JMPIS: JURNAL MANAJEMEN PENDIDIKAN DAN ILMU SOSIAL
E-ISSN: 2716-375x
P-ISSN: 2716-3758
DINASTI REVIEW
https://dinastirev.org/JMPIS dinasti.info@gmail.com +62 811 7404 455
DOI: https://doi.org/10.38035/jmpis.v5i6
https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/

Media Sosial Sebagai Sarana Komunikasi Politik Dalam Pemilihan Calon Legislatif di DPRD Sulteng Tahun 2024

Muhammad Wahid[1], Fitriani Puspa Ningsih[2], Roman Rezki Utama Aiman Zuhdi[3], Wahyu Aprijal Siruah[4], Maya Safitri M[5]
[1]Program Studi Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Tadulako, Indonesia, ai.maddukelleng@gmail.com
[2]Program Studi Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Tadulako, Indonesia, ningsih.ilkom@gmail.com
[3]Program Studi Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Tadulako, Indonesia, romanutama@gmail.com
[4]Program Studi Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Tadulako, Indonesia
[5]Program Studi Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Tadulako, Indonesia

Corresponding Author: ai.maddukelleng@gmail.com[1]

Abstract: *This study examines social media as a political communication space in the election of legislative candidates in the Central Sulawesi Provincial DPRD in 2024. In the realm of social and political discourse, social media has emerged as the most frequently used platform for disseminating information and interacting with potential voters during local and legislative elections. . This can certainly be traced in every moment of the election of candidates for central and regional leaders, social media in this case becomes the most frequently used means in the process of regional head and legislative elections, so then social media becomes the spotlight and needs to get public attention in every process of selecting candidates for central and regional leaders. This research aims to reveal the form of social media utilization as a means of political communication in the 2024 Central Sulawesi DPRD legislative election. This type of research uses qualitative research type, which is a research procedure that produces descriptive data. Data sources obtained through primary data sources and secondary data. The data collection method is done by interview, observation and through literature review. The results showed that social media has become one of the media used in political campaigns. Although social media has a role in political campaigns, its impact is not as great as is often assumed. Active engagement and mass mobilization may require a more direct and personalized campaign strategy. Social media can reach a wide audience and can spread information quickly, this certainly makes social media influential as a tool in the political communication process. The power of media to increase media visibility, especially video, can be a powerful tool to increase one's visibility and influence.*

Keyword: *Political Communication, Dramaturgy, Pilkada, social media.*

Abstrak: Studi ini mengkaji media sosial sebagai ruang komunikasi politik dalam pemilihan calon legislatif di DPRD Provinsi Sulawesi Tengah pada tahun 2024. Dalam ranah diskursus sosial dan politik, media sosial telah muncul sebagai platform yang paling sering digunakan untuk menyebarkan informasi dan berinteraksi dengan pemilih potensial selama pemilihan kepala daerah dan legislatif. . Hal ini tentunya dapat kita telusuri dalam setiap moment pemilihan calon pemimpin pusat maupun daerah, media sosial dalam hal ini menjadi sarana yang paling sering digunakan dalam proses pemilihan kepala daerah maupun legislatif, sehingga kemudian media sosial menjadi sorotan dan perlu mendapatkan perhatian publik dalam setiap proses pemilihan calon pemimpin pusat maupun yang ada di daerah. Penelitian ini bertujuan ingin mengungkapkan bentuk pemanfaatan media sosial sebagai sarana komunikasi politik dalam pemilihan legislatif DPRD Sulteng Tahun 2024. Jenis penelitian ini menggunakan tipe penelitian kualitatif yaitu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif. Sumber data yang diperoleh melalui sumber data primer dan data sekunder. Metode pengumpulan data dilakukan dengan metode wawancara, observasi dan melalui kajian literatur pustaka. Hasil penelitian menunjukan bahwa media sosial telah menjadi salah satu media yang digunakan dalam kampanye politik. Meskipun media sosial memiliki peran dalam kampanye politik, dampaknya tidak sebesar yang sering diasumsikan. Keterlibatan aktif dan mobilisasi massa mungkin memerlukan strategi kampanye yang lebih langsung dan personal. Media sosial dapat menjangkau audiens yang luas dan dapat menyebarkan informasi dengan cepat, hal ini tentunya membuat media sosial berpengaruh sebagai sarana dalam proses komunikasi politik. Kekuatan media dalam meningkatkan visibilitas media, terutama video, dapat menjadi alat yang ampuh untuk meningkatkan visibilitas dan pengaruh seseorang.

Kata Kunci: Komunikasi Politik, Dramaturgi, Pilkada, media sosial.

PENDAHULUAN

Dalam proses perpolitikan sering ditemukan berbagai persoalan yang terjadi. Misalnya ketika pemilih telah menentukan sosok pemimpin pilihannya melalui mekanisme pemilihan umum ternyata pemimpin yang mereka pilih tidak sesuai dengan harapan mereka janji-janji pada saat kampanye tidak terealisasi berdasarkan aspirasi konstituennya. Sehingga dalam hal ini dapat terjadi suatu kesenjangan antara elite politik dan masyarakat pemilihnya yang dapat menyebabkan proses komunikasi politik tidak berjalan dengan lancar.

Bukan hanya persoalan itu saja, ada hal lain yang juga sering terjadi dalam proses pemilihan umum atau pemilihan kepala daerah yaitu munculnya yang biasa disebut golput (golongan putih). Hal ini tentunya memberikan dampak yang sangat signifikan dalam proses pemilihan umum, terutama turunnya angka partisipatif masyarakat untuk melibatkan diri sebagai pemilih dalam menentukan calon pemimpin baik yang ada dipusat maupun yang ada di daerah, persoalan ini tentu karena sejumlah masyarakat yang mengklaim dirinya golput dan memutuskan untuk tidak ikut serta dalam partisipasi politik disebabkan satu bentuk ketidakpercayaan masyarakat terhadap elit politik atau wakil rakyat yang dapat mewakili aspirasi suara politik mereka. Langkah yang ditempuh ini pastinya akan berkonsekuensi kepada proses kedepannya misalnya mereka akan kehilangancorong komunikasi politik. Hal ini membuat masyarakat menjadi tak tentu arah bagaimana mendapatkan agar suara atau aspirasi mereka dapat didengar atau setidaknya dapat tersampaikan ke ranah publik. Masyarakat butuh suatu saluran untuk mengutarakan aspirasi mereka diranah publik tentunya dalam hal komunikasi politiknya.

Kehidupan manusia saat ini takbisa terlepas dari aktivitas di media sosial dan bahkan sudah

menjadi kewajiban disetiap menitnya ketika berselancar di internet. Media sosial adalah sarana yang memegang peranan penting pada hampir semua lini dalam masyarakat. Media sosial yang awalnya digunakan menjalin pertemanandengan orang lain, kini fungsinya semakin bertambah.

Secara terus menerus media sosial mengalami perkembangan hingga meluas karena cepatnya perkembangan internet hingga saat ini. Karena itulah banyak pengguna yang telah terhubung hanya dengan menggunakan internet, segala jenis informasi bisa didapat dengan mudah untuk kemudian disebarkan keseluruh dunia. Awalnya media sosial diciptakan hanya sebagai alat komunikasi, namun seiring perkembangan zaman dan teknologi banyak sekali manfaat yang diberikan dari media sosial. Baik yang berkaitan dengan interaksi sosial, hingga dijadikan sebagaialat untuk pencitraan politik terutama dalam momentum pemilu (Pilpres, pilkada dan pileg).

Salah satu fungsi dari media sosial ini yaitu *branding*. Dimana dalam hal ini media sosial dapat memberikan berbagai kebutuhan bagi manusia, termasuk dalam hal branding. Membangun citra politik diri di mata masyarakat, sehingga penggunamedia sosial memiliki cara tersendiri dalam melakukan branding dengan menggunakan media sosial.

Permasalahan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan diatas maka rumusan masalah yang akan diangkat yaitu. Bagaimana bentuk pemanfaatan media sosial dalam pemilihan legislatif DPRD Sulteng Tahun 2024?

Tujuan Khusus Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah maka tujuan penelitian ini ialah untuk mengetahui bentuk pemanfaatan media sosial sebagai sarana komunikasi politik dalam pemilihan legislatif DPRD Sulteng Tahun 2024.

METODE

Jenis Penelitian

Penelitian menggunakan metode kualitatif. Bogdan dan Taylor mengemukakan bahwa metodologi kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa katakata tertulis maupun lisan dari orang- orang dan perilaku yang diamati (Murdiyanto, 2020)

Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah informan yang dipilih melalui *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tertentu yang dimaksud adalah, orang yang dianggap paling tahu apa yang kita harapkan atau mungkin dia seorang penguasa sehingga memudahkan peneliti untuk menjelajahi obyek/situasi sosial yang diteliti (Sugiyono, 2015). Adapun informan dalam penelitian ini yakni para tim sukses dari masing-masing calon legislatif DPRD Sulteng yang berjumlah 3 orang.

Tehnik Pengambilan Informan

Penentuan informan yang dilakukan oleh peneliti merujuk pada pendapat yang disampaikan oleh Bogdan dan Taylor (Ilyas, 2017:93) menyatakan bahwa informan dipilih secara purposif, yaitu:

a. Haruslah mempertimbangkan subjek penelitian yang mau menerima kehadiran peneliti secara lebih baik dibanding dengan yang lainnya.
b. Kemampuan dan kemauan mereka untuk mengutarakan pengalaman pengalaman masa lalu

dan masa sekarang.

c. Siapa saja yang dianggap menarik, misalnya memiliki pengalaman khusus. Akan lebih bijaksana menghindari penyeleksian subjek yang memiliki hubungan professional dan hubungan khusus lainnya, yang telah mempunyai asumsi-asumsi atau praduga khusus yang bisa mewarnai penafsiran mereka terhadap apa yang diungkapkan.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian kualitatif ini terbagi atas dua, yaitu: a. Observasi. Observasi dilakukan tidak hanya mencatat suatu kejadian atau peristiwa, akan tetapi dilakukan jugasegala sesuatu atau sebanyak mungkin hal-hal yang diduga ada kaitannya (Nasution, 1992). b. Wawancara Mendalam *(Indepth Interviewing)* Wawancara bersifat terbuka dan luwes yang dilakukan dalam suasanayang informal dan akrab (Nasution, 1992). Pertanyaan yang diberikan tidak kaku dan tidak terlaluterstruktur, sehingga dapat dilakukan wawancara ulang dengan sumber yang sama jikadiperlukan. Melalui cara tersebut, diharapkan sumber dapat memberikan jawaban yang jujur dan terbuka.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Media baru merupakan generasi ketiga dalam komunikasi politik yang memungkinkan siapa pun menjadi produsen sekaligus konsumen informasi. Hal menarik dalam komunikasi politik kntemporer di dunia dan juga di Indonesia adalah fenomena penggunaan media baru (*new media),* yakni internet sebagai media atau saluran komunikasi yang semakin intensif digunakan. Para aktor politik, baik politisi, figure politik, birokrat, aktivis kelompok kepentingan, kelompok penekan, maupun jurnalis media massa, saat ini semakin adaptif dengan penggunaan internet, baik sifatnya statis maupun dinamis, Internet saat ini menjadi saluran politik, di mana orang-orang menggunakannya untuk membaca dan mengekspresikan opini-opini politik mereka. Penggunaan internet dalam komunikasi politik yang semakin meluas tentu tidak bisa kita lepaskan dari lingkungan yang dinamis. Seorang aktor politik seperti para calon legislatif bisa baik lama maupun yang baru mencalonkan dapat memanfaatkan sarana media sosial untuk menarik para pemilih dalam kontestasi pemilihan legislative.

Salah satu caleg dari PAN yaitu pak Suprapto menjelaskan bahwa pada pengalaman politiknya, ia terpilih selama tiga periode berturut-turut, tetapi mengundurkan diri pada periode ketiga untuk mencalonkan diri sebagai Bupati Tojo Una-una. Sayangnya, ia gagal dalam pencalonan tersebut. Ia juga menyinggung kegagalannya dalam pemilihan legislatif 2024. Penyebab kegagalannya dalam kedua pemilihan tersebut serupa. Ia tidak menyalahkan media yang digunakan dalam kampanye, bahkan menganggap media sosial sebagai alat yang sangat bermanfaat. Ini menyiratkan bahwa faktor lain, mungkin seperti strategi kampanye, basis dukungan, atau dinamika politik lokal, mungkin berperan lebih besar dalam kegagalannya. Selain itu juga ada faktor lain yang membuat ia gagal dalam kontestasi politik baik sebagai calon Bupati Tojo una-una maupun sebagai calon legislatif 2024. Pentingnya media sosial dalam menyebarluaskan informasi tentang kegiatan sosial. Pak Suprapto sebagai salah satu caleg menekankan bahwa gambar saja tidak cukup dalam menyebarluaskan informasi di media sosial, perlu ada narasi atau keterangan yang menjelaskan konteks kegiatan tersebut. Hal positif yang dapat dirasakan dalam penggunaan media sosial yaitu pemberitaan di media sosial tentang kegiatan sosialnya, ini memberikan dampak positif, masyarakat melihat Pak Suprapto sebagai sosok yang peduli dan dermawan, dapat meningkatkan citra positifnya. Kegiatan yang dilakukan juga dapat meningkatkan popularitas di media sosial, yang secara tidak langsung berdampak pada elektabilitasnya, terutama menjelang pemilu. Tampaknya Pak Suprapto memahami bagaimana

memanfaatkan kegiatan sosial dan media sosial sebagai bagian dari strategi kampanye politiknya. Ia menyebutkan pengalamannya mengumpulkan masyarakat dengan bantuan aparat setempat saat pemilu 2019. Kemudian selain pak Suprapto ada juga caleg,dari partai Demokrat yaitu Hidayat Pakamundi yang dalam hal ini maju sebagai caleg provinsi Sulteng dapil Kota Palu.

Media sosial terutama dalam bentuk video dan foto dapat meningkatkan visibilitas dan pengaruh seseorang, khususnya seorang figur publik seperti pak Hidayat Pakamundi. Kekuatan media untuk meningkatkan visibilitas memungkinkan kegiatan seseorang dilihat oleh banyak orang dibandingkan jika hanya dilakukan di satu lokasi. Hal ini berpotensi meningkatkan pengaruh individu tersebut. Dalam kasus Pak Hidayat, tim konten berperan penting dalam mendokumentasikan kegiatannya, hal ini menunjukkan bahwa tanpa adanya tim ini, mungkin ia akan kurang termotivasi untuk mempublikasikan kegiatannya. Kemudian Pak Hidayat memiliki preferensi untuk menggunakan media tersebut tergantung skala acaranya. Acara kecil cukup didokumentasikan dengan foto, sedangkan acara besar harus direkam dalam bentuk video. Tentunya ada alasan dibalik preferensi ini yang membuat pak Hidayat ketika melihat banyak orang yang sebelumnya tidak mengenalnya menjadi tahu tentang dirinya melalui vidio-vidio yang dibagikan. Disinilah peran aktif dalam penyebaran konten, pak Hidayat secara aktif membagikan konten yang dibuat oleh timnya ke berbagai grup, menunjukkan bahwa ia memahami pentingnya media sosial dalam membangun citra publik dan menunjukkan bahwa ia sebagai calon anggota DPRD memiliki dampak positif.

Pak Hidayat Pakamundi tampaknya lebih menyukai format vidio untuk konten media sosialnya terutama di Instagram. Penggunaan media sosial yang dilakukan oleh tim media memanfaatkan berbagai macam fitur di Instagram seperti feed, story, dan reels untuk membagikan konten vidio. Sementara foto lebih jarang di unggah dan biasanya hanya muncul di story. Selain itu penggunaannya di sinkronisasikan antara Instagram dan facebook untuk memperluas jangkauan kontennya. Dalam penggunaan media sosial pada kontestasi politik sasaran juga perlu diperhatikan. Dia berpendapat bahwa Instagram didominasi oleh pengguna muda, yang disebut sebagai "pemilih pemula," berusia antara 18 hingga 25 tahun. Sementara itu, Facebook dianggap sebagai platform yang lebih banyak digunakan oleh generasi yang lebih tua, terutama para ibu. Hal ini menunjukkan adanya segmentasi pengguna berdasarkan usia di antara kedua platform media sosial tersebut. Instagram diasosiasikan dengan kaum muda, sedangkan Facebook dikaitkan dengan kelompok usia yang lebih senior. Media sosial tidak diragukan lagi memengaruhi penggunanya, terutama sebagai alat dalam pemilihan legislatif. Dari pemanfaatan media sosial dalam kampanye politik. Jangkauan luas media sosial memungkinkan Hidayat Pakamundi untuk terhubung dengan audiens yang besar, termasuk mereka yang berada di daerah terpencil yang tidak dapat ia kunjungi secara fisik. Keuntungan strategis ini, yang tidak sepenuhnya dimanfaatkan oleh banyak kandidat lainnya, terbukti sangat bermanfaat bagi Hidayat, meningkatkan popularitasnya. Konten media sosialnya, terutama video, menjadi viral, yang semakin meningkatkan visibilitas dan pengenalan namanya. Masyarakat, setelah mengamati kehadiran dan aktivitas Hidayat secara online, secara proaktif mengundangnya ke daerah mereka. Selain itu, analitik media sosial memungkinkan identifikasi wilayah dengan dukungan yang besar, memudahkan kampanye yang efisien dan terarah.

KESIMPULAN

Peran media sosial dalam kampanye politik. Media sosial telah menjadi salah satu media yang digunakan dalam kampanye politik. Meskipun media sosial memiliki peran dalam kampanye politik, dampaknya tidak sebesar yang sering diasumsikan. Keterlibatan aktif dan mobilisasi massa mungkin memerlukan strategi kampanye yang lebih langsung dan personal. Media sosial dapat

menjangkau audiens yang luas dan dapat menyebarkan informasi dengan cepat, hal ini tentunya membuat media sosial berpengaruh sebagai sarana dalam proses komunikasi politik. Pentingnya strategi komunikasi yang inklusif. Di daerah-daerah dengan akses internet terbatas, perlu strategi komunikasi yang lebih inklusif dan mempertimbangkan keterbatasan akses teknologi. Pendekatan komunikasi tradisional seperti pertemuan langsung, penyebaran informasi melalui tokoh masyarakat, atau penggunaan media cetak lokal mungkin lebih relevan dan efektif dalam situasi ini.

Penting untuk mempertimbangkan konteks lokal dan demografi pemilih saat mengevaluasi peran media sosial dalam kampanye politik. Metode kampanye tradisional mungkin masih lebih efektif di daerah dengan akses internet terbatas. Pendekatan langsung, bantuan nyata, dan penggunaan media yang strategis adalah kunci untuk memenangkan pemilihan, terutama di era media sosial saat ini. Meskipun kutipan wawancara menekankan pentingnya bantuan nyata, penting untuk diingat bahwa praktik politik uang adalah tindakan ilegal dan bertentangan dengan prinsip-prinsip demokrasi yang sehat. Kekuatan media dalam meningkatkan visibilitas media, terutama video, dapat menjadi alat yang ampuh untuk meningkatkan visibilitas dan pengaruh seseorang. Selain itu, kutipan ini juga menyoroti pentingnya memiliki tim konten yang berdedikasi untuk memaksimalkan potensi media, serta peran aktif individu dalam menyebarkan konten tersebut untuk mencapai audiens yang lebih luas. Pentingnya menjaga citra dan komunikasi figur publik harus lebih berhati-hati dalam bertutur kata dan bersikap, terutama saat membuat konten atau berinteraksi dengan masyarakat, karena setiap tindakan dan ucapannya akan diamati dan dinilai.

REFERENSI

Ardianto Elvinaro, Lukiati Komala, Siti Karlinah. *Komunikasi Massa* .Bandung: SimbiosaRekatama Media.

Arrianie Lely, *Teori, Model, Perspektif, Dan Media Komunikasi Politik.* Jakarta: Kompas, 2022.

Budiardjo, Miriam. *Dasar-Dasar Ilmu Politik*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2008. Bodgan, Robert dan Steven J. Taylor.*Pengantar Metode Penelitian Kualitatif. Alih Bahasa: Arif Furchan.* Cet. I; Surabaya: Usaha Nasional, 1992

Cangara Hafied. *Pengantar Ilmu Komunikasi.* Jakarta: RajaGrafindo. 2014

Cangara Hafied. *Komunikasi politik,konsep,teori dan strategi*.Rajawali 2009.

Mulyana Deddy. *Komunikasi Politik Politik Komunikasi.* Bandung: Remaja Rosdakarya, 2014.

Didik Badruddin , "*Peran Media Massa dalan Pemilukada DKI Jakarta 2012 putaran pertama*", *Skripsi* (Yogyakarta:Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2014

Hardiman,Budi F.Ruang public Melacak"*partisipasi demokratis dari polis sampai cyberrspase*, Yokyakarta n55281,Indonesia 2010.

H.A.W.Widjaja, *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*. Jakarta:Bumi Aksara. Hasrullah, *Megawati dalam Tangkapan Pers*. Yokyakarta:Lkis.

Heryanto Gun Gun. *Media Komunikasi Politik, Relasi Kuasa Media di Panggung Politik.* Yogyakarta: IRCiSoD 2018.

Hendra Kurnia Pulungan, "KOMUNIKASI POLITIK DALAM PEMILIHAN KEPALA DAERAH DI SUMATERA UTARA (Studi Kasus Tentang Komunikasi Politik Pasangan H. Amril Harahap dan H. Irwandy, M.Pd Pada Pemilihan Walikota Tebing Tinggi Tahun 2010)", *Skripsi* (Jakarta: Fakultas IlmuDakwah dan Ilmu Komunikasi)

Indah Nur Laeli, Politik dan Internet Fungsi Internet Dalam Kampanye Pemilihan Anggota

DPRD KotaSurabaya, *skripsi,*(Surabaya: Unair)
Nasrullah Rulli, *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Sosioteknologi.* Bandung: Simbiosa Rekatama Media.2017
Subiakto Hendry – Rachma Ida, *Komunikasi Politik , Media , dan Demokrasi*. Jakarta: Kencana Prenada Group.2012
https://journal.iain-manado.ac.id/index.php/PP/article/view/762