apa saja yang sudah Mas Anies lakukan selama di Jakarta sebagai gubernur kemarin. Banyak perhatiannya dengan teman – teman tuli disini. Misalnya, barista dari teman – teman tuli yang ahli dan kami pekerjaan di tempat kopi. Dan hal itu berlangsung terus sampai sekarang. Jika anda mengetahui, Anak Online Anies (AOA) yang masih terus berjalan dan memperhatikan isu – isu tentang teman tuli dan membuat pelatihan bahasa isyarat serta pelatihan untuk teman – teman tuli. Mungkin walaupun pesta politik ini sudah selesai, tapi dirasa program ini masih sangat bermanfaat”.*

Kemudian dapat kembali dibandingkan dengan pendapat dari Anggota Tim Kampanye Prabowo – Gibran dalam menanggapi komunikasi politik yang dilakukan oleh pasangan Capres dan Cawapres Prabowo – Gibran :

*“Itu sudah pasti.. Semua pasangan calon pastinya punya strateginya masing – masing. Hanya saja, semua kembali lagi gimana caranya mereka konsisten dengan startegi – strategi yang mereka jalanin. Kadang gini mas, sebetulnya banyak sekali startegi yang sudah kami dan tim pemenangan lakukan agar branding pak parbowo dan mas Gibran naik yang sedang viral dan dikenal. Mungkin anda sudah mengethau, branding pak Prabowo seperti apa ? branding gemoy tersebut. Mungkin, itulah branding yang lagi viral banget pada saat – saat kampanye itu, sampai di berbagai sosial media seperti di tiktok, instagra, sehingga melahirkan banyak respon dari kalangan masyarakat, karena masyarakat menyukai hal – hal seperti itu kan. Dan itu juga mungkin dapat dikatakan konsisten, sehingga brandingnya juga dapat menghasilkan satu hal, yaitu kemenangan pak Prabowo dan mas Gibran”*

Komunikasi politik yang dilakukan oleh tim pemenangan pasangan calon presiden dan wakil presiden pada Pilpres 2024, seperti Ganjar – Mahfud, Prabowo – Gibran dan Anies – Muhaimin menunjukkan pendekatan yang beragam dalam menarik suara masyarakat penyandang disabilitas, khususnya tunarungu. Dalam teori komunikasi politik, pendekatan ini dapat dianalisis melalui konsep "inclusive communication" , "personal branding" , dan "two – step flow of communication" .

Tim pemenangan Ganjar – Mahfud menunjukkan pendekatan yang sangat teknis dengan memanfaatkan video kampanye yang dilengkapi subtitle, videotron, dan baliho yang ramah aksesibilitas. Selain itu, mereka juga melibatkan anggota penyandang disabilitas dalam tim pemenangan untuk memastikan bahwa pesan kampanye benar – benar sesuai dengan kebutuhan kelompok ini. Pendekatan ini mencerminkan prinsip "inclusive communication", di mana pesan politik disesuaikan agar dapat diterima oleh semua kelompok masyarakat, termasuk yang memiliki kebutuhan khusus.

Di sisi lain, tim pemenangan Anies – Muhaminim lebih fokus pada pendekatan interpersonal melalui audiensi langsung dengan masyarakat tunarungu. Mereka mengundang masyarakat tunarungu untuk berdiskusi dengan

Anies Baswedan, mendengarkan aspirasi mereka, dan melibatkan mereka dalam program-program konkret seperti pelatihan bahasa isyarat dan pemberdayaan ekonomi (contohnya barista tunarungu). Pendekatan ini sesuai dengan konsep "two – step flow of communication" , di mana informasi disampaikan melalui pemimpin atau figur yang dianggap kredibel oleh masyarakat target, sehingga pesan menjadi lebih efektif.

Sementara itu, tim pemenangan Prabowo – Gibran lebih menekankan pada "personal branding" melalui strategi viral di media sosial, seperti branding "gemoy" yang menjadi tren di TikTok dan Instagram. Meskipun strategi ini berhasil menarik perhatian luas, pendekatan mereka kurang spesifik dalam menjangkau masyarakat tunarungu karena minimnya adaptasi konten untuk kebutuhan aksesibilitas.

Kesamaan dari ketiga pendekatan ini terletak pada upaya untuk membangun hubungan emosional dengan masyarakat melalui komunikasi politik yang relevan. Ketiganya menggunakan platform digital sebagai alat utama untuk menyampaikan pesan politik, baik melalui video, media sosial, atau audiensi langsung. Namun, perbedaan utama terletak pada intensitas dan cara mereka menyesuaikan pesan untuk masyarakat tunarungu.

Ganjar – Mahfud dan Anies – Muhaimin menunjukkan pendekatan yang lebih inklusif dan berbasis solusi konkret, sementara Prabowo – Gibran lebih fokus pada pencitraan modern tanpa memberikan perhatian khusus pada aspek aksesibilitas. Dalam konteks teori komunikasi politik, pendekatan Ganjar – Mahfud dan Anies – Muhaimin lebih sesuai dengan prinsip "policy – oriented communication" dan "targeted communication" , di mana pesan politik difokuskan pada solusi konkret untuk masalah sosial dan disesuaikan dengan kebutuhan audiens target. Sebaliknya, pendekatan Prabowo – Gibran lebih sesuai dengan konsep "personal branding" , yang menekankan pada citra diri dan popularitas melalui media sosial, tetapi kurang efektif dalam memenuhi kebutuhan komunikasi masyarakat tunarungu.

Secara keseluruhan, perbedaan dan kesamaan dalam komunikasi politik ketiga pasangan mencerminkan bagaimana strategi kampanye dapat memengaruhi preferensi politik masyarakat tunarungu. Efektivitas komunikasi politik sangat bergantung pada sejauh mana pesan disesuaikan dengan kebutuhan komunikasi

masyarakat tunarungu, serta kemampuan pasangan capres dan cawapres untuk membangun hubungan emosional dan kepercayaan dengan kelompok ini. Dengan demikian, teori komunikasi politik menjadi kerangka yang relevan untuk memahami bagaimana teknologi dan media sosial digunakan sebagai alat untuk memengaruhi opini dan perilaku politik masyarakat tunarungu. Pendekatan yang paling efektif adalah yang mampu menggabungkan prinsip inklusivitas, personal branding, dan kebijakan konkret, seperti yang ditunjukkan oleh pasangan Ganjar – Mahfud dan Anies – muhaimin.

## **5.2 Kesamaan Hak Politik dan Inklusi Masyarakat Penyandang Disabilitas Tunarungu**

Gabriel Almond berpendapat bahwa partisipasi konvensional dapat dikategorikan sebagai bentuk suatu kegiatan yang dimana pemilihan dilakukan dengan prosedur atau langkah – langkah yang jelas. Salah satu contohnya adalah pasangan calon diketahui dan dikenal oleh masyarakat, terdapat pemilihan secara sportif, adanya diskusi – diskusi yang dilakukan oleh kelompok masyarakat, dan lain sebagainya. Bukan hanya itu, partisipasi politik yang diselenggarakan juga melibatkan siapapun elemen masyarakat di suatu wilayah serta keikutsertaan kelompok – kelompok kepentingan lainnya (Haryani, 2023 : 73).

Dalam penelitian ini, relevansi yang ditemukan dalam partisipasi politik yang dihubungkan dengan pilihan politik masyarakat penyandang disabilitas khususnya masyarakat tunarungu di Jakarta. Pilihan politik masyarakat penyandang disabilitas tunarungu yang menjadi persoalan yang cukup besar agar mereka semua merasa terfasilitasi dalam menjalankan hak pilihnya. Pendapat – pendapat atau argumen yang menjelaskan keterlibatan masyarakat penyandang disabilitas dalam ikut serta pada pemilihan umum 2024 ini sangatlah menjadi pedoman bahwa suara masyarakat penyandang disabilitas di Indonesia terutama di Jakarta adalah satu hal yang terpenting dalam membangun integrasi pemilihan umum di Indonesia.

Relevansi penelitian ini juga dapat diperluas dengan mengaitkan teori komunikasi politik dan teori kampanye politik untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang dinamika pilihan politik masyarakat tunarungu. Dalam konteks ini, teori komunikasi politik menjelaskan bagaimana informasi

politik disampaikan kepada masyarakat, termasuk kelompok marjinal seperti penyandang disabilitas tunarungu, serta bagaimana informasi tersebut memengaruhi preferensi politik mereka. Komunikasi politik yang efektif harus memperhatikan kebutuhan audiens target, termasuk penggunaan media yang aksesibel bagi masyarakat tunarungu, seperti video dengan bahasa isyarat atau teks tertulis yang jelas. Namun, dalam praktiknya, masyarakat tunarungu sering kali menghadapi hambatan dalam mengakses informasi politik karena minimnya adaptasi komunikasi terhadap kebutuhan mereka). Ketidakmampuan untuk mengakses informasi politik secara langsung memengaruhi tingkat partisipasi politik seseorang, karena kurangnya informasi dapat menyebabkan apatisme atau ketidaktahuan terhadap isu-isu politik. Oleh karena itu, penelitian ini relevan karena bertujuan untuk mengidentifikasi sejauh mana strategi komunikasi politik dari tim pemenangan nasional pasangan calon presiden dan wakil presiden, seperti Ganjar – Mahfud, Prabowo – Gibram, serta Anies – Muhaimin, telah memperhatikan kebutuhan komunikasi masyarakat tunarungu.

Selain itu, teori kampanye politik juga menjadi kerangka penting dalam memahami relevansi penelitian ini. Teori kampanye politik menekankan bahwa kampanye yang berhasil adalah kampanye yang mampu menjangkau semua segmen masyarakat, termasuk kelompok minoritas seperti penyandang disabilitas. Kampanye politik tidak hanya berkaitan dengan penyampaian pesan, tetapi juga melibatkan perancangan program dan visi-misi yang responsif terhadap kebutuhan spesifik setiap kelompok masyarakat. Dalam konteks ini, penelitian ini bertujuan untuk menggali sejauh mana isu-isu disabilitas dimasukkan ke dalam agenda kampanye para kandidat pilpres. Hal ini sejalan dengan penelitian oleh Norris (2001) yang menunjukkan bahwa kampanye politik yang inklusif cenderung meningkatkan legitimasi demokrasi, karena mencerminkan komitmen untuk memenuhi hak – hak semua warga negara, termasuk kelompok marjinal. Melalui wawancara dengan tiga masyarakat penyandang disabilitas tunarungu di Jakarta, penelitian ini memberikan gambaran langsung mengenai faktor – faktor yang memengaruhi preferensi politik mereka, seperti aksesibilitas informasi, representasi politik, dan pengalaman sosial yang mereka alami sehari – hari. Faktor – Faktor ini menjadi sangat penting dalam konteks kampanye politik, karena menentukan apakah

masyarakat tunarungu merasa diwakili dan didengar oleh para kandidat. Relevansi penelitian ini juga dapat diperkuat dengan mengacu pada prinsip demokrasi inklusif yang diatur dalam Konvensi Hak-Hak Penyandang Disabilitas (CPRD) Perserikatan Bangsa – Bangsa. CRPD menegaskan bahwa negara – negara berkewajiban untuk memastikan bahwa penyandang disabilitas memiliki akses yang setara terhadap partisipasi politik, termasuk hak untuk memilih dan dipilih, serta hak untuk mendapatkan informasi politik dalam format yang aksesibel.

Dengan mengangkat perspektif masyarakat tunarungu sebagai kelompok marjinal, penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi konkret kepada para pemangku kepentingan, baik dari sisi penyelenggara pemilu maupun peserta pemilu, untuk merancang strategi kampanye dan kebijakan yang lebih inklusif. Misalnya, kampanye politik dapat dirancang dengan menggunakan media audio visual yang dilengkapi dengan bahasa isyarat atau teks deskriptif, sehingga masyarakat tunarungu dapat memahami pesan-pesan politik secara lebih efektif. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat digunakan sebagai dasar untuk mendorong partisipasi politik yang lebih aktif dari masyarakat tunarungu, baik sebagai pemilih maupun sebagai calon pemimpin di masa depan.

Dengan mengintegrasikan teori komunikasi politik dan teori kampanye politik, penelitian ini tidak hanya memberikan kontribusi akademis tetapi juga memiliki dampak praktis dalam meningkatkan kualitas partisipasi politik masyarakat disabilitas di Indonesia. Penelitian ini relevan karena membuka ruang diskusi tentang pentingnya penyediaan informasi politik yang inklusif, serta perlunya strategi kampanye yang responsif terhadap kebutuhan kelompok marjinal seperti masyarakat tunarungu. Pada akhirnya, penelitian ini diharapkan dapat menjadi pijakan awal untuk mendorong transformasi sistemik dalam cara masyarakat dan pemerintah memandang serta melibatkan masyarakat disabilitas dalam proses politik, sehingga demokrasi benar-benar menjadi alat untuk mewujudkan keadilan sosial bagi semua. Relevansi penelitian ini terletak pada urgensi untuk memahami dinamika pilihan politik masyarakat tunarungu di Jakarta, mengidentifikasi sejauh mana isu disabilitas diakomodasi oleh para kandidat pilpres, serta memberikan rekomendasi untuk mendorong partisipasi

politik yang lebih inklusif bagi masyarakat disabilitas. Penelitian ini juga berkontribusi pada pemenuhan hak politik kelompok marjinal, sehingga dapat menjadi landasan bagi pengembangan kebijakan publik yang lebih adil dan inklusif di masa depan.

Dalam mengkaitkan relevansi ini antara wawancara yang dilakukan oleh Tim Pemenangan Nasional dan Masyarakat Penyandang Disabilitas Tunraungu yang dimana penulis menemukan suatu keunikan yang berupa kesamaan atau keterkaitan. Hal ini ditunjukkan dengan penggunaan teknologi atau media sosial sebagai bentuk pengenalan atau media yang digunakan kedua belah pihak dalam mengenalkan dan mengetahui para pasangan Capres dan Cawapres. Hal ini juga menunjukkan bahwa perkembangan teknologi dan media sosial di negara ini sangatlah berpengaruh bagi siapapun yang menggunakannya. Jika diteliti dari wawancara yang dilakukan oleh masyarakat penyandang disabilitas tunarungu, mereka lebih sering mengenal psangan calon dengan menggunakan beberapa aplikasi yang ada di ponselnya seperti aplikasi Tiktok dan Instagram. Hal ini yang membandingkan dengan apa yang disesuaikan dengan keadaan mereka yang dibilang Tuli. Tetapi kembali lagi kepada para pasangan calon, bagaimana mereka menyajikan konten – konten yang berupa kampanye, informasi atau ajakan yang dimana konten tersebut dapat dinikmati dan dipahami oleh masyarakat Tunarungu.

### **5.3 Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Pemilih Masyarakat Penyandang Disabilitas Tunarungu**

Faktor-faktor yang memengaruhi pilihan politik masyarakat penyandang disabilitas, khususnya tunarungu, dalam penelitian dapat dianalisis melalui hasil wawancara dengan masyarakat tunarungu di Jakarta. Faktor – faktor yang dijelaskan berikut ini dapat dikaitkan dengan teori inklusi sosial dan hak politik masyarakat penyandang disabilitas, yang menekankan pentingnya partisipasi setara dalam proses demokrasi.

#### **a. Aksesibilitas Informasi Politik**

Aksesibilitas informasi politik menjadi salah satu faktor utama yang memengaruhi pilihan politik masyarakat tunarungu. Berdasarkan hasil wawancara, masyarakat tunarungu sering kali menghadapi kesulitan dalam

mengakses informasi kampanye karena minimnya alat bantu komunikasi seperti video dengan bahasa isyarat atau teks tertulis yang mudah dipahami. Hal ini menciptakan kesenjangan informasi yang berpotensi membatasi kemampuan mereka untuk membuat keputusan politik yang rasional dan berdasarkan pemahaman yang memadai.

Dalam konteks teori inklusi sosial, aksesibilitas informasi merupakan elemen penting untuk memastikan bahwa kelompok marjinal memiliki kesempatan yang sama untuk berpartisipasi dalam proses demokrasi. Masyarakat penyandang disabilitas sering kali menghadapi hambatan struktural yang membatasi akses mereka terhadap sumber daya dan informasi, termasuk informasi politik. Tanpa akses yang setara, masyarakat tunarungu cenderung merasa terabaikan atau tidak dihargai sebagai bagian dari sistem politik. Oleh karena itu, penyediaan informasi politik dalam format yang aksesibel, seperti penggunaan teknologi multimedia (video dengan bahasa isyarat, teks deskriptif, atau audio), menjadi langkah strategis untuk meningkatkan partisipasi politik mereka.

Selain itu, teori hak politik masyarakat penyandang disabilitas, sebagaimana diatur dalam Konvensi Hak-Hak Penyandang Disabilitas (CRPD), menegaskan bahwa negara berkewajiban untuk memastikan bahwa penyandang disabilitas memiliki akses yang setara terhadap informasi politik. Dengan kata lain, penyediaan informasi politik yang inklusif bukan hanya tanggung jawab moral, tetapi juga kewajiban hukum bagi negara. Dalam konteks Pilpres 2024, penyelenggara pemilu dan peserta pemilu harus memastikan bahwa kampanye mereka dirancang untuk mencakup kebutuhan masyarakat tunarungu, sehingga mereka dapat berpartisipasi secara aktif dalam proses demokrasi.

#### b. Representasi Politik

Representasi politik juga menjadi faktor penting yang memengaruhi pilihan politik masyarakat tunarungu. Hasil wawancara menunjukkan bahwa masyarakat tunarungu cenderung lebih mendukung kandidat yang memiliki rekam jejak baik dalam memperjuangkan hak-hak disabilitas atau yang menjanjikan program-program inklusif bagi kelompok mereka. Hal ini

sejalan dengan teori hak politik masyarakat penyandang disabilitas, yang menekankan bahwa representasi politik harus mencerminkan keberagaman masyarakat, termasuk kelompok disabilitas.

Menurut CRPD, negara berkewajiban untuk memastikan bahwa penyandang disabilitas memiliki akses yang setara terhadap representasi politik, baik sebagai pemilih maupun sebagai calon pemimpin. Representasi ini tidak hanya terbatas pada partisipasi sebagai pemilih, tetapi juga mencakup peluang untuk menjadi calon pemimpin yang dapat memperjuangkan kepentingan kelompok disabilitas di tingkat kebijakan. Dengan kata lain, representasi politik yang inklusif dapat meningkatkan legitimasi demokrasi dengan mencerminkan komitmen untuk memenuhi hak-hak semua warga negara (Wibowo. A dan Sari. R, 2020 : 48 – 58).

Dalam konteks masyarakat tunarungu, representasi politik juga menjadi simbol pengakuan terhadap keberadaan mereka sebagai bagian integral dari masyarakat. Misalnya, jika seorang kandidat secara eksplisit menyuarakan hak-hak disabilitas dalam kampanye mereka, hal ini dapat menjadi daya tarik yang kuat bagi masyarakat tunarungu. Dengan demikian, representasi politik menjadi salah satu faktor yang memperkuat preferensi politik mereka.

#### c. Pengalaman Sosial

Pengalaman sosial yang dialami oleh masyarakat tunarungu dalam kehidupan sehari-hari juga menjadi faktor penting yang memengaruhi pilihan politik mereka. Diskriminasi, stigma, atau ketidakadilan yang mereka alami dalam interaksi sosial sering kali membuat mereka lebih selektif dalam memilih kandidat yang dinilai mampu membawa perubahan positif bagi kelompok mereka.

Teori inklusi sosial menjelaskan bahwa pengalaman sosial yang negatif dapat memperkuat solidaritas kelompok dan mendorong masyarakat tunarungu untuk memilih kandidat yang dianggap mampu memberikan perlindungan dan kesetaraan bagi kelompok disabilitas. Misalnya, jika seorang kandidat memiliki program konkret untuk meningkatkan aksesibilitas transportasi umum atau pendidikan bagi penyandang disabilitas,

hal ini dapat menjadi daya tarik yang kuat bagi masyarakat tunarungu. Dengan demikian, pengalaman sosial tidak hanya memengaruhi identitas politik mereka, tetapi juga menjadi dasar untuk menilai komitmen para kandidat terhadap isu-isu disabilitas. Selain itu, pengalaman sosial juga mencerminkan aspirasi bersama untuk mendapatkan pengakuan dan keadilan dalam sistem demokrasi. Pengalaman sosial yang negatif dapat memperkuat identitas kolektif kelompok disabilitas, yang pada gilirannya memengaruhi preferensi politik mereka. Dalam konteks ini, pengalaman sosial menjadi determinan penting dalam pembentukan identitas politik masyarakat.

Identitas kolektif sebagai bagian dari kelompok disabilitas juga memainkan peran signifikan dalam memengaruhi pilihan politik masyarakat tunarungu. Menurut hasil wawancara, masyarakat tunarungu sering kali merujuk pada nilai-nilai kolektif dan solidaritas kelompok dalam menentukan pilihan politik mereka. Hal ini sejalan dengan penelitian oleh Shakespeare (2013) yang menekankan bahwa identitas kolektif kelompok disabilitas sering kali menjadi dasar dalam pembentukan preferensi politik mereka. Identitas kolektif ini mencerminkan aspirasi bersama untuk mendapatkan pengakuan dan keadilan dalam sistem demokrasi. Misalnya, masyarakat tunarungu mungkin lebih cenderung mendukung kandidat yang secara eksplisit menyuarakan hak-hak disabilitas dalam kampanye mereka, karena hal ini dianggap sebagai bentuk pengakuan terhadap identitas dan kebutuhan kelompok mereka. Dengan demikian, identitas kolektif menjadi salah satu faktor yang memperkuat solidaritas politik di kalangan masyarakat tunarungu.

Teori inklusi sosial juga menjelaskan bahwa identitas kolektif dapat menjadi alat untuk memperjuangkan keadilan sosial dan politik. Identitas kolektif kelompok disabilitas sering kali digunakan sebagai dasar untuk menuntut hak-hak yang selama ini diabaikan oleh sistem politik. Dalam konteks Pilpres 2024, identitas kolektif masyarakat tunarungu dapat menjadi faktor yang memperkuat dukungan mereka terhadap kandidat yang dianggap mampu memperjuangkan kepentingan kelompok mereka.

Semua faktor – faktor yang dijelaskan merupakan hasil penelitian dengan melakukan wawancara secara langsung kepada masyarakat tunarungu. Mereka merasakan banyak hal yang dimana keadilan sebagian diskriminasi selalu datang kepada diri mereka. Banyak yang tidak menyadari bahwa kenyataannya dengan apa yang terjadi di lapangan tidak sesuai dengan apa yang disebarkan kepada publik dalam bentuk visual. Keadilan, keamanan serta kenyamanan kepada masyarakat penyandang disabilitas tunarungu semerta – merta tidak sepenuhnya sampai kepada diri mereka. Hal inilah yang membawa asumsi bahwa semua yang dikatakan oleh para Tim Pemenangan Nasional yang menyatakan bahwa akan lebih mengutamakan hak – hak politik masyarakat penyandang disabilitas tunarungu. Tetapi ketika informasi didapat secara langsung, kenyataannya mereka tidak sepenuhnya menerima semua yang dikatakan oleh Tim Pemenangan Nasional Pasangan Capres dan Cawapres.

