



JURNAL POLITIK PEMERINTAHAN DHARMA PRAJA

e-ISSN 2721-7043 ISSN 1979-8857

Website: <http://ejournal.ipdn.ac.id/JPPDP>

Faculty of Politics Governance, Governance of Home Affairs (IPDN)

JPPDP, Vol 19 No. 1 (2026)

Doi: <https://doi.org/10.33701/jppdp.v19i1.6360>

KAMPANYE POLITIK BERBASIS KEARIFAN LOKAL: ANALISIS KOMUNIKASI POLITIK MELALUI WAYANG GOLEK PADA PILKADA KABUPATEN BANDUNG 2024

Aura Ramadhanisa¹, Riyan Jaelani²

¹Institut Pemerintahan Dalam Negeri, Jl. Ir. Soekarno Km. 20 Jatinangor, Sumedang, 45363

Email: aramadhanisa5@gmail.com, riyan@ipdn.ac.id

*coresponding author

E-mail: riyan@ipdn.ac.id

Abstract

This study analyses the political communication of the candidate pair for Regent and Deputy Regent of Bandung, Dadang Supriatna–Ali Syakieb, through Wayang Golek performances in the 2024 Bandung Regency elections, and identifies the supporting and inhibiting factors that influence its effectiveness. The approach used is descriptive qualitative with data collection techniques through in-depth interviews and documentation studies of puppeteers, party leaders, campaign teams, and community leaders. Data analysis used the Miles and Huberman model, while the theoretical framework used was Cangara's Political Campaign Theory (2023), which includes four indicators: communicator determination, target audience determination, campaign message formulation, and media selection. The results of the study show that political communication through Wayang Golek was successfully implemented based on these four indicators. The puppeteer acted as a credible main communicator; the performances were focused on rural areas as a strategic target segment; the campaign messages contained concrete programmes such as incentives for Quran teachers and the Rutilahu programme; and Wayang Golek proved to be an effective medium thanks to the power of its cultural appeal. Supporting factors included strong traditional values, adaptability to the times, the effectiveness of messages through symbolic narratives, emotional closeness to the community, and high public enthusiasm. Meanwhile, inhibiting factors included limited regional access, cost constraints, and weather factors. This study confirms the relevance of traditional arts and culture as an effective instrument of political communication in the era of digitalisation, particularly in reaching communities with strong local cultural ties.

Keywords: Political Communication; Candidates; Wayang Golek Performances; Regional Elections 2024

Abstrak

Penelitian ini menganalisis komunikasi politik pasangan Calon Bupati dan Wakil Bupati Bandung, Dadang Supriatna–Ali Syakieb, melalui pertunjukan Wayang Golek pada Pilkada

Kabupaten Bandung tahun 2024, serta mengidentifikasi faktor pendukung dan penghambat yang memengaruhi efektivitasnya. Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam dan studi dokumentasi terhadap dalang, ketua partai pengusung, tim pemenangan, dan tokoh masyarakat. Analisis data menggunakan model Miles dan Huberman, sedangkan kerangka teori yang digunakan adalah Teori Kampanye Politik Cangara (2023) yang mencakup empat indikator: penetapan komunikator, penetapan target sasaran, penyusunan pesan kampanye, dan pemilihan media. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi politik melalui Wayang Golek berhasil dilaksanakan berdasarkan keempat indikator tersebut. Dalang berperan sebagai komunikator utama yang kredibel; pertunjukan difokuskan di wilayah pedesaan sebagai segmen sasaran strategis; pesan kampanye memuat program nyata seperti insentif guru ngaji dan program Rutilahu; dan Wayang Golek terbukti menjadi media yang efektif berkat kekuatan daya tarik budayanya. Faktor pendukung meliputi kuatnya nilai tradisi, adaptabilitas terhadap perkembangan zaman, efektivitas pesan melalui narasi simbolik, kedekatan emosional dengan masyarakat, dan tingginya antusiasme publik. Sementara itu, faktor penghambat mencakup keterbatasan akses wilayah, kendala biaya, dan faktor cuaca. Penelitian ini menegaskan relevansi seni budaya tradisional sebagai instrumen komunikasi politik yang efektif di tengah era digitalisasi, khususnya dalam menjangkau masyarakat dengan ikatan budaya lokal yang kuat.

Kata Kunci: Komunikasi Politik; Pasangan Calon; Pertunjukan Wayang Golek; Pilkada 2024

PENDAHULUAN

Komunikasi adalah suatu proses pertukaran pemikiran yang terjadi antara komunikator dan komunikan. Menurut Lasswell (1948), komunikasi adalah proses yang menggambarkan siapa mengatakan apa, kepada siapa, dan dengan efek apa (Pureklolon, 2016). Dalam konteks politik, komunikasi berperan tidak hanya dalam penyebaran informasi, tetapi juga dalam membangun citra positif seorang kandidat atau partai politik. Komunikasi politik memiliki peran sentral dalam menjalankan sistem demokrasi. Melalui komunikasi, para aktor politik dapat menyampaikan informasi, ide, sikap dan nilai-nilai politik kepada masyarakat, yang pada akhirnya membentuk dan mempengaruhi opini publik. Komunikasi politik berfungsi sebagai suatu proses yang menghasilkan informasi, dapat dipublikasikan serta dapat diterima oleh aktor politik, media, dan publik (Seimel, 2025).

Komunikasi politik mengarah kepada suatu langkah untuk menyalurkan informasi serta pengaruh yang terjadi antar individu dengan individu lainnya, kelompok, atau lembaga negara dalam konteks politik. Selain menyampaikan pesan-pesan politik kepada masyarakat, komunikasi politik juga

meliputi strategi, media serta teknik yang akan dipakai untuk menciptakan pendapat umum, membuat citra yang baik, dan mempengaruhi perilaku politik. Komunikasi politik meliputi beberapa jenis wacana yang ada kaitannya dengan politik, misalnya komunikasi resmi, pesan media, serta diskusi online yang menggambarkan adanya dampak dari globalisasi dan media pada isu-isu politik (Zyubina, 2023).

Komunikasi politik para pasangan calon bupati dan wakil bupati dalam Pilkada 2024 akan menjadi sangat penting, karena hal ini membentuk visibilitas pasangan calon dan keterlibatan publik dalam proses pemilu. Strategi komunikasi politik yang efektif sangat penting untuk memobilisasi partisipasi pemilih, terutama di kalangan pemilih pemula dan mereka yang kurang familiar dengan kerangka kerja pemilu (Kamil & Indah, 2022). Mengingat penekanan baru-baru ini pada peningkatan keterlibatan demokratis melalui pendidikan, para pasangan calon didorong untuk mengembangkan upaya komunikasi yang ditargetkan yang bertujuan untuk menumbuhkan pemilih yang termotivasi. Kamil dan Indah menyatakan bahwa pendidikan komunikasi politik dapat secara

signifikan mempersiapkan pemilih muda untuk memproses informasi politik secara efektif, sehingga mereka dapat melihat isu-isu utama dan berkontribusi secara konstruktif dalam diskusi politik (Kamil & Indah, 2022).

Komunikasi politik saat ini telah mengikuti perkembangan zaman yaitu dengan memanfaatkan teknologi informasi media sosial seperti facebook, twitter, instagram, dan platform digital lainnya sebagai alat utama untuk menyebarluaskan informasi. Selain itu, media massa seperti televisi dan radio masih menjadi pilihan populer untuk menjangkau berbagai segmen masyarakat, terutama daerah-daerah yang akses internetnya terbatas. Internet telah muncul pada kalangan masyarakat sosial dan memberikan dampak secara langsung di segala kegiatan politik termasuk dalam komunikasi politik calon kepala daerah. Tidak dapat dipungkiri, proses komunikasi politik saat ini memiliki peranan yang penting sebagai saluran yang dinilai paling efektif dikarenakan terdapat keunggulan yang tidak dimiliki media sebelumnya (Tabroni, 2012).

Dalam konteks Pemilihan Umum Kepala Daerah (Pilkada) 2024 di Indonesia, komunikasi politik di antara para pasangan calon Bupati dan Wakil Bupati ada yang memanfaatkan pertunjukan Wayang Golek sebagai sarana untuk berinteraksi dengan para pemilih sekaligus melestarikan warisan budaya. Wayang Golek, teater boneka kayu tradisional dari Jawa Barat, menawarkan platform yang unik di mana pesan-pesan politik dapat dijalin secara rumit ke dalam narasi yang beresonansi dengan masyarakat setempat. Pertunjukan pasangan calon yang menggunakan media ini tidak hanya bertujuan untuk menyampaikan pesan kampanye mereka, tetapi juga memperkuat ikatan dan apresiasi masyarakat terhadap bentuk-bentuk kesenian asli di tengah-tengah distraksi modern, seperti yang disoroti oleh Azis et al. (2020). Kebangkitan dan pelestarian Wayang Golek melalui kampanye semacam itu menandakan persinggungan penting antara politik dan budaya, meningkatkan relevansi para

kandidat di mata konstituen mereka.

Seiring dengan berkembangnya strategi komunikasi politik, para pasangan calon semakin menyadari pentingnya keterlibatan publik. Sifat pertunjukan Wayang yang hangat, memungkinkan mereka untuk terhubung dengan pemilih secara personal. Bennett et al. (2019) membahas pentingnya kehangatan dan kompetensi yang dirasakan dalam membentuk niat untuk memilih, perlu digarisbawahi bahwa pemilih merespons dengan baik terhadap pasangan calon yang menunjukkan kerendahan hati dan terbuka. Pendekatan ini selaras dengan sifat Wayang Golek yang interaktif dan menarik, yang dapat memfasilitasi dialog antara politisi dan masyarakat. Dengan menyematkan narasi politik mereka dalam bentuk seni yang signifikan secara budaya, para pasangan calon tidak hanya menyebarkan pesan mereka secara efektif tetapi juga menumbuhkan identitas kolektif di antara para pemilih, seperti yang didukung oleh Yogaswara et al. (2020).

Selain itu, dinamika sosial-politik yang terkandung dalam pertunjukan Wayang Golek memainkan peran penting dalam memperkuat pesan-pesan yang berkaitan dengan pemberdayaan masyarakat dan pengembangan karakter, terutama bagi generasi muda. Nilai-nilai yang ditransmisikan melalui pertunjukan ini dapat memperkuat cita-cita kepemimpinan, keterlibatan masyarakat, dan kebanggaan budaya, sehingga mempengaruhi lanskap politik. Sebagai contoh, studi tentang penggambaran karakter dalam pertunjukan mencerminkan kemampuan adaptasi narasi tradisional terhadap isu-isu kontemporer (Fauzi & Bahari, 2023; Islamy et al., 2021), yang menunjukkan bagaimana para pasangan calon dapat memanfaatkan bentuk-bentuk budaya untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yang mendesak.

Penggunaan Wayang Golek sebagai media komunikasi politik tidak hanya meningkatkan visibilitas dan keterkaitan pasangan calon selama Pemilu 2024, tetapi juga memainkan peran penting dalam melestarikan warisan budaya Indonesia yang

kaya. Ketika para kandidat menavigasi kompleksitas persepsi pemilih yang dipengaruhi oleh nilai-nilai budaya, mereka dapat secara efektif menggunakan pertunjukan ini untuk menciptakan narasi yang mudah diingat dan berdampak besar yang beresonansi dengan konstituen mereka, yang pada akhirnya membentuk hasil pemilu dengan cara yang bermakna secara budaya.

Di Kabupaten Bandung, penggunaan Wayang Golek sebagai media komunikasi politik telah dilakukan sejak pilkada tahun 2010 oleh pasangan calon Bupati dan Wakil Bupati Bandung, H. Dadang Naser dan Deden Rumaji. Penggunaan strategi kampanye budaya ini dinilai sukses dalam menarik simpati publik sehingga menjadi salah satu faktor dalam meraih kemenangan. Pada pilkada periode selanjutnya yaitu pilkada 2015 dan pilkada 2020, pemanfaatan Wayang Golek sebagai media kampanye politik juga digunakan oleh salah satu pasangan calon Bupati dan Wakil Bupati Bandung dan pasangan calon tersebut juga meraih kemenangan. Data hasil kemenangan pasangan calon Bupati dan Wakil Bupati Bandung dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 1. Data Hasil Kemenangan Pilkada Kabupaten Bandung

No	Pasangan Calon	Partai Pengusung	Tahun Pilkada	Suara (%)
1	H. Dadang Naser – Deden Rumaji	Golkar	2010	53,24
2	Dadang Naser – Gun Gun Gunawan	Independen	2015	64,28
3	Dadang Supriatna – Sahrul Gunawan	PKB	2020	56,01

Sumber: Diolah Penulis (KPU Kab. Bandung, 2024), 2024

Berdasarkan data tersebut, terlihat bahwa pada tiga periode penyelenggaraan pemilihan Bupati dan Wakil Bupati Bandung, pasangan calon yang



memanfaatkan pertunjukan wayang golek sebagai sarana komunikasi politik berhasil memperoleh kemenangan. Kondisi ini menunjukkan bahwa penggunaan media seni dan budaya lokal, khususnya wayang golek, memiliki kontribusi dalam memengaruhi peningkatan dukungan serta perolehan suara masyarakat di Kabupaten Bandung. Namun demikian, korelasi historis ini tidak serta merta membuktikan kausalitas, mengingat variabel pemenang sangat beragam; namun data tersebut menunjukkan pola yang menarik untuk dikaji lebih lanjut.

Pilkada tahun 2024 di Kabupaten Bandung, diikuti oleh 2 (dua) pasangan calon Bupati dan Wakil Bupati yaitu pasangan calon nomor urut 1: Syahrul Gunawan–Gun Gun Gunawan; dan pasangan calon nomor urut 2 Dadang Supriatna–Ali Syakieb. Hal ini sebagaimana telah ditetapkan oleh KPU Kabupaten Bandung dan dirilis dalam akun instagramnya.

Gambar 1. Pasangan Calon Bupati dan Wakil Bupati Bandung Tahun 2024

Sumber: Akun IG KPU Kab. Bandung (@kpukabBandung), 2024

Dari kedua pasangan calon tersebut, pasangan calon nomor urut 2 dalam proses kampanye menggunakan media pertunjukan Wayang Golek sebagaimana dilakukan pada pilkada periode sebelumnya. Strategi ini dilakukan tentunya untuk menarik suara masyarakat pada saat pemilihan dan memperoleh kemenangan. Hal ini dapat dilihat dari akun instagramnya calon Bupati Bandung, Dadang Supriatna (@dadangsupriatna) yang juga merupakan petahana.

Gambar 2. Pertunjukan Wayang Golek yang Digelar Pasangan Calon No. Urut 2
Sumber: Akun IG Dadang Supriatna (@dadangsupriatna), 2024

Komunikasi politik melalui pertunjukan politik dalam pemilihan kepala daerah telah banyak diteliti. Dalam penelitian oleh Romli et al. (2020) dijelaskan bahwa dalang wayang golek memainkan peran penting dalam tahap perencanaan kampanye politik. Mereka memilih cerita yang sesuai dan merancang narasi yang dapat menarik minat penonton. Penelitian ini menunjukkan bagaimana komunikasi yang dibangun dalang dengan klien (calon politik) selama perencanaan sangatlah penting untuk efektivitas kampanye yang dilakukan melalui media pertunjukan ini. Penelitian lainnya menunjukkan bahwa pertunjukan wayang golek dapat mengakomodasi berbagai aspek politik lokal, termasuk dalam kampanye di Kabupaten Bandung. Di sini, wayang golek diposisikan sebagai media untuk menyampaikan aspirasi rakyat dan mengolaborasi strategi komunikasi politik di antara para kandidat (Yogaswara et al., 2020).

Selanjutnya, penelitian Yogaswara et al. (2020) juga menegaskan bahwa wayang golek telah menjadi media komunikasi yang sangat populer di kalangan masyarakat lokal, mencerminkan dan memperkuat identitas budaya Sunda. Daya tarik dari pertunjukan ini terletak pada kemampuannya untuk mengembangkan kedekatan emosional dengan audiens, sehingga pesan politik yang

disampaikan dapat diterima lebih baik. Hal ini sejalan dengan hasil studi yang menunjukkan bahwa komunikasi politik melalui seni pertunjukan, seperti wayang golek, mampu menciptakan interaksi positif antara politisi dan pemilih, serta membangun kepercayaan masyarakat (Limelta & Paramita, 2020).

Pentingnya kombinasi media tradisional dan modern juga terlihat dalam analisis pola pemilihan media untuk kampanye politik. Misalnya, dalam penelitian mengenai Pilkada Kota Tanjungpinang, baik media massa maupun media sosial terbukti efektif sebagai saluran komunikasi politik, namun kualitas dan kedalaman interaksi yang ditawarkan oleh pertunjukan seperti wayang golek menawarkan kekayaan naratif yang tidak bisa dicapai oleh media lainnya (Sophia & Noviwiniarti, 2019).

Berbagai teori telah banyak mengemukakan tentang komunikasi politik salah satunya seperti yang dikemukakan oleh Cangara (2023) yaitu teori kampanye politik. Menurut Cangara (2023) kampanye politik merupakan suatu kegiatan komunikasi yang bertujuan untuk membuat orang lain memiliki wawasan, berperilaku, dan berpikir seperti apa yang diinginkan oleh pemberi informasi. Terdapat beberapa poin penting yang dapat mendukung pelaksanaan kampanye politik tersebut seperti penetapan komunikator, menetapkan target sasaran, menyusun pesan-pesan politik dan pemilihan media.

Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: Bagaimana komunikasi politik pasangan Calon Bupati dan Wakil Bupati Bandung, Dadang Supriatna–Ali Syakieb, melalui pertunjukan Wayang Golek pada Pilkada Kabupaten Bandung 2024 dianalisis melalui kerangka Teori Kampanye Politik Cangara (2023), serta faktor apa saja yang mendukung dan menghambat efektivitasnya. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis praktik komunikasi politik melalui Wayang Golek berdasarkan empat indikator kampanye politik (penetapan komunikator, target sasaran, pesan

kampanye, dan pemilihan media), sekaligus mengidentifikasi faktor pendukung dan penghambat yang memengaruhi efektivitasnya. Secara akademis, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya khazanah ilmu komunikasi politik, khususnya dalam konteks pemanfaatan seni budaya tradisional sebagai instrumen kampanye politik di era digitalisasi. Secara praktis, temuan ini dapat menjadi referensi bagi praktisi politik, tim sukses, dan pemangku kepentingan lainnya dalam merancang strategi komunikasi politik yang efektif berbasis kearifan lokal.

Meskipun penelitian terdahulu telah mengkaji penggunaan wayang golek dalam kampanye politik, seperti yang dilakukan oleh (Yogaswara et al., 2020) pada Pilkada Kabupaten Bandung periode 2016–2021 dan (Romli et al., 2020) yang berfokus pada pola komunikasi antara dalang dan klien politik, kajian-kajian tersebut belum secara komprehensif menganalisis keempat indikator kampanye politik sekaligus, yaitu penetapan komunikator, target sasaran, penyusunan pesan, dan pemilihan media, dalam satu konteks Pilkada yang sama. Selain itu, penelitian sebelumnya belum menelaah secara mendalam faktor pendukung dan penghambat komunikasi politik melalui pertunjukan wayang golek pada konteks Pilkada 2024 yang berlangsung di tengah era digitalisasi dan dominasi media sosial. Kebaruan penelitian ini bersifat tiga lapis. Pertama, secara teoretis, penelitian ini mengoperasionalkan kerangka Kampanye Politik Cangara (2023) secara penuh dan terintegrasi bukan sekadar menggunakannya sebagai label klasifikasi untuk menganalisis secara mendalam bagaimana masing-masing indikator (komunikator, target sasaran, pesan, dan media) saling berinteraksi dalam konteks seni pertunjukan tradisional. Langkah ini mengisi kesenjangan teoritis yang ada pada kajian terdahulu, di mana teori kampanye politik seringkali digunakan secara parsial atau deskriptif semata. Kedua, secara kontekstual, penelitian ini secara khusus mengkaji penggunaan Wayang Golek sebagai instrumen komunikasi politik pada Pilkada 2024, yang berlangsung di tengah tekanan masif digitalisasi kampanye,

sehingga memberikan kontribusi empiris terbaru terhadap perdebatan mengenai relevansi media budaya tradisional di era *post-digital*. Ketiga, secara analitis, penelitian ini melampaui deskripsi fenomena dengan mengidentifikasi faktor pendukung dan penghambat secara sistematis termasuk dimensi relasional antara kandidat dan dalang yang belum dibahas dalam kajian-kajian sebelumnya (Romli et al., 2020; Yogaswara et al., 2020).

KERANGKA TEORI

Penelitian ini berpijak pada Teori Kampanye Politik yang dikemukakan oleh Cangara (2023), yang mendefinisikan kampanye politik sebagai serangkaian kegiatan komunikasi terencana dan terstruktur yang bertujuan mempengaruhi pengetahuan, sikap, dan perilaku khalayak sasaran dalam konteks kontestasi elektoral. Teori ini mengoperasionalkan proses kampanye ke dalam empat indikator utama, yaitu: penetapan komunikator yang kredibel dan kompeten, penentuan target sasaran berdasarkan segmentasi demografis dan psikografis, penyusunan pesan kampanye yang persuasif dan kontekstual, serta pemilihan media yang tepat sesuai karakteristik audiens. Dalam penelitian ini, keempat indikator tersebut tidak sekadar digunakan sebagai kategori deskriptif, melainkan difungsikan sebagai lensa analitis untuk menguji sejauh mana praktik komunikasi politik melalui Wayang Golek memenuhi, mengadaptasi, atau bahkan melampaui prasyarat ideal dari masing-masing indikator. Secara konkret, setiap indikator dioperasionalkan melalui pertanyaan analitis yang spesifik: pada indikator komunikator, dianalisis apakah posisi dalang memenuhi kriteria kredibilitas dan kompetensi yang disyaratkan teori; pada indikator target sasaran, dikaji apakah segmentasi pedesaan didasarkan pada pertimbangan demografis dan psikografis yang terencana; pada indikator pesan, ditelaah apakah konten kampanye bersifat persuasif dan kontekstual; serta pada indikator media, dinilai apakah Wayang Golek dipilih secara strategis berdasarkan

karakteristik audiens. Dengan pendekatan analitis ini, teori kampanye Cangara menjadi instrumen yang produktif untuk mengevaluasi efektivitas komunikasi politik berbasis budaya lokal, bukan hanya sebagai kerangka penamaan fenomena. Berdasarkan sintesis tersebut, dirumuskan proposisi analitis: komunikasi politik melalui Wayang Golek akan memenuhi keempat indikator Cangara secara optimal apabila terdapat keselarasan antara kredibilitas komunikator, karakteristik audiens, relevansi pesan, dan daya tarik medium budaya.

Kajian terdahulu menunjukkan bahwa penggunaan seni pertunjukan tradisional dalam kampanye politik di Indonesia bukanlah fenomena baru, namun riset yang secara sistematis mengintegrasikan keempat indikator kampanye politik Cangara dalam satu konteks Pilkada masih terbatas (Romli et al., 2020; Yogaswara et al., 2020). Elias (2020) menegaskan bahwa Wayang telah lama berfungsi sebagai instrumen mediasi identitas politik di Indonesia, khususnya dalam masa-masa transisi politik. Sementara itu, Bennett et al. (2019) menggarisbawahi pentingnya kehangatan dan kompetensi yang dirasakan pemilih terhadap kandidat, dua dimensi yang secara alamiah terfasilitasi melalui pertunjukan Wayang Golek yang bersifat interaktif dan emosional. Sintesis atas berbagai kajian ini menempatkan penelitian ini pada posisi yang khas: menganalisis komunikasi politik berbasis budaya lokal dengan instrumen teoritik yang terstruktur, dalam konteks Pilkada 2024 yang berlangsung di tengah tekanan digitalisasi kampanye.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, yaitu pendekatan yang bertujuan untuk memahami fenomena secara mendalam dan kontekstual dalam kondisi alamiahnya tanpa memanipulasi objek yang diteliti. Menurut Sugiyono & Sutopo (2021), penelitian kualitatif adalah penelitian yang berlandaskan pada paradigma postpositivisme/interpretif, di mana peneliti

menjadi instrumen kunci dalam proses pengumpulan dan analisis data secara induktif guna memahami makna, keunikan, dan konstruksi fenomena sosial. Pendekatan ini dipilih karena sesuai dengan tujuan penelitian yang berfokus pada eksplorasi dan pemahaman mendalam tentang proses, strategi, dan dinamika komunikasi politik melalui pertunjukan Wayang Golek yang bersifat kontekstual dan kaya nuansa budaya.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan dua cara, yaitu wawancara mendalam (*in-depth interview*) dan studi dokumentasi. Wawancara mendalam dilakukan secara semi-terstruktur untuk menggali informasi yang komprehensif dari para informan mengenai proses perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi komunikasi politik melalui pertunjukan Wayang Golek. Studi dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan dan menganalisis dokumen-dokumen yang relevan, seperti unggahan media sosial, foto-foto pertunjukan, dan data perolehan suara dari KPU Kabupaten Bandung. Informan dalam penelitian ini dipilih secara purposif berdasarkan keterlibatan dan pengetahuan langsung mereka terhadap fenomena yang diteliti. Informan sebanyak 6 orang yang terdiri atas: Dalang dari Padepokan Giri Harja, selaku komunikator utama dalam pertunjukan (i1), Sekretaris Dewan Tanfidz PKB Kabupaten Bandung, selaku perwakilan partai pengusung (i2), Anggota Tim Pemenangan tingkat kabupaten (i3) serta 3 (tiga) tokoh masyarakat yang hadir dalam pertunjukan Wayang Golek di wilayah penelitian, yaitu Ketua RT 03 Desa Sindanglaya, Kecamatan Cimenyan (i4), Ketua RW 04 Desa Drawati, Kecamatan Paseh (i5), dan Sekretaris Desa Pinggir Sari, Kecamatan Arjasari (i6). Pemilihan keenam informan tersebut didasarkan pada pertimbangan bahwa mereka merupakan pihak-pihak yang paling memiliki pengetahuan langsung (*first-hand knowledge*) terhadap proses perencanaan dan pelaksanaan komunikasi politik melalui Wayang Golek. Peneliti menyadari bahwa komposisi informan dalam penelitian ini tidak mencakup pihak pasangan calon nomor

urut 1 (Syahrul Gunawan–Gun Gun Gunawan) sebagai pembanding atau ‘pihak lawan’ dalam kontestasi. Ketidakhadiran perspektif oposisi ini merupakan keterbatasan metodologis yang perlu diakui secara transparan, dan berpotensi menghasilkan bias konfirmasi dalam pemaknaan data. Untuk mengantisipasi bias tersebut, peneliti menggunakan triangulasi sumber secara konsisten, yakni dengan mengkonfirmasi setiap temuan dari informan pelaku kampanye (i1, i2, i3) kepada informan masyarakat independen (i4, i5, i6) yang tidak memiliki afiliasi langsung dengan tim pemenang. Perbedaan atau konvergensi perspektif di antara kedua kelompok informan ini dijadikan dasar interpretasi yang lebih berimbang. Penelitian lanjutan disarankan untuk menyertakan informan dari pihak kompetitor sebagai pembanding guna menghasilkan analisis yang lebih komprehensif.

Teknik analisis data menggunakan model analisis interaktif Miles et al. (2014) yang terdiri atas empat tahap, yaitu: (1) pengumpulan data, yakni seluruh data dari wawancara dan dokumentasi dikumpulkan secara sistematis; (2) reduksi data, yakni data yang terkumpul disederhanakan, difokuskan, dan dipilah sesuai dengan relevansinya terhadap fokus penelitian; (3) penyajian data, yakni data yang telah direduksi disajikan dalam bentuk uraian naratif yang terstruktur berdasarkan empat indikator Teori Kampanye Politik Cangara (2023); dan (4) penarikan kesimpulan dan verifikasi, yakni simpulan dirumuskan secara induktif berdasarkan pola-pola yang muncul dari data. Keabsahan data dijamin melalui teknik triangulasi sumber, yaitu dengan membandingkan dan mengkonfirmasi informasi yang diperoleh dari informan yang berbeda untuk memastikan konsistensi dan kredibilitas temuan. Lokasi penelitian ditetapkan di Kabupaten Bandung, Jawa Barat, mencakup beberapa kecamatan yang menjadi lokasi pelaksanaan pertunjukan Wayang Golek dalam rangka kampanye Pilkada 2024, yaitu Kecamatan Cimenyan, Kecamatan Paseh, dan Kecamatan Arjasari. Penelitian dilaksanakan pada bulan Januari

2025, setelah pelaksanaan Pilkada Kabupaten Bandung tahun 2024. Penetapan waktu penelitian pasca-pilkada ini disertai pertimbangan metodologis yang disadari sepenuhnya oleh peneliti. Di satu sisi, wawancara yang dilakukan setelah Pilkada memungkinkan informan memberikan refleksi yang lebih matang dan terstruktur mengenai proses kampanye yang telah usai, serta memungkinkan peneliti mengkonfirmasi klaim-klaim efektivitas dengan data hasil suara yang sudah tersedia dari KPU. Di sisi lain, peneliti mengakui bahwa pengetahuan informan atas hasil kemenangan pasangan calon nomor urut 2 berpotensi menciptakan efek retrospektif, di mana narasi tentang keberhasilan komunikasi melalui Wayang Golek mungkin diperkuat oleh bias konfirmasi pasca-kemenangan. Untuk memitigasi risiko ini, peneliti secara konsisten memisahkan antara klaim kausalitas (Wayang Golek menyebabkan kemenangan) dengan klaim deskriptif (Wayang Golek digunakan sebagai medium kampanye dengan karakteristik tertentu), dan hanya menarik kesimpulan pada tataran deskriptif-analitis berdasarkan empat indikator teori yang telah ditetapkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Di era digitalisasi saat ini, komunikasi politik pasangan calon kepala daerah pada masa kampanye banyak yang memanfaatkan media sosial seperti instagram, tiktok, youtube, dan lain lain. Tren dominasi media digital dalam kampanye politik telah terdokumentasi secara luas dalam berbagai studi dan laporan pemantauan pemilu. Penelitian ini secara khusus mengkaji fenomena yang berbeda dari tren dominan tersebut, yakni pilihan strategis pasangan calon nomor urut 2 yang memilih media tradisional Wayang Golek sebagai instrumen utama komunikasi politiknya. Pilihan strategis ini dilakukan tentunya untuk menarik suara masyarakat pada saat pemilihan, dengan memanfaatkan kedekatan budaya sebagai modal sosial yang tidak dimiliki oleh media digital.

Untuk menganalisis bagaimana komunikasi politik pasangan calon Bupati

dan Wakil Bupati Bandung melalui pertunjukan wayang golek pada pilkada 2024, dengan menggunakan Teori Kampanye Politik menurut Cangara (2023) yang menyebutkan 4 (empat) poin penting dalam mendukung kampanye politik yaitu penetapan komunikator, menetapkan target sasaran, menyusun pesan-pesan kampanye, dan pemilihan media.

Penetapan Komunikator

Penetapan komunikator merupakan suatu proses pemilihan atau penunjukan seseorang atau kelompok yang akan menjadi narasumber untuk menyampaikan pesan kepada audiens. Komunikator mempunyai peranan penting dalam setiap aktivitas komunikasi seperti mengirimkan informasi, pengirim pesan, dan pihak yang memiliki tanggungjawab atas keberhasilan atau kegagalan dari komunikasi tersebut. Seorang komunikator juga dituntut untuk terampil dalam berkomunikasi, daya kreativitas tinggi, serta mampu mempengaruhi opini publik untuk mencapai tujuan (Cangara, 2023).

Komunikator dalam komunikasi politik harus memiliki pengetahuan dan keahlian dalam bidang tertentu. Komunikasi politik yang dilakukan melalui pertunjukan Wayang Golek, telah ditetapkan dalang sebagai komunikator yang ahli. Dalang dipercaya dan dihormati oleh masyarakat dalam menyampaikan pesan-pesan sosial, moral, dan juga politik. Hal ini sebagaimana disampaikan oleh i1:

“Figur dalang dalam menyampaikan pesan sudah dipercaya oleh masyarakat dari beberapa puluh tahun kebelakang dari zaman dahulu dalang-dalang kasepuhan yang disebut walisongo. Dalang juga disebut sebagai guru spiritual dalam pagelaran wayang golek yang dipercaya oleh masyarakat hingga saat ini. Otomatis penyampaian politik melalui seni pertunjukan wayang golek sangat diapresiasi oleh masyarakat karena kepercayaan yang sudah terbentuk. Sebenarnya masyarakat sudah mengetahui realita

dalam berpolitik tetapi karena wayang golek mempunyai daya tarik tertentu sehingga pertunjukan wayang golek dapat diterima oleh masyarakat.” (Hasil Wawancara, 9 Januari 2025)

Lebih lanjut, i1 juga menyampaikan bahwa dalam pertunjukan Wayang Golek, dalang harus memiliki strategi khusus dalam membangun kedekatan dengan masyarakat.

“Dalam suatu pagelaran dalang yang sudah dikenal oleh masyarakat bisa langsung dipercaya oleh masyarakat, seolah-olah dekat dengan masyarakat. Tetapi melalui cerita, seorang dalang harus bisa mengumpulkan konsentrasi penonton patokannya di adegan pembuka. Itu merupakan kunci agar masyarakat tidak meninggalkan pagelaran tersebut. Jika adegan pembuka menarik maka masyarakat tidak akan pergi dan pesan yang disampaikan akan didengar oleh masyarakat.” (Hasil Wawancara, 9 Januari 2025)

Adapun alasan pemilihan pertunjukan Wayang Golek sebagai media komunikasi politik yang dilakukan oleh pasangan calon Bupati dan Wakil Bupati Bandung pada pilkada 2024 sebagaimana disampaikan oleh i2:

“Kalau berbicara wayang golek adalah salah satu budaya terutama budaya Sunda. Wayang golek juga merupakan ikon Kabupaten Bandung, warisan budaya Jelegong. Bapak Dadang Supriatna ingin mendekatkan diri dengan masyarakat, melestarikan budaya lokal dan juga mempromosikan budaya tersebut. Kalau dulu jika ingin menonton wayang golek harus menunggu orang yang mengadakan hajatan karena memang wayang golek itu mahal. Wayang golek terbilang langka makannya masyarakat sangat antusias hingga pada saat pertunjukan dapat hadir seribu bahkan lebih masyarakat.” (Hasil Wawancara, 9 Januari 2025)

Hal senada juga diungkapkan oleh i3 tentang alasan pemilihan pertunjukkan Wayang Golek sebagai media komunikasi politik yang dilakukan oleh pasangan Calon Bupati dan Wakil Bupati Bandung nomor urut 2 pada pilkada 2024:

“Alasannya karena Pak Dadang Supriatna dan Ali Syakieb itu ingin memimpin di Kabupaten Bandung, ciri khas Sunda dri zaman dahulu samapi sekarang yaitu wayang golek. Selain itu adanya kedekatan antara keluarga almarhum Asep Sunandar dengan keluarga Bapak Dadang Supriatna itu sangat dekat. Dengan adanya hubungan yang dekat tersebut dapat lebih mudah untuk mengundang pertunjukan wayang golek. Wayang golek kalau saya perhatikan dalam pertunjukannya menyindir tapi tidak tersindir, kita dimarahi tetapi tidak merasa dimarahi. Itulah manfaat dari seni khususnya wayang golek. Apalagi Bapak Dadang Supriatna selalu menggunakan pertunjukan wayang golek di Kabupaten Bandung, menambah banyak dukungan karena keluarga giri harja ada di setiap pelosok jadi menarik masyarakat untuk menonton karena melihat Bapak DS menggunakan wayang golek.” (Hasil Wawancara, 7 Januari 2025)

Dari pernyataan diatas dapat disimpulkan dalam komunikasi politik melalui pertunjukan wayang golek, penentuan komunikator menjadi faktor penentu keberhasilan penyampaian pesan. Dalam hal ini dalang menjadi komunikator utama, dipilih karena memiliki keahlian, kredibilitas, dan kepercayaan dari masyarakat yang telah terbangun sejak zaman dahulu. Elias (2020) menyatakan bahwa wayang telah memediasi identitas politik di Indonesia, terutama selama perubahan politik yang signifikan, seperti era Reformasi, sehingga memosisikannya sebagai instrumen penting untuk propaganda politik dan pembentukan identitas di berbagai periode dalam sejarah Indonesia. Demikian pula, Fauzi & Bahari (2023)

meneliti bagaimana pertunjukan wayang golek mewujudkan tradisi dan simbol budaya yang memengaruhi kegiatan masyarakat dan interaksi sosial, menyoroti peran pertunjukan ini sebagai warisan budaya dan media untuk menyebarkan tema-tema politik kontemporer. Kemampuan adaptasi wayang golek terhadap isu-isu modern semakin menegaskan relevansinya. Nurrochsyam et al. (2023) menekankan kreativitas dalang dalam menjawab tantangan masyarakat saat ini, dengan menunjukkan bagaimana mereka menggunakan narasi tradisional untuk merefleksikan nilai-nilai kontemporer dan komentar politik. Fleksibilitas pertunjukan wayang memungkinkan adanya ruang yang terus berkembang di mana narasi politik dapat dibuat untuk beresonansi dengan sentimen publik, memperkuat perannya sebagai komunikator utama dalam budaya politik Indonesia.

Berdasarkan uraian di atas, dalang dan pertunjukan wayang golek memiliki kaitan erat dengan komunikasi politik, yang berfungsi sebagai ekspresi artistik dan media yang ampuh untuk wacana politik dan sosial. Peran multifaset ini menekankan pentingnya warisan budaya yang tidak hanya menghibur, tetapi juga dalam membentuk narasi politik yang mencerminkan dan mempengaruhi masyarakat yang beragam.

Secara evaluatif, indikator penetapan komunikator terpenuhi secara optimal. Dalang memenuhi seluruh kriteria kredibilitas (kepercayaan masyarakat, kedudukan spiritual, keahlian artistik) dan kompetensi (kemampuan bercerita, adaptasi narasi, penguasaan isu kontemporer) yang disyaratkan Cangara (2023). Tidak ditemukan adaptasi signifikan terhadap indikator ini, melainkan penguatan melalui dimensi kultural yang melekat pada figur dalang dalam tradisi Sunda.

Menetapkan Target Sasaran

Menetapkan target sasaran dalam komunikasi politik artinya memahami dan mengidentifikasi individu atau kelompok yang dinilai mendapat pengaruh dari pesan politik tersebut. Target sasaran dalam hal ini

yaitu khalayak sasaran. Khalayak sasaran merupakan sekelompok orang yang menjadi fokus utama dari suatu kegiatan komunikasi (Cangara, 2023).

Pertunjukan wayang golek, sebagai warisan budaya Indonesia, telah terbukti berfungsi sebagai sarana komunikasi politik yang efektif, menjangkau berbagai lapisan masyarakat dan menyampaikan pesan-pesan politik dengan cara yang mudah dipahami. Menentukan target sasaran dari komunikasi politik melalui pertunjukan wayang golek memerlukan pemahaman yang mendalam tentang audiens dan konteks sosial-kultural yang ada. Hal ini sebagaimana diungkapkan oleh i2:

“Tidak ada audiens utama karena yang menonton wayang golek itu dari usia tua sampai usia muda bahkan genial dengan berbagai niat, mungkin bagi usia tua kadang menyaksikan wayang golek harus tau judulnya apa, ceritanya gimana. Tetapi untuk usia muda atau generasi milenial yang dikampungnya belum pernah sehingga menjadi penasaran.” (Hasil Wawancara 9 Januari 2025)

Pertunjukan wayang golek pada masa kampanye yang dilakukan oleh pasangan Calon Bupati dan Wakil Bupati Bandung nomor urut 2 pada pilkada 2024 hanya dilakukan di beberapa kecamatan. Hal ini disebabkan karena keterbatasan waktu dan juga adanya faktor pertimbangan mengenai respon dari masyarakat. Pertunjukan wayang golek dilaksanakan di daerah pedesaan dimana masyarakat akan sangat antusias untuk menontonnya. Hal ini diungkapkan oleh i2:

“Itu merupakan bagian dari strategi dan hasil bacaan jadi tidak mungkin kita menyamaratakan. Jangan-jangan untuk di daerah perkotaan kurang laku itu merupakan hasil bacaan. Selain itu juga memang waktu karena tidak terburu pada saat masa kampanye. Pada saat itu beliau hanya bisa turun ke 190 titik bisa turun ke lapangan.” (Hasil Wawancara 9 Januari 2025)

Hal berbeda diungkapkan oleh i1 yang mengungkapkan:

“Kalau zaman dahulu wayang golek dikhususkan untuk kekuatan, setelah munculnya di berbagai media sosial wayang golek dipagelarkan di hajatan, sosialisasi, acara politik, dan juga tokoh agamapun menggunakan pertunjukan wayang golek. Dan pertunjukan wayang golek dapat dilaksanakan di perkampungan ataupun diperkotaan.” (Hasil Wawancara 9 Januari 2025)

Wayang golek memiliki daya tarik lintas generasi, suatu klaim yang dikonfirmasi oleh data lapangan penelitian ini. Informan i2 menyatakan bahwa pada setiap pertunjukan Wayang Golek dalam rangkaian kampanye, hadir lebih dari seribu penonton dari berbagai kelompok usia: dari kalangan lansia yang hadir untuk menghayati cerita dan musik, hingga generasi muda yang hadir karena rasa penasaran terhadap seni yang jarang mereka saksikan langsung. Informan i4 dan i6 mengonfirmasi hal serupa, dengan menyebutkan bahwa di desa-desa tempat pertunjukan digelar, antusiasme masyarakat sangat tinggi, bahkan warga dari desa-desa sekitar turut hadir. Pada hal ini tim kampanye melakukan segmentasi dengan memfokuskan pertunjukan di daerah pedesaan. Asumsi bahwa masyarakat pedesaan lebih antusias mencerminkan pertimbangan konteks, prediksi respons, dan keterbatasan waktu. Di sisi lain, dalang Wishnu Sunarya menyoroti fleksibilitas wayang golek yang merambah berbagai acara dan lokasi, menunjukkan adaptasinya terhadap perubahan zaman. Strategi penggunaan wayang golek menegaskan efektivitas seni tradisional sebagai media komunikasi politik, terutama di pedesaan, dengan pesan yang menarik dan menghibur.

Salah satu strategi yang digunakan dalam komunikasi politik dengan wayang golek adalah pemetaan sosial yang mempertimbangkan karakteristik demografis komunitas. Menurut Yogaswara et al. (2020), perencanaan kampanye politik yang menjadikan wayang golek sebagai

media harus mempertimbangkan karakteristik audiens, termasuk kecintaan mereka terhadap budaya lokal. Dalam hal ini, cara menarik perhatian masyarakat yang mencintai seni pertunjukan adalah dengan menciptakan cerita yang relevan dengan isu saat ini, yang dapat menyentuh emosi dan kepentingan masyarakat.

Selain itu, menurut Azis et al. (2020), nilai-nilai yang dipresentasikan dalam pertunjukan wayang golek tidak hanya berfungsi untuk menghibur tetapi juga membawa pesan moral terkait nasionalisme dan nilai-nilai budaya yang penting dalam masyarakat. Mengedukasi audiens tentang kepentingan politik dan sosial melalui pertunjukan ini dapat membantu memperkuat kesadaran politik di kalangan generasi muda, menjadikannya target sasaran yang strategis dalam komunikasi politik.

Pentingnya segmentasi audiens juga tak bisa diabaikan. Wayang golek dapat disesuaikan untuk menjalankan misi tersebut dengan menargetkan kelompok usia tertentu atau segmen masyarakat berdasarkan latar belakang budaya dan sosial. Seperti yang diangkat oleh Fauzi & Bahari (2023), pertunjukan wayang golek yang tetap relevan dengan konteks sosial dan budaya masyarakat dapat memperkuat identitas kolektif yang berdampak pada politik lokal dan regional. Dengan melakukan ini, pertunjukan mampu menciptakan koneksi yang lebih mendalam antara isi pesan politik dan audiens yang dituju.

Penetapan target sasaran dari komunikasi politik melalui pertunjukan wayang golek melibatkan analisis mendalam tentang audiens, pengintegrasian isi pesan yang relevan, dan penggunaan strategi emosional secara efektif. Dengan pendekatan yang tepat, pertunjukan wayang golek tidak hanya menjadi media hiburan, tetapi juga alat yang signifikan untuk mempengaruhi dan membentuk opini publik dalam konteks politik.

Dari perspektif indikator target sasaran, terdapat nuansa adaptasi terhadap kerangka Cangara (2023). Segmentasi yang dilakukan tim kampanye fokus pada wilayah

pedesaan yang lebih bersifat intuitif-eksperensial berdasarkan pengalaman pilkada sebelumnya, ketimbang didasarkan pada data demografis dan psikografis yang terencana secara sistematis. Meskipun keputusan ini terbukti strategis, sesungguhnya terdapat gap antara praktik lapangan dan prasyarat ideal teori mengenai penetapan target sasaran berbasis data. Dengan demikian, indikator ini terpenuhi secara parsial yakni efektif dalam eksekusi namun kurang rigor dalam fondasi perencanaan.

Menyusun Pesan-Pesan Kampanye

Menyusun pesan-pesan kampanye adalah suatu proses merancang, membahas, dan mengembangkan pesan-pesan komunikasi yang bertujuan untuk mempengaruhi khalayak sasaran dalam konteks kampanye. Menyusun pesan-pesan kampanye harus memperhatikan beberapa hal seperti memahami khalayak sasaran, menyampaikan pesan-pesan menggunakan bahasa yang jelas dan sederhana, pesan yang disampaikan persuasif dan menarik, dan juga memberikan informasi kepada khalayak (Cangara, 2023).

Pertunjukan wayang golek berfungsi sebagai alat yang kuat dalam komunikasi politik, terutama dalam mengemas pesan-pesan kampanye yang dapat menjangkau dan memengaruhi masyarakat luas. Dalam konteks ini, penyusunan pesan kampanye melalui wayang golek tidak hanya mempertimbangkan tema politik yang relevan, tetapi juga bahasa simbolis yang digunakan untuk menyampaikan nilai-nilai, visi, dan misi kandidat atau partai politik. Pesan-pesan yang disampaikan dalam pertunjukan wayang golek semua bergantung kepada tujuan yang akan dicapai. Dalam hal ini pertunjukan wayang golek dilaksanakan untuk kampanye politik yaitu menyampaikan pesan-pesan politik kepada masyarakat. Pesan-pesan politik yang disampaikan oleh pasangan Calon Bupati dan Wakil Bupati Bandung nomor urut 2 yaitu mengenai program kerja yang telah direalisasikan dan akan menjadi program kerja lanjutan yaitu insentif guru ngaji,

harapannya agar anak-anak mendapatkan sekolah agama untuk belajar al-qur'an serta menambah mata pelajaran muatan lokal di sekolah agar bisa baca huruf al-qur'an. Selain itu adanya program rutilahu yang diberikan kepada fakir miskin yang rumahnya sudah tidak layak. Hal ini sebagaimana diungkapkan oleh i3:

“Bapak Dadang Supriatna ingin mencalonkan diri sebagai Bupati Bandung yaitu ingin membebaskan kewajiban orang tua terhadap anaknya dibidang agama khususnya buta huruf al-qur'an, agar orang tua menitipkan anaknya kepada guru ngaji agar belajar al-qur'an. Selain itu Bapak DS memperhatikan fakir miskin dengan melaksanakan program Rutilahu.” (Hasil Wawancara 7 Januari 2025)

Disisi lain terdapat tantangan yang dirasakan oleh Dalang dalam menyampaikan pesan politik kepada masyarakat jika pasangan Calon bukan dari kelompok petahana. Hal ini diungkapkan oleh i1:

“Dalang juga harus up to date mengetahui konflik terkini agar menarik masyarakat. Dalang harus bisa memberikan keinginan masyarakat, soalnya masyarakat yang menonton wayang golek mau konteks kontra politik atau hajatan biasa, dalang tetap harus menguasai berbagai aspek baik di bidang pemerintahan, ekonomi, keagamaan, pembawaan cerita, penjiwaan itu semua harus dalang kuasai supaya menarik dan diminati oleh masyarakat. Adapun yang menjadi tantangan dalam menyampaikan pesan-pesan politik kepada masyarakat ketika pasangan calon yang baru mencalonkan diri menjadi bupati dan wakil bupati, sulit membangun kepercayaan masyarakat untuk calon yang belum terpilih mengenai program kerja yang akan dilaksanakan. Selain itu dalang dituntut untuk menguasai bahasa-bahasa dan kata-kata yang menarik untuk menghipnotis penonton.” (Hasil Wawancara 9

Januari 2025)

Pendapat dari masyarakat mengenai pesan-pesan yang disampaikan mengenai pertunjukan wayang golek penting dalam mengetahui efek yang ditimbulkan. Dengan adanya pertunjukan wayang golek pesan-pesan yang disampaikan membuat masyarakat mengetahui program yang akan dilaksanakan dan yang sudah terealisasi. Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan bersama i4:

“Pertunjukan wayang golek diselenggarakan dalam rangka bunga desa untuk menyampaikan informasi, program-program serta sosialisasi kepada masyarakat agar masyarakat mengetahui secara langsung. masyarakat sangat antusias dari daerah mana-mana untuk menonton.” (Hasil Wawancara 13 Januari 2025).

Hal lain juga diungkapkan oleh i5:

“Yang disampaikan lewat pertunjukan wayang golek mengenai prosedur beliau, program kerja beliau, mau bagaimana kedepannya, program kerja yang sudah terealisasi dan yang akan dilaksanakan kedepannya oleh pak Dadang.” (Hasil Wawancara 12 Januari 2025)

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Falah (2024), pesan kampanye yang jelas dan konsisten sangat penting dalam membangun citra positif kandidat pemilu. Dalam pertunjukan wayang golek, dalang dapat memilih cerita dan karakter yang relevan dengan isu politik terkini sambil menjaga konsistensi dengan nilai-nilai yang ingin disampaikan. Misalnya, seorang dalang dapat menggunakan karakter pahlawan yang memperjuangkan keadilan untuk membangun citra kandidat yang memiliki komitmen terhadap hak asasi manusia dan keadilan sosial. Selanjutnya, pengemasan pesan kampanye harus mencerminkan kebutuhan dan aspirasi pemilih. Menurut Aziz (2021), pesan yang disampaikan dalam

kampanye harus mampu membangkitkan kebutuhan pribadi pemilih. Dalam konteks wayang golek, pesan tersebut dapat disampaikan melalui dialog dan interaksi karakter yang mencerminkan harapan serta aspirasi masyarakat. Dengan cara ini, pertunjukan tidak hanya menjadi media hiburan tetapi juga tempat dialog yang produktif.

Efektivitas pesan kampanye dalam pertunjukan wayang golek juga dipengaruhi oleh unsur komunikasi non-verbal yang kuat. Seperti yang dijelaskan oleh Wicaksana et al. (2023), elemen visual dan simbolis dalam wayang golek, seperti penampilan karakter dan pergerakan, dapat menambah daya tarik pesan yang ingin disampaikan. Misalnya, penggunaan kostum yang khas dan simbol-simbol budaya yang kuat dapat membantu audiens mengingat pesan dan merasa terhubung secara emosional dengan apa yang ditampilkan. Selain itu, Wadi et al. (2024) menggarisbawahi pentingnya penerapan nilai-nilai dalam pesan kampanye, terutama nilai-nilai yang bisa memperkuat karakter masyarakat. Dalam pertunjukan wayang golek, dalang dapat mengintegrasikan nilai-nilai seperti gotong royong, kejujuran, dan toleransi melalui cerita yang akan disampaikan. Dengan demikian, para penonton tidak hanya terhibur, tetapi juga teredukasi dan terinspirasi untuk mempraktikkan nilai-nilai tersebut dalam kehidupan sehari-hari.

Namun, di samping semua itu, penting juga untuk memastikan bahwa pesan yang disampaikan relevan dengan konteks sosial-politik yang ada. Hasil penelitian oleh Wadi et al. (2024) menunjukkan bahwa narasi dalam pertunjukan wayang golek harus mampu mengakomodasi perkembangan zaman dan tantangan sosial saat ini untuk tetap relevan dan efektif. Pesan-pesan kampanye yang mencerminkan realitas dan tantangan yang dihadapi masyarakat sehari-hari akan lebih mudah diterima dan memberikan dampak signifikan. Menyusun pesan-pesan kampanye melalui pertunjukan wayang golek adalah proses yang mencakup penggabungan antara nilai-nilai politik,

identitas budaya, dan kebutuhan masyarakat. Melalui penyampaian yang kreatif dan relevan, wayang golek dapat menjadi jembatan antara kandidat politik dan pemilih, menjadikannya alat yang efektif dalam komunikasi politik.

Dalam indikator penyusunan pesan kampanye, temuan menunjukkan pemenuhan yang kuat terhadap prasyarat Cangara (2023). Pesan-pesan yang disampaikan bersifat persuasif (menggunakan narasi simbolik dan humor), kontekstual (berakar pada masalah lokal seperti kualitas rumah dan pendidikan agama), dan sederhana (diterjemahkan dalam bahasa sehari-hari yang mudah dicerna). Adaptasi yang terjadi adalah penggunaan metafora budaya sebagai pengganti argumen rasional-legal yang umumnya dominan dalam kampanye modern. Pendekatan ini justru meningkatkan daya rekat pesan di kalangan audiens dengan ikatan budaya kuat, meskipun mungkin kurang efektif bagi segmen pemilih yang mengutamakan rasionalitas politik institusional.

Pemilihan Media

Ketepatan pemilihan media komunikasi mempunyai peranan yang sangat penting dalam efektivitas kampanye politik. Pemilihan media yang tepat harus didasarkan pada pemahaman mendalam tentang khalayak sasaran, mencakup karakteristik usia, pendidikan, dan preferensi media. Media yang dipilih harus mampu menyampaikan pesan secara jelas dan efisien (Cangara, 2023).

Pemilihan media dalam komunikasi politik melalui pertunjukan wayang golek sangat penting agar pesan-pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh masyarakat. Wayang golek, sebagai salah satu bentuk seni pertunjukan tradisional di Indonesia, memiliki potensi besar untuk menyampaikan isu-isu politik dan sosial melalui simbolisme, narasi, dan karakter-karakternya yang dikenal luas oleh publik. Meskipun wayang golek merupakan media tradisional dalam menyampaikan komunikasi tetapi masih tetap digandrungi

dan diminati oleh masyarakat. Dengan menggunakan media tradisional ini mampu menarik perhatian masyarakat untuk menyaksikannya. Selain itu masyarakat juga dapat menerima dengan baik pesan-pesan yang disampaikan melalui cerita yang dibawakan oleh Dalang. Hal tersebut diungkapkan oleh i1:

“Karena dari dulu sampai sekarang seni budaya yang bertahan dan masih di gandrungi oleh masyarakat yaitu wayang golek, wayang golek mewakili beberapa golongan masyarakat. Amanat dari Abah Asep Sunandar Sunarya bahwa wayang golek harus mencakup seluruh lapisan masyarakat seperti dari tokoh agama, preman, masyarakat, petani, budayawan. Maka dari itu wayang itu harus menguasai beberapa aspek baik dari seni drama, tari, musik, dan lain-lain. Selain itu wayang golek juga sudah dikenal oleh negara lain adanya pertukaran budaya luar dengan budaya Indonesia.” (Hasil Wawancara 9 Januari 2025)

Hal serupa disampaikan oleh yaitu i3:

“Bapak Dadang Supriatna menggunakan pertunjukan wayang golek dalam komunikasi kepada masyarakat salah satu alasannya karena adanya kedekatan dengan keluarga Dalang Asep Sunandar, Keluarga Bapak Asep Sunandar itu banyak dan tersebar dimana-mana jadi kemungkinan besar keluarga Bapak Asep Sunandar akan mendukung dan membantu, selain itu pertunjukan wayang golek juga menarik bagi masyarakat. Tidak hanya melalui pertunjukan wayang golek tetapi diadakan juga kumpulan forum untuk menyampaikan program yang dapat diresapi oleh masyarakat dan dibenarkan pikiran.” (Hasil Wawancara 7 Januari 2025)

Komunikasi politik menggunakan pertunjukan wayang golek hingga saat ini masih mudah diterima oleh masyarakat.

Dengan adanya media sosial membantu penyebaran berita dan juga penyampaian pesan-pesan politik lebih cepat tersebar kepada masyarakat. Penyampaian pesan-pesan melalui pertunjukan wayang golek unik dan menarik mampu memikat perhatian masyarakat untuk menonton. Hal ini sesuai yang diungkapkan oleh i6:

“Kalau lihat masyarakat pada saat pertunjukan wayang golek antusias, hampir semua datang khususnya daerah yang dekat dengan lokasi. Pesan-pesan yang disampaikan dapat dimengerti oleh masyarakat soalnya masyarakat memperhatikan, terutama di desa Pinggir Sari baru pertama kali adanya pertunjukan wayang golek.” (Hasil Wawancara 16 Januari 2025)

Pendapat lain mengemukakan hal yang serupa yakni diungkapkan oleh tokoh masyarakat yaitu i4:

“masyarakat sangat memperhatikan pertunjukan tersebut dan pesan-pesan yang disampaikan dapat dimengerti oleh masyarakat, sehingga pesan yang disampaikan dapat diterima oleh masyarakat.” (Hasil Wawancara 13 Januari 2025)

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan bahwa pertunjukan wayang golek telah membuktikan sebagai media komunikasi politik yang efektif dan relevan, bahkan ditengah pesatnya perkembangan teknologi. Hal ini tidak terlepas dari kombinasi unik antara daya tarik tradisional yang abadi, kemampuan adaptasi dengan zaman, efektivitas dalam menyampaikan pesan, timbulnya kedekatan dengan masyarakat dan antusias publik yang tinggi. Daya tarik tradisional wayang golek terletak pada nilai budaya dan hiburan yang kuat, mampu menarik perhatian dari berbagai lapisan usia dan latar belakang.

Relevansi budaya yang dimiliki oleh wayang golek sebagai media komunikasi politik sangat jelas. Menurut Yogaswara et al. (2020) wayang golek telah terbukti

menjadi media komunikasi yang efektif di kalangan masyarakat Sunda, dengan kemampuan untuk menarik penonton dari berbagai usia dan latar belakang. Penggunaan media ini dapat menjadikan pesan politik lebih akrab bagi masyarakat, mengingat wayang golek merupakan bagian integral dari budaya mereka, dan menciptakan setting yang mendukung diskusi mengenai isu-isu politik. Selanjutnya, media pertunjukan juga memainkan peranan penting dalam membangun toleransi dan kesadaran sosial. Harjianto et al. (2021) menunjukkan bahwa wayang golek dapat digunakan sebagai alat untuk mempromosikan nilai-nilai toleransi dalam konteks pendidikan perdamaian. Hal ini menunjukkan bahwa pemilihan wayang golek sebagai media mampu menyampaikan pesan-pesan sosial yang kritis dengan cara yang lebih lembut dan lebih dapat diterima oleh banyak orang.

Di sisi lain, penting juga untuk mempertimbangkan bagaimana media modern dapat mengakomodasi pertunjukan wayang golek. Seiring dengan kemajuan teknologi, wayang golek kini dapat disajikan dalam format yang lebih inovatif, seperti ke dalam bentuk animasi dan konten digital. Menurut Prilosadoso et al. (2019) pengembangan media animasi wayang beber dapat membantu memperkenalkan tradisi wayang kepada generasi muda melalui teknologi informasi. Hal ini memungkinkan media tradisional untuk bersaing dengan platform digital lainnya dan menjangkau audiens yang lebih luas. Dalam konteks ini, media yang dipilih untuk komunikasi politik haruslah memiliki kemampuan untuk menyampaikan pesan dengan jelas dan efektif. Wayang golek, dengan kemampuannya untuk mengadaptasi cerita dan karakternya, dapat membahas isu-isu politik yang kompleks dengan cara yang lebih dapat diterima masyarakat. Dengan bentuk pertunjukan yang dinamis dan desain yang visual, pesan-pesan politik pun dapat dibungkus dalam cara yang menarik, seperti yang ditunjukkan oleh Nurrohmah et al. (2023) dimana wayang juga berfungsi sebagai medium edukasi dan penyebaran

informasi.

Pemilihan media komunikasi politik melalui pertunjukan wayang golek harus mempertimbangkan aspek budaya, relevansi komunitas, kemajuan teknologi, dan kemampuan media untuk menyampaikan pesan dengan efektif. Dengan memanfaatkan kekuatan wayang golek, ikatan sosial dapat diperkuat, sekaligus membantu membentuk kesadaran politik masyarakat yang lebih baik.

Indikator pemilihan media terpenuhi dengan sangat baik. Wayang Golek dipilih secara strategis berdasarkan karakteristik audiens (masyarakat Sunda dengan ikatan budaya kuat), daya tarik inherent (hiburan, edukasi, dan spiritualitas), serta kemampuan media untuk menciptakan ruang interaksi tatap muka yang tidak dapat direplikasi media digital. Keputusan ini sejalan dengan prasyarat Cangara (2023) mengenai pemilihan media yang tepat sesuai karakteristik audiens. Adaptasi yang terjadi adalah pemanfaatan jaringan sosial keluarga dalang (Giri Harja) sebagai infrastruktur pendukung distribusi dan mobilisasi penonton, sebuah dimensi yang tidak tercakup dalam kerangka teori konvensional namun menjadi faktor kritis dalam konteks ini.

Faktor Pendukung dan Penghambat

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi, teridentifikasi lima faktor utama yang mendukung keberhasilan komunikasi politik melalui Wayang Golek. Pertama, kuatnya daya tarik tradisional sebagai identitas budaya Sunda yang melekat dalam memori kolektif masyarakat. Kedua, kemampuan adaptasi pertunjukan terhadap perkembangan zaman dan isu-isu kontemporer, yang menunjukkan fleksibilitas dalang dalam menjawab kebutuhan audiens. Ketiga, efektivitas narasi simbolik dalam menyampaikan pesan politik secara tidak langsung namun tetap mengena, sehingga mengurangi resistensi dari penonton. Keempat, terciptanya kedekatan emosional antara kandidat dan masyarakat melalui medium budaya yang hangat dan interaktif. Kelima, tingginya antusiasme

publik yang ditunjukkan dengan kehadiran ribuan penonton di setiap lokasi pertunjukan, sebuah indikator *proxy* dari minat dan perhatian masyarakat yang signifikan.

Di sisi lain, terdapat tiga faktor penghambat yang dihadapi. Pertama, keterbatasan akses geografis ke seluruh wilayah Kabupaten Bandung yang luas, yang membatasi jangkauan pertunjukan (hanya 190 titik dari total ratusan desa). Kedua, kendala biaya penyelenggaraan pertunjukan yang relatif tinggi, termasuk honorarium dalang, logistik peralatan, dan konsumsi penonton. Ketiga, gangguan faktor cuaca di beberapa lokasi yang memaksa pembatalan atau penundaan pertunjukan. Ketiga faktor ini membatasi skala dan frekuensi kampanye, meskipun tidak mengurangi efektivitas pertunjukan yang memang berlangsung.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa komunikasi politik pasangan Calon Bupati dan Wakil Bupati Bandung, Dadang Supriatna–Ali Syakieb, melalui pertunjukan Wayang Golek pada Pilkada Kabupaten Bandung tahun 2024 berhasil dilaksanakan berdasarkan empat indikator Teori Kampanye Politik Cangara (2023). Pertama, dari aspek penetapan komunikator, dalang terbukti menjadi komunikator utama yang efektif karena memiliki kredibilitas, kepercayaan, dan kedekatan emosional yang telah terbangun di tengah masyarakat sejak lama. Posisi dalang sebagai figur budaya sekaligus guru spiritual menjadikannya mampu menyampaikan pesan-pesan politik secara persuasif tanpa menimbulkan resistensi dari penonton. Kedua, dari aspek penetapan target sasaran, tim kampanye secara strategis memfokuskan pertunjukan di wilayah pedesaan yang memiliki keterikatan budaya lebih kuat terhadap Wayang Golek, dengan mempertimbangkan keterbatasan waktu kampanye dan prediksi respons masyarakat. Ketiga, dari aspek penyusunan pesan kampanye, pesan-pesan yang disampaikan bersifat konkret dan relevan dengan kebutuhan masyarakat, mencakup program insentif guru ngaji, peningkatan

literasi Al-Qur'an, serta program Rumah Tidak Layak Huni (Rutilahu) bagi fakir miskin, sehingga mudah dipahami dan diterima oleh masyarakat. Keempat, dari aspek pemilihan media, Wayang Golek terbukti sebagai pilihan media yang tepat karena memiliki daya tarik budaya yang kuat, mampu menjangkau lintas generasi, dan menciptakan ruang komunikasi yang hangat serta interaktif antara kandidat dan pemilih.

Faktor-faktor yang mendukung keberhasilan komunikasi politik melalui Wayang Golek meliputi kuatnya daya tarik tradisional sebagai identitas budaya Sunda, kemampuan adaptasi pertunjukan terhadap perkembangan zaman dan isu-isu kontemporer, efektivitas narasi simbolik dalam menyampaikan pesan secara tidak langsung namun tetap mengena, terciptanya kedekatan emosional antara kandidat dan masyarakat, serta tingginya antusiasme publik yang ditunjukkan dengan kehadiran ribuan penonton di setiap lokasi pertunjukan. Sebaliknya, faktor penghambat yang dihadapi mencakup keterbatasan akses geografis ke seluruh wilayah Kabupaten Bandung, kendala biaya penyelenggaraan pertunjukan yang relatif tinggi, dan gangguan faktor cuaca di beberapa lokasi. Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa seni budaya tradisional seperti Wayang Golek tetap relevan dan efektif sebagai instrumen komunikasi politik di era digitalisasi, khususnya dalam menjangkau masyarakat yang memiliki ikatan kuat dengan identitas budaya lokal. Temuan ini membuka peluang bagi penelitian lanjutan untuk mengeksplorasi efektivitas media budaya serupa pada konteks pilkada di daerah lain, serta mengkaji secara lebih mendalam dampak jangka panjang penggunaan seni tradisional terhadap partisipasi politik dan pembentukan preferensi pemilih. Secara teoretis, penelitian ini memberikan tiga kontribusi utama terhadap Teori Kampanye Politik Cangara (2023). Pertama, memperluas domain aplikasi teori dari konteks kampanye modern ke medium budaya tradisional, yang memvalidasi kelenturan (*flexibility*)

kerangka tersebut. Kedua, mengidentifikasi dimensi tambahan yakni kedekatan emosional dan koneksi kultural sebagai variabel mediasi yang memperkuat hubungan antara indikator kampanye dan efektivitasnya, variabel yang belum terartikulasikan secara eksplisit dalam literatur kampanye politik konvensional. Ketiga, menunjukkan bahwa dalam konteks budaya lokal yang kuat, hierarki indikator efektivitas kampanye dapat berbeda dari yang diasumsikan dalam kerangka universalistis, dengan dimensi afektif-kultural memegang peranan dominan ketimbang dimensi rasional-instrumental. Kontribusi ini memperkaya pemahaman tentang bagaimana teori komunikasi politik barat dapat dikontekstualisasikan dalam setting demokrasi lokal Indonesia.

DAFTAR REFERENSI

- Azis, A., Komalasari, K., & Masyitoh, I. S. (2020). Strengthening Young Generation Characters in the Disruption Era Through the Internalization of Wayang Golek Values. *Sosiohumaniora*, 22(3), 356. <https://doi.org/10.24198/sosiohumaniora.v22i3.26162>
- Aziz, A. (2021). Pola Komunikasi Politik Partai Keadilan Sejahtera Pada Kampanye Pemilu 2004 Di Wilayah Jakarta Timur. *Jurnal Citizenship Virtues*, 1(1), 69–82. <https://doi.org/10.37640/jcv.v1i1.920>
- Bennett, A., Malone, C., Cheatham, K., & Saligram, N. (2019). The Impact of Perceptions of Politician Brand Warmth and Competence on Voting Intentions. *Journal of Product & Brand Management*, 28(2), 256–273. <https://doi.org/10.1108/jpbm-09-2017-1562>
- Cangara, H. (2023). *Komunikasi Politik: Konsep, Teori, dan Strategi*. Rajawali Press.
- Elias, S. (2020). Comparative Analysis of Indonesian Presidents' Identities in Wayang During the Reformasi Era. *Insaniyat Journal of Islam and Humanities*, 5(1), 1–10. <https://doi.org/10.15408/insaniyat.v5i1.15718>
- Falah, Z. (2024). Peran Komunikasi Politik Dalam Membentuk Citra Kandidat Pemilu. *Syntax Idea*, 5(9), 1867–1876. <https://doi.org/10.46799/syntax-idea.v5i9.2876>
- Fauzi, R. P., & Bahari, N. (2023). The Wayang Golek Performance as One of the Variety of the Artists of the Pup That Are Available on the Island of Java. *Runtas*, 1(1), 64–78. <https://doi.org/10.33153/runtas.v1i1.5103>
- Geertz, C. (1973). *The Interpretation of Cultures*. Basic Books, Inc., Publishers.
- Harjianto, F. H., Handarini, D. M., & Setiyowati, A. J. (2021). Promoting Students' Tolerance Awareness in the Context of Peace Education Through Wayang Golek. *Progcouns Journal of Professionals in Guidance and Counseling*, 2(2), 73–80. <https://doi.org/10.21831/progcouns.v2i2.43223>
- Islamy, M. R. F., Abdussalam, A., & Adzkia, G. (2021). The Dynamics of Wayang Golek in Pandemic and Globalization: Traditional Art Sustainability. *El Harakah Jurnal Budaya Islam*, 23(2), 311–325. <https://doi.org/10.18860/eh.v23i2.13290>
- Kamil, I., & Indah, D. (2022). Political Communication Education for Beginner Voters in Convenient Regional Head Elections in 2024. *Qalamuna Jurnal Pendidikan Sosial*

- Dan Agama*, 14(2), 855–868. <https://doi.org/10.37680/qalamuna.v14i2.3767>
- Lasswell, H. D. (1948). *The Structure and Function of Communication in Society* (Bryson, Ed.). Harper and Row.
- Limelta, A., & Paramita, S. (2020). Makna Wayang Golek Si Cepot Pada Masyarakat Sunda Milenial Dan Generasi Z. *Koneksi*, 4(1), 22. <https://doi.org/10.24912/kn.v4i1.6496>
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook (3rd ed.)*. Sage Publications.
- Nurrochsyam, W., Hendarta, A. S. b., Purwana, S., Dwinanto, A., Khair, m L., & Wasito, U. (2023). Towards Re-Enchantment of the Wayang Puppet Theatre: Puppeteers as Agents of Morality in the Contemporary Indonesian Society. *Isvs*, 10(11), 277–293. <https://doi.org/10.61275/isvsej-2023-10-11-18>
- Nurrohmah, S., Putra, R. A., & Khadiq, K. (2023). Cultural Da'wah in the Millenial Era: Studi on Wayangaji Ki Miko Cakcoy. *Ajis Academic Journal of Islamic Studies*, 8(2), 290–312. <https://doi.org/10.29240/ajis.v8i2.8330>
- Prilosadoso, B. H., Pujiono, B., Supeni, S., & Setyawan, B. W. (2019). Wayang Beber Animation Media as an Effort for Preserving Wayang Tradition Based on Information and Technology. *Journal of Physics Conference Series*, 1339(1), 12109. <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1339/1/012109>
- Pureklolon, T. T. (2016). *Komunikasi Politik (Mempertahankan Integritas Akademisi, Politikus, dan Negarawan)*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Romli, N. A., Anindhita, W., & Rosdiani, K. (2020). Pola Komunikasi Dalang Wayang Golek Dengan Klien Dalam Tahap Perencanaan Kampanye Politik Menggunakan Pertunjukan Wayang Golek. *Altasia Jurnal Pariwisata Indonesia*, 2(2), 134–140. <https://doi.org/10.37253/altasia.v2i2.555>
- Seimel, A. (2025). Political Communication in the Real World: Evidence from A Natural Experiment in Germany. *Political Science Research and Methods*, 13(2), 282–297. <https://doi.org/10.1017/psrm.2024.3>
- Sophia, U., & Noviwintarti, N. (2019). Pemetaan Media Massa Dan Media Sosial Sebagai Saluran Komunikasi Politik Pada Pilkada Kota Tanjungpinang 2018. *Jurnal Riset Komunikasi*, 2(2), 184–201. <https://doi.org/10.24329/jurkom.v2i2.66>
- Sugiyono & Sutopo. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Alfabeta.
- Tabroni, R. (2012). *Komunikasi Politik pada Era Multimedia*. Simbiosis Rekatama Media.
- Wadi, A., Masjhoedi, S., Lestari, W., & Prawiyogi, A. G. (2024). Pengembangan Nilai-Nilai Filosofis Pertunjukan Wayang Golek Ajen Lakon Rahwana Pejah Korea Bagi Pendidikan Karakter Pancasila Siswa Sekolah Dasar Berbasis Wordwall (Quiz). *Buana Ilmu*, 8(2), 180–196. <https://doi.org/10.36805/bi.v8i2.7254>
- Wicaksana, M. A., Ritonga, A. W., Agustian, A. R., & Dasuki, K. (2023). Implementasi Nilai Dakwah

- Islamiyah Dalam Seni Wayang Golek Untuk Peningkatan Karakter Masyarakat. *Jurnal Kajian Islam Modern*, 9(01), 77–88. <https://doi.org/10.56406/jkim.v9i01.201>
- Yogaswara, Y., Setianti, Y., & Subekti, P. (2020). Pengelolaan Kampanye Politik Pasangan Sabdaguna Melalui Pagelaran Wayang Golek Dalam Pemilukada Kabupaten Bandung Periode 2016-2021. *Gunahumas*, 1(1), 1–20. <https://doi.org/10.17509/ghm.v1i1.28375>
- Zyubina, I. (2023). Political Discourse As a Subject of Research in Linguistics. *Enadakultura*. <https://doi.org/10.52340/lac.2023.30.03>