

DAMPAK BILLBOARD TERHADAP KEPERCAYAAN PUBLIK DAN CITRA POLITIK BAGI DRS. H. MAHMUD ABDULLAH DALAM PILKADA KEPALA DAERAH SUMBAWA TAHUN 2024

M.Syukron Anshori¹, M.Faezal Ansori²

¹Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Teknologi Sumbawa

Email: syukron.anshori@uts.ac.id, mfaezalansory@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to examine the impact of the use of billboards featuring Drs. H. Mahmud Abdullah during the district-level regional head election on efforts to maintain political image and gain public trust. A quantitative approach was used using a survey instrument with a questionnaire as the main data collection tool. The research sample consisted of 99 respondents from Labuhan Sumbawa village, with a margin of error of 10%. This study is based on the Stimulus-Organism-Response (SOR) theory, which focuses on the effects of stimuli and their frequency. The findings of the study indicate that the use of billboards has a positive effect on efforts to maintain political image and foster public trust. Statistical analysis shows that the calculated t-values exceed the critical t-values: for maintaining political image, the t-value is 8.174, compared to the critical value of 2.591; for gaining public trust, the t-value is 7.051, also exceeding 2.591, with a significance level of 1%. These results lead to the acceptance of the alternative hypothesis for both variables. In conclusion, the use of billboards featuring Drs. H. Mahmud Abdullah made a significant contribution to maintaining his political image and increasing public trust..

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dampak penggunaan baliho yang menampilkan Drs. H. Mahmud Abdullah selama pemilihan kepala daerah tingkat kabupaten terhadap upaya mempertahankan citra politik dan memperoleh kepercayaan publik. Pendekatan kuantitatif digunakan dengan menggunakan instrumen survei dengan kuesioner sebagai alat pengumpulan data utama. Sampel penelitian terdiri dari 99 responden dari desa Labuhan Sumbawa, dengan margin of error 10%. Penelitian ini didasarkan pada teori Stimulus-Organisme-Respon (SOR), yang berfokus pada efek stimulus dan frekuensinya. Temuan penelitian menunjukkan bahwa penggunaan papan reklame memiliki pengaruh positif terhadap upaya mempertahankan citra politik dan menumbuhkan kepercayaan publik. Analisis statistik menunjukkan bahwa nilai-t yang dihitung melebihi nilai-t kritis: untuk mempertahankan citra politik, nilai-t adalah 8,174, dibandingkan dengan nilai kritis 2,591; untuk mendapatkan kepercayaan publik, nilai-t adalah 7,051, juga melebihi 2,591, dengan tingkat signifikansi 1%. Hasil ini mengarah pada penerimaan hipotesis alternatif untuk kedua variabel. Sebagai kesimpulan, penggunaan papan reklame yang menampilkan Drs. H. Mahmud Abdullah memberikan kontribusi yang signifikan untuk mempertahankan citra politiknya dan meningkatkan kepercayaan publik.

Kata Kunci: Pemilu, Citra Politik, Kepercayaan Publik, Kampanye Politik

PENDAHULUAN

Setelah menyelenggarakan Pemilihan Presiden pada 14 Februari 2024, sejumlah daerah kini tengah mempersiapkan diri untuk menyelenggarakan Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) serentak yang dijadwalkan pada November 2024. Sebanyak 37 provinsi diperkirakan akan menyelenggarakan pilkada, berikut 415 kabupaten dan 93 kota. Para kandidat, termasuk yang mencalonkan diri sebagai gubernur dan bupati/wali kota, mulai mengintensifkan kampanye melalui berbagai saluran media, mulai dari media digital dan cetak, hingga kampanye langsung dan penggunaan alat kampanye seperti baliho yang memajang foto dan slogan di sepanjang pinggir jalan. Billboard berfungsi sebagai alat bagi para kandidat untuk mempromosikan diri mereka menggunakan pesan-pesan pemasaran politik. Komunikasi politik memegang peranan penting dalam menyampaikan pesan-pesan politik tersebut. Akibatnya, billboard-baliho ini kerap menjadi bahan perdebatan publik, yang memunculkan pandangan-pandangan yang mendukung maupun menentang menjelang pemilihan umum 2024. Selain memicu wacana publik, billboard juga menarik perhatian dan memunculkan berbagai reaksi dari masyarakat (Khatami, 2021). Para kandidat secara konsisten menampilkan diri mereka dengan senyum lebar, disertai slogan-slogan dan janji-janji di berbagai sektor, posisi, dan struktur, yang menggambarkan diri mereka sebagai pejuang harapan rakyat bersama dengan partai-partai politik yang mendukung mereka.

Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) di Nusa Tenggara Barat (NTB), khususnya di Kabupaten Sumbawa, merupakan bagian dari penyelenggaraan Pilkada serentak tahun ini. Berdasarkan hasil penelitian awal yang dilakukan peneliti mengenai penggunaan baliho, ditemukan bahwa baliho yang menampilkan Bupati petahana Drs. H. Mahmud Abdullah yang mencalonkan diri untuk periode kedua, mulai tersebar di beberapa lokasi, salah satunya di Samota, Desa Labuhan Sumbawa. Baliho tersebut menarik perhatian pengendara sepeda motor, pengemudi, bahkan pejalan kaki karena slogan dan kalimat yang ditampilkan menarik. Selain untuk menarik minat pembaca, baliho juga digunakan untuk meningkatkan citra politik calon.

Citra politik mengacu pada persepsi orang lain terhadap seorang individu dalam situasi kehidupan sehari-hari, yang mencakup pengetahuan, perasaan, dan kecenderungan terhadap hal-hal tertentu. Citra politik bersifat dinamis dan dapat berubah tergantung pada keadaan tertentu. Teori pembentukan citra menyatakan bahwa citra tercipta melalui penerimaan rangsangan fisik oleh indera. Rangsangan ini melewati filter perhatian dan menghasilkan pesan yang terlihat dan dapat dipahami (pesan konsensus), yang kemudian dapat dipersepsikan dan pada akhirnya berkontribusi pada pembentukan citra

(Nimmo, 2006). Hal ini relevan dengan bagaimana kandidat untuk posisi kepala daerah memproyeksikan diri mereka kepada pemilih melalui iklan media, papan reklame, dan kampanye terbuka. Dalam konteks ini, citra mengacu pada persepsi yang dibangun kandidat tentang diri mereka sendiri dan bagaimana mereka ingin dilihat oleh pemilih. Ini mencakup berbagai elemen seperti reputasi, integritas, kompetensi, dan nilai-nilai yang dijunjung tinggi oleh para kandidat.

Selain menjadi komponen penting dalam sosialisasi, baliho juga berfungsi sebagai sarana edukasi politik bagi masyarakat luas yang akan memberikan suaranya. Oleh karena itu, baliho dianggap memegang peranan penting dalam menampilkan keberhasilan para calon, terlepas dari kualifikasi, prestasi, dan karakter moral mereka sebagai pemimpin daerah. Dari perspektif filosofis, baliho berfungsi untuk memperkenalkan calon kepala daerah kepada masyarakat. Selain itu, baliho juga menjadi sarana penyebaran informasi yang dapat membentuk pandangan dan tindakan pemilih (Ali, 2016).

Selain itu, akan lebih efektif apabila baliho tersebut mengajak masyarakat untuk membagikannya di media sosial (Safitri, 2021). Selain itu, masyarakat semakin aktif menggunakan media sosial, terutama dalam konteks era Society 5.0 yang sedang berkembang, di mana kehidupan sosial berpusat pada penggunaan teknologi digital. Indonesia mencatat 167 juta pengguna aktif media sosial (61,8% populasi), dengan penetrasi internet mencapai 77,5% (APJII, 2023; Kemp, 2024). Platform dominan meliputi WhatsApp (86,3%), Instagram (79,1%), dan TikTok (75,4%), sementara YouTube menjadi platform video utama (93% pengguna) (Kominfo, 2023). Pergeseran ini membuat penerapan strategi komunikasi politik yang persuasif, seperti periklanan merek melalui media sosial, menjadi sangat relevan. Pembuatan konten juga menjadi strategi utama untuk menyebarkan informasi di ranah daring (Yanuarta et al., 2022). Politisi yang menggunakan papan reklame di awal kampanye mereka dapat dengan mudah menarik simpati publik dan memperoleh keunggulan kompetitif. Persuasi menjadi lebih efektif ketika publik diperkenalkan dengan kekuatan dan prestasi kandidat, yang memungkinkan politisi untuk mengomunikasikan strategi mereka pasca-pemilu. Oleh karena itu, kampanye harus dilakukan baik secara offline maupun online untuk memperkuat kepercayaan publik. Platform media sosial seperti Facebook, Instagram, dan WhatsApp umumnya digunakan untuk kampanye politik, dan media sosial memiliki kekuatan untuk meningkatkan status kandidat dalam pemilihan lokal. Penggunaan papan reklame tetap menjadi strategi media yang relevan untuk menjangkau khalayak yang lebih luas, meskipun media sosial semakin mendominasi. Kandidat seperti Drs. H. Mahmud Abdullah telah menggunakan papan reklame sebagai alat kampanye yang efektif.

Melihat fenomena saat ini, di mana pemasangan baliho menjelang masa kampanye, strategi ini dipandang sebagai manuver politik untuk meningkatkan citra kandidat dan mendapatkan kepercayaan publik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah penggunaan baliho berpengaruh signifikan terhadap upaya mempertahankan citra politik dan mendapatkan kepercayaan publik di Desa Labuhan Sumbawa. Dengan maraknya pemasangan baliho menjelang masa kampanye resmi, penting untuk mengetahui dampak pemasangan baliho terhadap upaya mempertahankan citra politik menjelang pemilu 2024. Oleh karena itu, muncul pertanyaan penelitian utama: "Apakah pemasangan baliho berpengaruh signifikan terhadap upaya mempertahankan citra politik dan kepercayaan publik?" Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah pemasangan baliho sebagai alat kampanye memberikan kontribusi terhadap peningkatan citra. Tujuan utamanya adalah untuk menilai sejauh mana pemasangan baliho mempengaruhi citra politik dan kepercayaan publik, terutama jika pemasangan baliho dilakukan jauh sebelum musim kampanye dimulai.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, sebagaimana dijelaskan dalam Metode Penelitian Kuantitatif karya Siadana dan Sunarsi (2021). Menurut Sugiyono (2007), "Penelitian kuantitatif dimulai dengan konsep-konsep abstrak yang berfokus pada landasan teori, yang kemudian dirumuskan hipotesis untuk diuji validitasnya, dan akhirnya sampai pada kejadian-kejadian konkret." Creswell (2009), Penelitian ini menggunakan pendekatan survei dengan menggunakan kuesioner untuk mengumpulkan data. Kuesioner terdiri dari pertanyaan-pertanyaan terstruktur. Metode pengumpulan data survei melibatkan pengumpulan data dari sampel yang diambil dari populasi besar dan kecil, yang bertujuan untuk mempelajari peristiwa, distribusi, dan hubungan di antara variabel sosiologis dan psikologis.

Teknik pengumpulan data survei melibatkan pernyataan dan wawancara dengan sampel, yang dapat mewakili kelompok tertentu, baik untuk mempelajari lebih lanjut tentang karakteristik populasi atau kecenderungan mereka untuk bertindak. Ukuran sampel yang besar sering kali menentukan apakah suatu penelitian adalah penelitian survei (Islamy, 2019). Pengambilan sampel didasarkan pada karakteristik populasi dengan menggunakan teknik pengambilan sampel non-probabilitas. Dari proses ini, 99 responden dipilih sesuai kriteria dan terdaftar dalam daftar pemilih tetap KPU Sumbawa.

Teknik analisis data yang digunakan meliputi analisis deskriptif, dengan uji validitas yang dilakukan untuk memverifikasi keakuratan data, dan uji reliabilitas untuk memastikan konsistensi. Uji asumsi klasik melibatkan dua

jenis pengujian: uji normalitas dan homogenitas. Analisis regresi sederhana dilakukan untuk menghubungkan satu variabel independen dengan variabel dependen. Untuk pengujian hipotesis, dua alat digunakan: uji-t (uji parsial) dan uji-F (uji simultan). Terakhir, analisis koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk menentukan seberapa besar variasi dalam variabel dependen dijelaskan oleh variabel independen..

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini, informasi dikumpulkan melalui kuesioner yang terdiri dari enam item untuk variabel X, enam item untuk variabel Y1, dan enam item untuk variabel Y2. Variabel X mengacu pada penggunaan papan reklame yang menampilkan Drs. H. Mahmud Abdullah, sedangkan variabel Y1 mengacu pada menjaga citra politik, dan variabel Y2 mengacu pada kepercayaan publik. Kuesioner disebarikan kepada 99 responden. Tujuan dari deskripsi responden adalah untuk memberikan gambaran umum tentang kondisi dan keadaan yang dapat memberikan informasi tambahan, sehingga memudahkan dalam penafsiran hasil penelitian. Responden dalam penelitian ini adalah warga Desa Labuhan Sumbawa, Kecamatan Labuhan Badas, Kabupaten Sumbawa yang berjumlah 99 orang.

Data yang diperoleh dari kuesioner disajikan dalam bentuk tabel, dengan jumlah responden sebanyak 99 orang. Tabel 1 menunjukkan karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin:

Table 1: Characteristics of Respondents by Age

No	Gender	Frequency	Percentage
1	Male	50	50.5%
2	Female	49	49.5%
Total		99	100%

Sumber; diolah oleh peneliti berdasarkan karakteristik responden

Berdasarkan tabel di atas, responden laki-laki merupakan mayoritas, yaitu sebesar 50,5%. Hal ini menunjukkan bahwa laki-laki cenderung lebih tertarik atau lebih sering memperhatikan papan reklame yang dipajang di sepanjang jalan.

Tabel 2 menyajikan karakteristik responden berdasarkan usia:

No	Age Group	Frequency	Percentage
1	20 - 25 Years	26	26.26%
2	26 - 30 Years	16	16.16%
3	31 - 35 Years	14	14.14%
4	36 - 40 Years	14	14.14%
5	41 - 45 Years	29	29.29%
Total		99	100%

Source: Primary Data from Questionnaire Processed using IBM SPSS Statistics

Usia merupakan faktor penting dalam menentukan responden. Mayoritas responden berusia 41–45 tahun (29 responden). Usia mereka menunjukkan bahwa mereka lebih berpengalaman mengamati papan reklame selama kampanye pemilu, baik di tingkat nasional maupun daerah.

Tabel 3 menunjukkan karakteristik responden berdasarkan dusun:

No	Subdistrict	Frequency	Percentage
1	Dusun Kauman	18	18.18%
2	Dusun Olat Rarang	27	27.27%
3	Dusun Pasir	16	16.16%
4	Dusun Padak	12	12.12%
5	Dusun Griya Idola	10	10.10%
6	Dusun Kali Baru	16	16.16%
Total		99	100%

Source: Primary Data from Questionnaire Processed using IBM SPSS Statistics

Dalam pendistribusian responden berdasarkan kelurahan, dilakukan upaya untuk memastikan adanya representasi yang berimbang dari masing-masing kelurahan di Desa Labuhan Sumbawa. Kelurahan Olat Rarang memiliki

jumlah responden terbanyak karena memiliki daftar pemilih terbanyak dibandingkan kelurahan lainnya. Tabel 4. menunjukkan hasil koefisien analisis

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
		B	Std. Error	Beta	t
1	(Constant)	4.913	1.763		2.787
	Penggunaan Baliho Drs. H. Mahmud Abdullah	.706	.086	.639	8.174

a. Dependent Variable: Mempertahankan Citra Politik

Sumber: diolah oleh peneliti berdasarkan analisis koefisiensi

Analisis Statistik Deskriptif

Analisis ini digunakan untuk memperoleh nilai minimum, maksimum, rata-rata, dan deviasi standar untuk satu atau lebih variabel. Tabel 5 menyajikan hasil analisis statistik deskriptif:

Statistics				
		Penggunaan Baliho Drs. H. Mahmud Abdullah	Mempertahankan Citra Politik	Mempertoleh Kepercayaan Masyarakat
N	Valid	99	99	99
	Missing	0	0	0
Mean		19.95	18.99	17.86
Std. Deviation		4.385	4.846	4.354
Minimum		7	6	6
Maximum		30	30	30

Sumber: diolah oleh peneliti berdasarkan hasil analisis statistik

Tabel menunjukkan nilai minimum dan maksimum jawaban responden. Nilai rata-rata menunjukkan apakah jawaban responden mendekati nilai minimum atau maksimum. Simpangan baku menunjukkan variasi dalam data penelitian. Simpangan baku yang baik adalah yang lebih rendah dari nilai rata-rata. Seperti yang ditunjukkan dalam tabel, nilai simpangan baku untuk semua variabel lebih rendah dari nilai rata-rata, yang menunjukkan bahwa data penelitian konsisten dan dapat diandalkan.

Analisis Regresi Sederhana

Tabel 5.1 menyajikan hasil analisis regresi sederhana untuk variabel Y1 (retensi citra politik):

$$Y1 = 4,913 + 0,706X$$

Jika nilai frekuensi meningkat sebesar 1, nilai rata-rata retensi citra politik meningkat sebesar 0,706. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi frekuensi penggunaan papan reklame, semakin besar kemungkinan untuk meningkatkan citra politik.

Tabel 5.2 menyajikan hasil analisis regresi sederhana untuk variabel Y2 (kepercayaan publik):

$$Y2 = 6,329 + 0,578X$$

Jika nilai frekuensi meningkat sebesar 1, maka nilai rata-rata kepercayaan publik meningkat sebesar 0,578. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi frekuensi penggunaan papan reklame, maka semakin besar kemungkinan kepercayaan publik akan meningkat.

Uji T (Uji Parsial)

Kriteria pengambilan keputusan untuk uji ini adalah membandingkan nilai t hitung (t_{hitung}) dengan nilai t tabel (t_{tabel}). Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikansi ($sig.$) kurang dari 0,01, maka variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Sebaliknya, jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan $sig. > 0,01$, maka variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Subanti & Hakim, 2014). Dalam penelitian ini, nilai signifikansi ditetapkan sebesar 0,01, dengan derajat kebebasan $df(nkl) = 99 - 3 - 1 = 95$. Nilai t_{tabel} yang diperoleh dari tabel statistik adalah 2,591.

Tabel 6 menyajikan hasil uji parsial:

Variabel	t_hitung	tabel_t	Tanda tangan.	Interpretasi
Penggunaan papan reklame dalam mempertahankan citra politik	8.174	2.591	0,001	Penting
Penggunaan papan reklame dalam meningkatkan kepercayaan publik	7.051	2.591	0,001	Penting

Sumber: Diolah oleh peneliti berdasarkan hasil uji parsial

Dari tabel tersebut dapat disimpulkan apakah variabel bebas mempengaruhi variabel terikat:

1. Pengaruh penggunaan papan reklame terhadap retensi citra politik memiliki nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} ($8,174 > 2,591$) dengan tingkat signifikansi $0,001$ ($0,001 < 0,01$). Dengan demikian, H_a diterima, artinya penggunaan papan reklame Drs. H. Mahmud Abdullah secara signifikan mempengaruhi retensi citra politik.
2. Pengaruh penggunaan papan reklame terhadap kepercayaan publik memiliki nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} ($7,051 > 2,591$) dengan tingkat signifikansi $0,001$ ($0,001 < 0,01$). Dengan demikian, H_a diterima, artinya penggunaan papan reklame Drs. H. Mahmud Abdullah secara signifikan mempengaruhi kepercayaan publik.

Uji Simultan (Uji F)

Kriteria keputusan untuk uji simultan adalah jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ dengan nilai signifikansi ($sig.$) $< 0,01$, maka dapat dikatakan ada pengaruh. Namun, jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ dengan $sig. > 0,01$, maka dapat disimpulkan tidak ada pengaruh (Subanti & Hakim, 2014).

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	938.463	1	938.463	66.810	<,001 ^b
	Residual	1362.527	97	14.047		
	Total	2300.990	98			

a. Dependent Variable: Mempertahankan Citra Politik

b. Predictors: (Constant), Penggunaan Baliho Drs. H. Mahmud Abdullah

Tabel 7. Uji Simultan Y1 Bahasa Indonesia: Sumber: Data Primer yang diolah, IBM SPSS Statistics

Dari hasil tabel diketahui bahwa nilai F_{hitung} sebesar 66,810, yang jika dibandingkan dengan nilai F_{tabel} sebesar 4,83 dan tingkat signifikansi $0,001 < 0,01$ menunjukkan bahwa penggunaan baliho Drs. H. Mahmud Abdullah berpengaruh terhadap pemeliharaan citra politik. Dengan demikian, variabel X mempengaruhi variabel Y1.

Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengukur kemampuan model dalam menjelaskan variabel dependen. Apabila nilai total determinasi (R^2) mendekati 1, model regresi dianggap kuat dan variabel independen efektif dalam menjelaskan variabel dependen. Namun, apabila nilai total (R^2) mendekati 0, variabel independen dianggap lemah dalam menjelaskan variabel dependen. Berikut ini adalah hasil uji koefisien determinasi:

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	629.559	1	629.559	49.710	<,001 ^b
	Residual	1228.462	97	12.665		
	Total	1858.020	98			

a. Dependent Variable: Mempertoleh Kepercayaan Masyarakat

b. Predictors: (Constant), Penggunaan Baliho Drs. H. Mahmud Abdullah

Tabel 8. Hasil Uji Koefisien Determinasi Y1

Berdasarkan nilai R Square pada tabel di atas, yaitu sebesar 0,408 atau 40,8%, menunjukkan bahwa variabel bebas, yaitu penggunaan baliho Drs. H. Mahmud Abdullah, mampu menjelaskan 40,8% variabel terikat, yaitu menjaga citra politik. Sementara itu, sisanya sebesar 59,2% disebabkan oleh faktor lain seperti pemahaman masyarakat terhadap politik dan pengalaman masyarakat terhadap tokoh politik.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.582 ^a	.339	.332	3.559

a. Predictors: (Constant), Penggunaan Baliho Drs. H. Mahmud Abdullah

b. Dependent Variable: Mempertoleh Kepercayaan Masyarakat

Tabel 9. Hasil Uji Koefisien Determinasi Y²

Berdasarkan nilai R Square pada tabel di atas, yaitu sebesar 0,339 atau 33,9%, menunjukkan bahwa variabel bebas yaitu penggunaan baliho Drs. H. Mahmud Abdullah mampu menjelaskan 33,9% variabel terikat yaitu perolehan kepercayaan masyarakat. Sedangkan sisanya sebesar 66,1% disebabkan oleh faktor lain seperti pengalaman masyarakat pada masa kepemimpinan Drs. H. Mahmud Abdullah.

DISKUSI

Billboard biasanya merupakan alat politik yang digunakan untuk promosi kampanye, terutama oleh tokoh politik yang ingin mendapatkan pengakuan awal dari masyarakat. Billboard seperti itu sering digunakan oleh kandidat yang mencalonkan diri untuk jabatan legislatif, presiden, gubernur, atau wali kota/bupati. Penggunaan billboard telah meluas saat daerah-daerah bersiap untuk pemilihan kepala daerah serentak, baik untuk gubernur maupun wali kota/bupati. Dalam penelitian ini, konteksnya adalah penyebaran baliho oleh para calon kepala daerah, khususnya oleh Drs. H. Mahmud Abdullah, calon bupati di Kabupaten Sumbawa. Data lapangan menunjukkan bahwa baliho berperan penting dalam mempromosikan calon kepada masyarakat, sehingga citra politik Drs. H. Mahmud Abdullah tetap terjaga.

Penempatan papan reklame secara meluas dimaksudkan untuk menarik perhatian publik dan menjaga citra politik yang positif. Hal ini sejalan dengan

teori Stimulus-Organisme-Respon (SOR) yang menyatakan bahwa tidak semua individu yang terpapar pada papan reklame Drs. H. Mahmud Abdullah terpengaruh olehnya. Berbagai faktor, seperti kesadaran politik dan evaluasi kinerja kandidat selama masa jabatannya, juga memengaruhi persepsi publik. Menurut teori SOR, pengetahuan kognitif dipengaruhi oleh kualitas stimulus yang berinteraksi dengan organisme. Temuan penelitian ini mengungkapkan bahwa penggunaan papan reklame memiliki pengaruh positif terhadap pemeliharaan citra politik Drs. H. Mahmud Abdullah. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa baliho Drs. H. Mahmud Abdullah turut berperan dalam menjaga citra politiknya. Semakin luas baliho tersebut disebar, maka semakin kuat pula citra politik kandidat tersebut. Kesimpulan ini didukung oleh analisis data yang dilakukan dengan menggunakan SPSS. Hasil Uji Homogenitas antara variabel X yang merepresentasikan penggunaan baliho Drs. H. Mahmud Abdullah dengan variabel Y1 yang merepresentasikan pemeliharaan citra politiknya menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,118. Karena nilai ini lebih besar dari 0,01 ($0,118 > 0,01$), maka data tersebut dikatakan homogen.

Hipotesis penelitian ini menyatakan bahwa apabila nilai t lebih besar dari nilai t tabel, maka hipotesis diterima. Dengan taraf signifikansi 1%, nilai t tabel adalah 2,591, sedangkan nilai t hitung adalah 8,174. Karena nilai t lebih besar dari nilai t tabel ($8,174 > 2,591$), maka hipotesis (H_a) diterima, yang menunjukkan bahwa penggunaan baliho oleh Drs. H. Mahmud Abdullah memiliki pengaruh yang signifikan terhadap upaya mempertahankan citra politiknya. Hasil uji F simultan menunjukkan bahwa apabila nilai F lebih besar dari nilai F tabel ($66,810 > 4,83$) dengan tingkat signifikansi $0,001 < 0,01$ maka dapat disimpulkan bahwa penggunaan baliho oleh Drs. H. Mahmud Abdullah memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pemeliharaan citra politiknya. Dalam hal ini variabel X secara signifikan mempengaruhi variabel Y1. Untuk mengukur besarnya pengaruh variabel X terhadap Y1, dilakukan uji koefisien determinasi (R Square). Hasil penelitian menunjukkan nilai R Square sebesar 0,408 yang menunjukkan bahwa variabel bebas memiliki kontribusi sebesar 40,8% terhadap varians variabel terikat, sedangkan sisanya sebesar 59,2% merupakan kontribusi dari faktor lain, seperti pemahaman politik masyarakat dan pengalaman mengamati politik.

Drs. H. Mahmud Abdullah telah aktif menggunakan papan reklame untuk mempromosikan dirinya. Data lapangan menunjukkan bahwa penggunaan papan reklame sangat relevan untuk mempromosikan diri guna mendapatkan kepercayaan publik, mengingat Drs. H. Mahmud Abdullah tengah berupaya untuk dipilih kembali dalam pemilihan kepala daerah mendatang. Penggunaan papan reklame merupakan alat yang efektif untuk mempromosikan diri dan menjaga citra publik yang positif. Papan reklame disebar luaskan untuk

menarik perhatian publik, yang sejalan dengan teori Stimulus-Organisme-Respon (SOR). Teori ini menjelaskan bahwa tidak semua orang yang melihat papan reklame Drs. H. Mahmud Abdullah terpengaruh olehnya, karena faktor lain, seperti pemahaman politik dan evaluasi terhadap kinerjanya, ikut berperan. Temuan penelitian mengungkapkan bahwa penggunaan papan reklame secara positif memengaruhi kepercayaan publik terhadap Drs. H. Mahmud Abdullah. Papan reklame Drs. H. Mahmud Abdullah berpengaruh positif terhadap perolehan kepercayaan publik. Semakin banyak jumlah papan reklame maka semakin tinggi pula kepercayaan publik terhadap Drs. H. Mahmud Abdullah. Hal ini didukung oleh analisis data SPSS. Hasil uji homogenitas antara variabel X (penggunaan papan reklame oleh Drs. H. Mahmud Abdullah) dengan variabel Y2 (kepercayaan publik) menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,152. Karena nilai ini lebih besar dari 0,01 ($0,152 > 0,01$), maka data tersebut dianggap homogen.

Hipotesis penelitian menyatakan bahwa apabila nilai t lebih besar dari nilai t tabel, maka hipotesis diterima. Nilai t tabel dengan taraf signifikansi 1% adalah 2,591 dan nilai t hitung adalah 7,051. Karena nilai t lebih besar dari nilai t tabel ($7,051 > 2,591$), maka hipotesis (H_a) diterima, yang menunjukkan bahwa penggunaan baliho oleh Drs. H. Mahmud Abdullah berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan publik. Demikian pula hasil uji F simultan menunjukkan bahwa jika nilai F lebih besar dari nilai F tabel ($49,710 > 4,83$) dengan tingkat signifikansi $0,001 < 0,01$, maka dapat disimpulkan bahwa penggunaan baliho oleh Drs. H. Mahmud Abdullah berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan masyarakat. Variabel X berpengaruh signifikan terhadap variabel Y2. Uji koefisien determinasi (R Square) dilakukan untuk mengukur besarnya pengaruh variabel X terhadap Y2. Hasil pengujian menunjukkan nilai R Square sebesar 0,339, yang berarti variabel bebas menyumbang 33,9% varians variabel terikat, sedangkan sisanya sebesar 66,1% merupakan sumbangan faktor lain, seperti pemahaman politik masyarakat dan penilaian langsung terhadap kinerja Drs. H. Mahmud Abdullah



Sumber: Sosial media Mo-Bjs

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil temuan dan pembahasan penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang positif antara penggunaan baliho bergambar Drs. H. Mahmud Abdullah dalam menjaga citra politik dan memperoleh kepercayaan publik. Hal ini menunjukkan bahwa semakin sering baliho dipasang di lokasi-lokasi strategis tertentu dan semakin sering masyarakat melihat baliho tersebut, maka semakin positif pula citra politik Drs. H. Mahmud Abdullah yang dipersepsikan oleh masyarakat, sehingga kepercayaan publik terhadap Drs. H. Mahmud Abdullah pun meningkat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan baliho oleh Drs. H. Mahmud Abdullah memiliki pengaruh yang signifikan terhadap upaya menjaga citra politik dan memperoleh kepercayaan publik. Berdasarkan hasil perhitungan untuk masing-masing variabel, variabel penggunaan baliho dalam menjaga citra politik menunjukkan nilai t lebih besar dari nilai t tabel kritis (nilai $t = 8,174 > t$ tabel = 2,591) yang berarti hipotesis alternatif (H_a) diterima untuk variabel tersebut. Begitu pula dengan variabel penggunaan baliho dalam memperoleh kepercayaan publik juga menunjukkan nilai t lebih besar dari nilai t tabel kritis (nilai $t = 7,051 > t$ tabel = 2,591) yang berarti hipotesis alternatif (H_a) juga diterima untuk variabel tersebut. Dengan demikian, H_a diterima untuk kedua variabel tersebut.

Hasil uji koefisien determinasi untuk kedua variabel menunjukkan nilai positif. Untuk variabel penggunaan baliho dalam menjaga citra politik nilainya sebesar 40,1% yang berarti bahwa penggunaan baliho oleh Drs. H. Mahmud Abdullah secara simultan berpengaruh sebesar 40,1% terhadap pemeliharaan citra politiknya, sedangkan sisanya sebesar 59,9% dipengaruhi oleh faktor lain, seperti pemahaman politik masyarakat dan persepsi terhadap baliho tersebut. Sedangkan variabel penggunaan baliho dalam meraih kepercayaan masyarakat memiliki nilai sebesar 33,9%, sedangkan sisanya sebesar 66,1% dipengaruhi oleh faktor lain seperti pengalaman masyarakat mengamati kinerjanya dan pemahaman politiknya. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semakin banyak baliho yang menampilkan Drs. H. Mahmud Abdullah dipasang di beberapa lokasi strategis di Desa Labuhan Sumbawa, maka semakin sering masyarakat melihatnya, yang pada gilirannya berpengaruh positif terhadap pemeliharaan citra politiknya dan meningkatkan kepercayaan masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, M. (2016). *Komunikasi politik di era digital*. Penerbitan XYZ.
- Amianie, Z. (2021). Komunikasi politik dan pengaruh dalam sistem politik. *Jurnal Ilmu Politik*, 12(3), 145-160.
- APJII (2023). *Laporan Survei Internet Indonesia 2023*. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. <https://apjii.or.id>
- Azhar, A. (2017). Peran citra politik dalam membentuk persepsi publik. *Jurnal Media dan Politik*, 9(2), 85-102.
- Craswell, J. (2009). Metode penelitian kuantitatif. Dalam Kusumastuti, dkk. (2020).
- Islamy, M. (2019). Metode survei untuk pengumpulan data.
- Khatami, F. (2021). Wacana publik dan media dalam pemilihan kepala daerah. ABC Publications.
- Kemp, S. (2024). *Digital 2024: Indonesia*. DataReportal. <https://datareportal.com>
- Kominfo (2023). *Riset Perilaku Pengguna Internet Indonesia 2023*. Kementerian Komunikasi dan Informatika
- Naruwinda, T. (2021). Kompresi informasi dan strategi komunikasi dalam kampanye politik. *Jurnal Kampanye Politik*, 5(1), 45-60.
- Nimmo, D. (2006). Citra politik dan strategi kampanye. DEF Press.
- Novianti, E. (2021). Teori stimulus-organisme-respon dalam komunikasi politik. *Jurnal Psikologi Media*, 14(4), 123-140.
- Safitri, M. (2021). Reaksi masyarakat terhadap penggunaan baliho dalam kampanye politik. *Jurnal Strategi Komunikasi*, 15(3), 145-156.
- Schiffman, LG, & Kanuk, LL (2007). *Perilaku konsumen* (edisi ke-9). Prentice Hall.
- Siadana, S., & Sunarsi, S. (2021). Metode penelitian kuantitatif.
- Subanti, S., & Hakim, L. (2014). Analisis statistik dalam penelitian sosial. Yogyakarta: Pers Universitas Gadjah Mada.
- Subanti, S., & Hakim, MF (2014). *Metode Uji Statistik: Analisis dalam Penelitian Bisnis*. Penerbit Universitas Negeri Semarang.
- Sugiyono. (2007). *Metodologi penelitian kuantitatif*.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabet.
- Surakhmad, W. (1990). *Psikologi pendidikan: Memahami prinsip-prinsip pengaruh*. Pustaka Sinar Harapan.
- Surbakti, R. (2010). Dinamika komunikasi politik dalam sistem pemerintahan. *Communication Studies Review*, 3(2), 67-88.
- Unaradjan, M. (2019). Penelitian survei dan pengumpulan data.

- Yanuarta, T., Budi, A., & Hartono, P. (2022). Peran media sosial dalam periklanan merek politik: Studi kasus di Indonesia. *Jurnal Politik Digital*, 22(1), 89-104.
- Zhu, Y., Johnson, M., & Lin, Q. (2020). Penerapan teori SOR dalam memahami kampanye politik. *Jurnal Ilmu Perilaku*, 18(2), 112-129.