

The Influence of the Attacking Strategy in the Presidential Candidate Debate on Electability

Pengaruh Strategi Saling Serang dalam Debat Capres terhadap Elektabilitas

Rafi Kurniawan

Abstract

The influence of attacking strategies in presidential candidate debates on electability is a pivotal aspect of political communication and campaign strategies. This study explores the dynamics of such debates in the context of the 2024 Indonesian Presidential Election, focusing on the direct and indirect impacts of interpersonal attacks among candidates on their electability. Political debates, serving as a crucial platform for candidates to articulate their visions, policies, and leadership qualities, potentially shape voter perceptions and decisions. However, the effectiveness of aggressive confrontation over substantive discussion has been subject to scrutiny. Our qualitative research method employs a normative legal framework to examine existing legal principles and regulations, alongside a comprehensive literature review and analysis of primary and secondary data sources.

The findings reveal that while debates are significant for public engagement and voter education, the attacking strategy tends to have limited influence on changing voter preferences, particularly in a polarized electorate. Surveys post-debates indicate minimal shifts in electability, suggesting that voters' decisions are influenced by a multitude of factors beyond debate performance, including social media campaigns, political advertisements, and specific issues of public concern. The study underscores the need for a more constructive and issue-focused debate format, which could offer more substantial insights into candidates' competencies and policy proposals, rather than focusing on personal attacks. This approach may better serve the democratic process by enabling voters to make more informed choices based on clear and detailed visions and plans from the candidates.

Keywords: *Presidential Debate, Electability, Political Communication, Campaign Strategies, Voter Perception.*

Abstrak

Pengaruh strategi saling serang dalam debat calon presiden terhadap elektabilitas merupakan aspek krusial dalam komunikasi politik dan strategi kampanye. Penelitian ini mengeksplorasi dinamika debat semacam itu dalam konteks Pemilihan Presiden Indonesia 2024, dengan fokus pada dampak langsung dan tidak langsung serangan antarpersonal antar kandidat terhadap elektabilitas mereka. Debat politik, yang berfungsi sebagai platform penting bagi kandidat untuk mengartikulasikan visi, kebijakan, dan kualitas kepemimpinan mereka, berpotensi membentuk persepsi dan keputusan pemilih. Namun, efektivitas konfrontasi agresif dibandingkan diskusi substantif telah menjadi subjek pengawasan. Metode penelitian kualitatif kami menggunakan kerangka kerja hukum normatif untuk memeriksa prinsip-prinsip hukum dan regulasi yang ada, bersama

dengan tinjauan literatur yang komprehensif dan analisis sumber data primer dan sekunder.

Temuan menunjukkan bahwa sementara debat signifikan untuk keterlibatan publik dan edukasi pemilih, strategi serangan cenderung memiliki pengaruh terbatas dalam mengubah preferensi pemilih, khususnya dalam elektorat yang terpolarisasi. Survei pasca-debat menunjukkan pergeseran minimal dalam elektabilitas, mengindikasikan bahwa keputusan pemilih dipengaruhi oleh berbagai faktor di luar performa debat, termasuk kampanye media sosial, iklan politik, dan isu-isu spesifik yang menjadi perhatian publik. Studi ini menekankan perlunya format debat yang lebih konstruktif dan berfokus pada isu, yang dapat menawarkan wawasan yang lebih substansial mengenai kompetensi dan proposal kebijakan kandidat, daripada fokus pada serangan personal. Pendekatan ini dapat lebih baik melayani proses demokrasi dengan memungkinkan pemilih membuat pilihan yang lebih terinformasi berdasarkan visi dan rencana yang jelas dan terperinci dari kandidat.

Kata Kunci : Debat Presiden, Elektabilitas, Komunikasi Politik, Strategi Kampanye, Persepsi Pemilih.

A. PENDAHULUAN

Seorang calon Presiden didefinisikan sebagai individu yang berpotensi untuk memimpin pemerintahan atau negara. Di sisi lain, calon Wakil Presiden diartikan sebagai individu yang berpotensi menggantikan posisi kepala pemerintahan atau negara dalam keadaan seperti kematian, pengunduran diri, pemecatan, ketidakmampuan untuk menjalankan tugas, atau keengganan untuk melaksanakan tugas tersebut (Subhi, 2014). Menurut peraturan perundang-undangan pemilihan presiden, istilah yang digunakan untuk menyebut calon Presiden adalah “Pasangan Calon Presiden dan Wakil Presiden”, yang kemudian disingkat menjadi “Pasangan Calon”. Ini merujuk pada duo yang diusulkan oleh partai politik atau koalisi partai politik yang memenuhi kriteria tertentu untuk ikut serta dalam pemilihan umum Presiden dan Wakil Presiden, sebagaimana diatur dalam Pasal 1 ayat (4) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 2008 tentang Pemilihan Umum Presiden dan Wakil Presiden.

Kegiatan pemilihan Presiden dirancang untuk memikat partisipasi publik dalam proses pemilihan melalui serangkaian kegiatan politik. Kegiatan ini termasuk kampanye yang dilakukan melalui berbagai media seperti radio, televisi, spanduk, media cetak, pamflet, selebaran, dan komunikasi langsung antarindividu, baik melalui pertemuan tatap muka atau lobi. Tujuannya adalah untuk meyakinkan pemilih dengan menyampaikan program, prinsip, ideologi, dan janji politik dari para peserta pemilu, sehingga pemilih dapat membuat keputusan informasi saat memilih wakil mereka dalam lembaga legislatif dan eksekutif (Octovina et al., 2022)

Dalam konteks kegiatan politik, komunikasi politik berperan vital dan berdampak signifikan. Menurut Galnoor (dalam Damayanti & Hamzah, 2017), komunikasi politik adalah infrastruktur dari politik itu sendiri, yang merupakan gabungan dari interaksi sosial di mana informasi tentang usaha bersama dan relasi kekuasaan beredar.

Kampanye merupakan upaya komunikasi politik yang bertujuan untuk mendukung pelaksanaan pemilihan umum, dengan cara memperkenalkan diri serta menyampaikan visi dan misi terkait kebijakan pembangunan daerah untuk periode lima tahun. Ini merupakan masa yang diberikan kepada semua kandidat, termasuk partai politik dan individu, untuk menjelaskan rencana kerja mereka dan berusaha mempengaruhi pandangan publik serta menggerakkan dukungan masyarakat saat pemungutan suara

(Octovina et al., 2022). Sesuai dengan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 2008, Pasal 1 ayat (22), kampanye dalam pemilihan Presiden dan Wakil Presiden, yang dikenal sebagai Kampanye, dianggap sebagai proses untuk meyakinkan pemilih dengan menawarkan visi, misi, dan rencana program oleh Pasangan Calon, menggunakan bahasa politik sebagai medianya (Octovina et al., 2022)

Peraturan Komisi Pemilihan Umum Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2018 menetapkan bahwa kampanye dapat berlangsung selama 21 hari dan harus berakhir sehari sebelum memasuki Masa Tenang, yang berlangsung selama tiga hari sebelum pemungutan suara. Selama Masa Tenang, segala bentuk kampanye dilarang. Partai Politik yang terdaftar sebagai peserta pemilu diwajibkan untuk tidak memulai kampanye mereka sebelum waktunya dan diharuskan untuk melakukan sosialisasi dan pendidikan politik, termasuk penggunaan metode tertentu, penempatan simbol dan nomor partai, serta memberikan pemberitahuan kepada KPU dan Bawaslu satu hari sebelum acara dimulai (Misiyem & Kurniawat, 2023)

Dalam konteks Pilpres 2024, salah satu strategi kampanye yang diadopsi adalah melalui debat. Untuk meyakinkan pemilih, setiap kandidat diwajibkan mengikuti serangkaian debat yang diselenggarakan oleh KPU, yang terjadwal sebanyak lima kali selama periode kampanye. Debat ini tidak hanya bertujuan untuk memperkenalkan program-program kandidat tetapi juga untuk mengungkap kelemahan lawan. Penyiaran debat ini dilakukan melalui televisi nasional dan internet, memungkinkan akses yang lebih luas bagi pemirsa. Debat dianggap sebagai praktik demokratis yang memungkinkan pertukaran pendapat yang konstruktif, memperkaya diskusi publik. Dalam debat, penampilan, kepribadian, dan kecerdasan kandidat dinilai oleh pemilih, mempengaruhi keputusan mereka dalam pemilu (Ludvianto & Arifani, 2020)

Seri debat presiden untuk Pemilihan Umum Presiden Indonesia tahun 2024 menampilkan pasangan Anies Rasyid Baswedan-Muhaimin Iskandar, Ganjar Pranowo-Mahfud MD, dan Prabowo Subianto-Gibran Rakabuming Raka. Hingga kini, dari lima sesi debat yang direncanakan, tiga telah sukses dilaksanakan. Sesi debat keempat dijadwalkan berlangsung pada tanggal 21 Januari 2024, sementara sesi kelima pada tanggal 4 Februari 2024 (Ardipandanto, 2024)

Debat politik yang disiarkan oleh media merupakan kesempatan penting bagi kandidat untuk memperkenalkan diri dan meyakinkan para pemilih. Kemampuan berkomunikasi dan persuasi yang dimiliki oleh kandidat sangat krusial dalam mempengaruhi dan menginspirasi orang lain untuk mencapai tujuan tertentu (Parandaru, 2024)

Beberapa pengamat telah mengeluarkan kritik terhadap penyelenggaraan Debat Pilpres 2024. Nyarwi Ahmad, seorang pakar komunikasi dari Universitas Gadjah Mada, mengkritik format dan keterbatasan waktu debat yang membuatnya kurang efektif, ditambah lagi dengan jumlah topik yang berlebihan dalam setiap sesi. Adi Prayitno, Direktur Parameter Politik Indonesia, menambahkan bahwa format debat tersebut tidak memungkinkan adanya interaksi dinamis antara narasumber, pembawa acara, dan moderator, berbeda dengan format talkshow (Ardipandanto, 2024)

Pada Debat Pilpres yang diadakan tanggal 7 Januari 2024, Saipul Hamdi dari Universitas Mataram menilai bahwa ketiga kandidat cenderung lebih fokus pada serangan personal daripada menyampaikan substansi terkait tema debat (Ardipandanto, 2024)

Presiden Joko Widodo dan Sekretaris Jenderal PDI Perjuangan, Hasto Kristiyanto, sama-sama memberikan tanggapan mengenai Debat Capres tanggal 7 Januari 2024. Mereka menyoroti bahwa debat tersebut lebih didominasi oleh serangan antar kandidat, yang mengakibatkan visi, misi, dan kebijakan tidak tersampaikan dengan baik, sehingga kurang memberikan nilai edukatif (Ardipandanto, 2024)

Maka penulis bertujuan untuk meneliti pengaruh debat calon presiden yang dipenuhi saling serang antarpersonal terhadap elektabilitas calon presiden.

B. METODE PENELITIAN

Studi ini menggunakan pendekatan kualitatif, berlandaskan pada kerangka kerja hukum normatif untuk melakukan pemeriksaan dan analisis terhadap kerangka hukum yang ada saat ini, yang mencakup prinsip-prinsip hukum dan peraturan terkait, beserta implementasinya dalam konteks nyata (Hamzah, 2022; Putranto & Harvelin, 2023). Pentingnya keberadaan literasi hukum diakui dalam tahap review literatur, dengan beragam sumber literatur seperti buku, artikel jurnal, dan bahan pendukung lain dipilih guna memberikan pemahaman yang komprehensif tentang norma hukum yang berkaitan dengan subjek penelitian (Lewansorna et al., 2022)

Proses pengambilan data dalam penelitian ini mencakup penggunaan dua jenis sumber data: primer dan sekunder. Sumber data primer terdiri dari dokumen resmi yang dikeluarkan oleh institusi pemerintahan dan dokumen berotoritas lainnya yang keasliannya dapat diverifikasi (Irawan, 2020). Walaupun data sekunder mungkin tidak serupa dengan data primer dari segi keaslian hukum, keduanya berkontribusi saling melengkapi dalam proses pengumpulan data. Fokus penelitian ini terletak pada tinjauan literatur, dengan menggunakan metode analisis kualitatif sebagai cara utama untuk membentuk kesimpulan dari temuan yang diperoleh (Lewansorna et al., 2022)

C. PEMBAHASAN

1. Hasil

Debat antara calon presiden (capres) adalah sebuah aspek penting dalam mekanisme demokrasi, yang memungkinkan para kandidat untuk membagikan pandangan, ide-ide, dan strategi kebijakan mereka kepada khalayak ramai. Lebih dari sekedar ajang tontonan, debat ini berfungsi sebagai platform untuk pemilih dalam menilai kemampuan, kesiapan, dan kualitas kepemimpinan kandidat (Widodo, 2024)

Debat capres berperan penting dalam menyebarkan informasi tentang profil, visi, misi, dan agenda kerja dari pasangan calon kepada publik. Melalui debat, detail kebijakan pasangan calon dibahas secara mendalam dan luas, memberikan kesempatan kepada masyarakat, khususnya pemilih, untuk memperoleh informasi yang diperlukan dalam membuat keputusan pemilihan yang lebih berdasar (Yuliana, 2019)

Selain itu, debat capres juga berfungsi sebagai sarana bagi publik untuk membedakan pandangan dan strategi kebijakan antar kandidat. Kesempatan ini memungkinkan setiap calon untuk menjelaskan secara detail rencana dan solusi mereka terhadap berbagai masalah penting yang dihadapi oleh negara, sehingga pemilih dapat membuat pilihan yang lebih tepat dengan membandingkan kandidat satu dengan yang lainnya secara jelas (Andini, 2024)

Pelaksanaan debat Pilpres 2024 telah menuai kritik dari berbagai pengamat. Kritik tersebut mencakup format debat yang dianggap kurang efektif karena keterbatasan waktu dan banyaknya topik yang harus dibahas, sehingga mengurangi kedalaman diskusi. Ditambah lagi, format yang diadopsi tidak mendukung adanya interaksi yang dinamis antara narasumber, pembawa acara, dan moderator, sehingga kurang lebih mirip dengan talk show (Ardipandanto, 2024)

Terkhusus pada debat yang berlangsung tanggal 7 Januari 2024, dinilai lebih dominan dengan saling serang secara personal antar kandidat, yang berdampak pada kurangnya penyampaian substansi dari tema debat. Kritik ini juga diamini oleh Presiden Joko Widodo dan Sekretaris Jenderal PDI Perjuangan, Haso Kristiyanto, yang menilai debat tersebut kurang memberikan edukasi kepada masyarakat (Ardipandanto, 2024)

Dalam debat tersebut, pertukaran kritik dan sindiran antara Anies dan Prabowo menjadi sorotan. Mereka berdua lebih banyak terlibat dalam saling jawab menyangkut isu personal daripada menjawab pertanyaan dari kandidat lain, Ganjar. Misalnya, ketika Anies menanyakan hubungan antara etika kepemimpinan negara dan kemampuan menjaga kedaulatan negara, Prabowo menanggapi dengan menekankan nilai cinta tanah air, kejujuran, dan integritas sebagai kualitas esensial pemimpin. Balas menyerang, Anies mengkritik Prabowo terkait dugaan keterlibatan "orang dalam" dalam proyek-proyek di Kementerian Pertahanan yang dipimpin Prabowo, menyoroti isu pengelolaan food estate dan pengadaan alutsista (BBC News Indonesia, 2024)

Dalam konteks yang lebih luas, debat ketiga yang berfokus pada pertahanan menunjukkan minimnya elaborasi pada isu lain seperti hubungan internasional dan geopolitik. Para kandidat lebih fokus pada saling serang daripada menjelaskan gagasan strategis mereka untuk masa depan, yang menurut CSIS, merugikan masyarakat karena publik menjadi kurang mengetahui tentang gagasan dan strategi pertahanan setiap kandidat. Hal ini mencerminkan kebutuhan akan debat yang lebih substansial dan konstruktif, yang tidak hanya berfokus pada pertahanan namun juga mempertimbangkan tantangan global yang dihadapi Indonesia, seperti rivalitas superpower dunia dan dampaknya pada bidang lain selain militer (Nastitie, Denty Piawai, 2024)

Keseluruhan dinamika ini menyoroti pentingnya debat yang berfokus pada isu substantif dan solusi konkret, daripada terjebak dalam perang kata-kata yang kurang produktif. Hal ini esensial untuk memastikan pemilih dapat membuat pilihan yang terinformasi berdasarkan visi, kompetensi, dan rencana kerja kandidat yang jelas dan terperinci.

2. Pembahasan

Elektabilitas, dalam konteks pemilihan umum, merujuk pada kemungkinan seorang kandidat untuk dipilih berdasarkan popularitas dan penerimaan di mata publik. Popularitas ini, meskipun penting, bukanlah satu-satunya penentu; teknik kampanye yang dijalankan juga berperan dalam meningkatkan elektabilitas kandidat (Nurahma, 2022)

Debat calon presiden, sebagai salah satu teknik kampanye, memiliki potensi untuk mempengaruhi elektabilitas baik secara langsung maupun tidak langsung. Debat dapat meningkatkan atau merusak elektabilitas kandidat tergantung pada bagaimana mereka menyampaikan argumen, merespons isu, dan berinteraksi dengan kandidat lain. Kesan yang ditinggalkan pada pemilih, baik melalui pidato yang kuat atau kesalahan komunikasi, dapat membentuk narasi jangka panjang yang mempengaruhi pandangan publik terhadap kandidat (Widayanti & Fridiyanti, 2023)

Pasca debat, survei elektabilitas menjadi salah satu cara untuk mengukur dampak debat terhadap dukungan pemilih. Perubahan dalam dukungan ini mengindikasikan bagaimana debat mempengaruhi pandangan pemilih terhadap

kandidat, yang mencerminkan efektivitas debat sebagai alat kampanye (Widayanti & Fridiyanti, 2023)

Namun, penelitian mengenai pengaruh langsung debat terhadap perilaku pemilih, khususnya di Indonesia, masih terbatas. Beberapa studi menunjukkan bahwa debat memiliki efek yang minimal dalam mengubah pilihan pemilih, terutama bagi mereka yang sudah memiliki keputusan atau yang memiliki ikatan lemah dengan kandidat (Fernandes, 2024) Sementara itu, Cantu dan Carreras (2023) menemukan bahwa efek debat mungkin lebih signifikan di negara-negara dengan sistem kepartaian yang lemah (Fernandes, 2024)

Di Indonesia, debat Pilpres 2024 mendapat perhatian sebagai potensial "game changer", terutama karena adanya dinamika politik dan sosial yang berubah. Debat dianggap sebagai sumber informasi kredibel dan penting bagi pemilih yang belum menentukan pilihan, dengan survei menunjukkan antusiasme publik yang tinggi terhadap debat (Fernandes, 2024)

Debat jilid ketiga, yang diadakan oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU) pada tanggal 7 Januari 2024, menjadi momen penting bagi calon presiden untuk mempengaruhi pemilih. Menurut survei yang dilakukan oleh Lembaga Survei Indonesia (LSI) Denny JA dan dikutip oleh POSKOTA, tidak terdapat perubahan signifikan dalam elektabilitas pasangan calon presiden setelah debat tersebut.

LSI Denny JA mencatat bahwa elektabilitas Prabowo-Gibran berada di kisaran 43 persen lebih, menunjukkan bahwa pasangan ini hanya memerlukan tambahan dukungan sekitar 7 persen untuk memenangkan pemilihan dalam satu putaran. Adapun Anies-Cak Imin dan Ganjar-Mahfud, keduanya masih membutuhkan tambahan dukungan sekitar 8 hingga 10 persen untuk bisa lolos ke putaran kedua (Hawaari, 2024)

Survei oleh Lembaga Survei Nasional (LSN), yang dilaksanakan dari 28 Desember 2023 hingga 2 Januari 2024 dengan melibatkan 1.420 responden dari 38 provinsi, menunjukkan hasil yang sedikit berbeda. Survei ini memosisikan Prabowo-Gibran di angka 49,5 persen, Anies-Cak Imin di angka 24,3 persen, dan Ganjar-Mahfud di angka 20,5 persen, dengan 5,7 persen responden yang tidak menjawab (Hawaari, 2024)

Hasil survei ini menunjukkan bahwa debat calon presiden jilid III tidak berdampak signifikan terhadap perubahan elektabilitas calon. Hal ini dapat menunjukkan beberapa kemungkinan. Pertama, pemilih mungkin sudah memiliki preferensi yang kuat terhadap salah satu pasangan calon, yang membuat debat tidak lagi menjadi faktor penentu utama dalam keputusan mereka. Kedua, mungkin ada faktor lain di luar debat yang lebih mempengaruhi keputusan pemilih, seperti kampanye di media sosial, iklan politik, atau isu-isu spesifik yang menjadi perhatian pemilih (Hawaari, 2024; Fernandes, 2024; Widayanti & Fridiyanti, 2023; Nurahma, 2022)

Pembahasan ini menggarisbawahi bahwa meskipun debat adalah bagian penting dari proses demokrasi, yang memberikan platform bagi calon untuk mempresentasikan visi dan programnya, efektivitasnya dalam mengubah elektabilitas pasca-debat mungkin terbatas. Dalam konteks pemilu Indonesia 2024, tampaknya tidak ada korelasi yang signifikan antara debat yang diwarnai serangan antarpersonal dan perubahan elektabilitas pasca-debat, setidaknya berdasarkan data survei yang tersedia hingga saat ini. Ini menunjukkan bahwa pemilih mungkin menilai kandidat berdasarkan berbagai faktor lain selain performa dalam debat (Hawaari, 2024; Fernandes, 2024; Widayanti & Fridiyanti, 2023; Nurahma, 2022)

D. PENUTUP

1. Kesimpulan

Penelitian ini telah mengkaji pengaruh strategi serangan dalam debat calon presiden terhadap elektabilitas kandidat, dalam konteks Pemilihan Umum Presiden Indonesia 2024. Hasil studi menunjukkan bahwa, meskipun debat merupakan platform penting untuk komunikasi politik, strategi serangan antarpersonal cenderung memiliki dampak terbatas pada elektabilitas. Hal ini dapat disebabkan oleh beberapa faktor, seperti kecenderungan pemilih yang sudah memiliki preferensi kuat sebelum debat dan keterbatasan format debat yang tidak mendukung diskusi substantif.

Selain itu, temuan menunjukkan bahwa pemilih cenderung menilai kandidat berdasarkan berbagai aspek, tidak hanya berdasarkan performa mereka dalam debat. Faktor-faktor seperti kampanye media sosial, iklan politik, dan isu-isu spesifik yang menjadi perhatian pemilih memiliki peranan yang lebih signifikan dalam mempengaruhi elektabilitas. Ini menegaskan bahwa strategi kampanye yang efektif memerlukan pendekatan yang lebih komprehensif dan beragam.

Dalam konteks penelitian ini, efek debat terhadap elektabilitas tidak menunjukkan perubahan signifikan yang dapat diatribusikan langsung ke strategi serangan antarpersonal. Meskipun debat memberikan kesempatan untuk peningkatan visibilitas dan komunikasi visi politik, kualitas interaksi dan substansi diskusi yang terbatas mengurangi potensi debat untuk secara signifikan mengubah preferensi pemilih.

Terakhir, penelitian ini menyoroti pentingnya debat yang berfokus pada isu substantif dan solusi konkret, bukan pada serangan antarpersonal. Ini menunjukkan bahwa ada kebutuhan untuk meningkatkan format debat untuk mendukung diskusi yang lebih mendalam dan konstruktif, yang tidak hanya akan mengedukasi pemilih tetapi juga memberikan wawasan yang lebih baik tentang kualitas dan kompetensi kandidat.

2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, beberapa saran dapat diajukan untuk meningkatkan efektivitas debat calon presiden dalam konteks kampanye pemilu. Pertama, penyelenggara debat harus mempertimbangkan revisi format debat untuk memungkinkan diskusi yang lebih mendalam dan interaktif. Ini bisa mencakup waktu yang lebih lama untuk setiap segmen, peluang untuk dialog langsung antarkandidat, dan pengurangan jumlah topik yang dibahas dalam satu sesi untuk memastikan pembahasan yang lebih substansial.

Kedua, pendidikan pemilih perlu ditingkatkan untuk membantu publik memahami cara menilai kandidat berdasarkan visi, kebijakan, dan kemampuan kepemimpinan, bukan hanya berdasarkan kemampuan berdebat atau serangan retorik. Ini dapat dilakukan melalui program sosialisasi yang diselenggarakan oleh lembaga pemerintah, partai politik, dan organisasi masyarakat sipil.

Terakhir, kandidat dan tim kampanye mereka harus memperluas strategi komunikasi mereka untuk mencakup berbagai platform dan metode, dengan menekankan pada penyampaian visi dan solusi mereka untuk isu-isu penting yang

dihadapi oleh pemilih. Hal ini memerlukan penggunaan kampanye digital yang efektif, interaksi langsung dengan pemilih, dan pembuatan konten yang edukatif dan informatif, yang secara keseluruhan dapat membantu meningkatkan elektabilitas kandidat melampaui debat.

E. DAFTAR PUSTAKA

Irawan, V. (2020) Analisis Yuridis Terhadap Pelanggaran Hak Cipta Permainan Video (Video Games) Berupa Pembajakan Secara Online. *In Journal of Intellectual Property (Vol. 3, Issue 2)*. www.journal.uui.ac.id/JIPRO

Dwi Putranto, R., & Harvelian, A. (2023). Group Counseling as an Effort to Improve Effectiveness Implementation of Correction Client Personality Guidance (Case Study at West Jakarta Class 1 Penitentiary). *POSTULAT*, 1(1), 1–7. <https://doi.org/10.37010/postulat.v1i1.1137>

Lewansorna, D., Rina, E., Toule, M., & Sopacua, M. (2022). Pertanggungjawaban Pidana Aparat Kepolisian Yang Melakukan Kekerasan Terhadap Demonstran. *TATOHI*, 2(1), 79–90.

Robbani, H. (2021). Development of the ASEAN Qualification Recognition Framework (AQRF) on Halal Management Standardization as a Success Strategy for ASEAN Free Trade Area (AFTA). *LITERATUS*, 3(2), 180–190. <https://doi.org/10.37010/lit.v3i2.404>

Subhi, Ahmad Farhan (2014) *Pengusulan Pasangan Calon Presiden Dan Wakil Presiden Sebagai Peserta Pemilu Menurut Undang-Undang Nomor 42 Tahun 2008*. Published thesis. Jakarta: Fakultas Syariah dan Hukum UIN Syarif Hidayatullah.

Pasal 1 ayat (4) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 2008 tentang Pemilihan Umum Presiden dan Wakil Presiden.

Octovina, Ribkha A., Agustino, Leo & Kartini, Dede Sri (2022) Strategi Kampanye Joko Widodo dan Ma'ruf Amin dalam Debat Calon Presiden pada Tahun 2019. *PERSPEKTIF*, 11 (1) (2022)

Damayanti, Novita & Hamzah, Radja Erland (2017) Strategi Kampanye Politik Pasangan Jokowi-Jk Pada Pemilihan Presiden 2014. *WACANA*, Volume 16 No. 2; 279 - 290.

Misiyem & Kurniawat, Dewi (2023) Analisis Framing Curi Start Kampanye Anies Baswedan Calon Presiden 2024. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Volume 5, Nomor 1; 1-31*.

BIDANG POLITIK, HUKUM, DAN KEAMANAN PUSAKA BKD Pusat Analisis Keparlemenan Badan Keahlian DPR RI Gd. Nusantara I Lt. 2 Jl. Jend. Gatot Subroto Jakarta Pusat - 10270 c 5715409 d 5715245 m infosingkat@gmail.com 6

Ardipandanto, Aryojati (2024) Kelemahan Pelaksanaan Debat Calon Presiden/Wakil Presiden 2024. *Info Singkat DPR 16(1)*.

Parandaru, Inggra (2024, 16 Februari) Debat Capres-Cawapres Sebagai Instrumen Komunikasi Politik. *Kompas*. <https://kompaspedia.kompas.id/baca/paparan-topik/debat-capres-cawapres-sebagai-instrumen-komunikasi-politik>.

Ludvianto, Meganusa & Arifani, Wenny (2020) Retorika Persuasif Dalam Debat Calon Presiden Indonesia 2019: Sebuah Analisis Komunikasi Performatif. *Jurnal Ilmu Komunikasi (J-IKA) Vol. 7 No. 1*.

Widodo, Rahmat Banu (2024) Strategi Kampanye Politik Capres –Cawapres Anies Baswedan –Muhaimin Iskandar di Pemilihan Presiden 2024. *Jurnal Da'wah 6(2), 8–11*

Yuliana, Dina (2019) *Penerimaan Diri Klien "Y" Terhadap Keluarga Tiri Di Desa Kebunjat~Kec.Kotaagung,Kab.Lahat*. Other thesis, UIN Raden Fatah Palembang.

Andini, A. T. (2024) Analisis Algoritma Pemrograman Dalam Media Sosial Terhadap Pola Konsumsi Konten. *Jurnal Arjuna: Publikasi Ilmu Pendidikan, Bahasa Dan Matematika, 2(1), 286–296*

BBC News Indonesia (2024, 16 Februari) Rangkuman debat capres: Anies-Prabowo saling serang soal etika hingga pengetahuan soal pertahanan, tiga capres angkat isu Palestina. *BBC News Indonesia*. <https://www.bbc.com/indonesia/articles/c51z5g1kv61o>

Nastitie, Denty Piawai (2024, 16 Ferbuari) Peneliti CSIS: Capres Saling Serang, Gagasan Kurang Muncul dalam Debat. *Kompas*. <https://www.kompas.id/baca/polhuk/2024/01/08/peneliti-csis-capres-saling-serang-gagasan-kurang-muncul-dalam-debat>

Nurahma, Faradilla (2022) *Gaya Kepemimpinan Dan Dampaknya Terhadap Elektabilitas Kandidat Petahana: Studi Keterpilihan Kusin Yang Ketiga Kalinya Pada Pilkades 2018 Di Desa Sikasur Kecamatan Belik Kab. Pemalang*. Published thesis. Semarang : Universitas Islam Negeri Walisongo.

Widayanti, Citra & Fridiyanti, Yulita Nilam (2023) Analisis Pengaruh Debat Calon Presiden 2024 Pertama Terhadap Elektabilitas Calon Presiden Perspektif Pandangan Masyarakat. *Journal of Social and Economics Research, Volume 5, Issue 2*.

Fernandes, Arya (2024, 16 Februari) Efek Debat Calon Presiden. *Kompas*. <https://www.kompas.id/baca/opini/2024/01/04/efek-debat-calon-presiden>.

Hawaari, Ahmad Tri (2024, 16 Februari) Hasil Survei Terbaru Usai Debat Calon Presiden 2024 Jilid III, Siapakah yang Lebih Unggul? *Poskota*. <https://poskota.co.id/2024/01/09/hasil-survei-terbaru-usai-debat-calon-presiden-2024-jilid-iii-siapakah-yang-lebih-unggul?halaman=1>