

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia adalah sebuah negara demokrasi. Hal tersebut terlihat dalam sila keempat Pancasila yang berbunyi, “kerakyatan yang dipimpin oleh hikmat kebijaksanaan dalam permusyawaratan/perwakilan”. Ir. Soekarno dalam sidang BPUPKI pertama (1 Juni 1945) mengajukan rumusan sila ketiga Pancasila yakni “mufakat atau demokrasi”. Selain itu, kebebasan berpendapat, kebebasan pers dan pemilihan umum juga menjadi bukti bahwa Indonesia merupakan sebuah negara demokrasi.¹

Pemilihan umum (Pemilu) adalah sebuah proses demokratis yang memungkinkan warga negara untuk berpartisipasi dalam menentukan arah dan masa depan negaranya. Di dalam sistem demokrasi, Pemilu mencerminkan kehendak rakyat yang menjadi pilar utama dalam menentukan jalan dan tujuan bersama suatu bangsa. Suara-suara tersebut akan diberikan kepada partai-partai politik yang bersaing dalam pemilu, sekaligus menjadi perwujudan dari representasi rakyat yang memilih. Selama Pemilu legislatif 2024, ada banyak partai politik yang turut serta berpartisipasi. Hal ini merupakan konsekuensi dari penerapan sistem multipartai di Indonesia.

¹Nurul Febrianti. *Pengaruh Pembelajaran Pendidikan Kewarganegaraan Sebagai Pendidikan Demokrasi Terhadap Civic Responsibility Pada Mahasiswa*. Jurnal Ilmiah Mimbar Demokrasi Volume 15, Nomor 2 April 2016.

Banyaknya partai politik mengakibatkan sengitnya persaingan untuk mendapatkan dukungan dari rakyat dalam rangka memperebutkan kursi kekuasaan. Keberhasilan partai dalam perolehan suara, membuktikan betapa besarnya dukungan dan kepercayaan rakyat terhadap partai tersebut. Guna memenangkan kompetisi di ajang pemilu, para kontestan partai saling bersaing satu sama lain dengan menerapkan berbagai strategi komunikasi politik yang jitu.²

Kegiatan politik yang melibatkan saluran komunikasi, khususnya menjelang peristiwa politik yang besar seperti pemilihan umum dikenal dengan istilah kampanye. Kampanye merupakan upaya dilakukan untuk menyampaikan pesan-pesan politik kepada masyarakat ramai. Dalam konteks pemilu, tujuan utama dari kampanye adalah membagikan informasi mengenai program kerja atau kebijakan yang akan dilakukan apabila terpilih. Harapannya, banyak masyarakat memberikan suaranya saat pemilihan berlangsung. Pada hakikatnya, semua jenis kampanye bertujuan menggaet dukungan guna mencapai kemenangan, yang pada akhirnya akan menghasilkan kekuasaan.

Kampanye yang dilakukan dalam pemilihan umum pada dasarnya merupakan sebuah proses komunikasi politik. Hal ini mencakup berbagai bentuk komunikasi mengenai isu-isu politik yang memiliki tujuan untuk meraih kemenangan. Komunikasi politik ini menjadi hal yang krusial bagi partai politik, karena jika mereka mengabaikannya maka kesempatan menang dalam pemilu akan mengecil. Maka dari itu, proses komunikasi politik harus dilakukan secara

² Alfiyani, N. —*Media Sosial Sebagai Strategi Komunikasi Politik*. Potret Pemikiran Volume 22, No. 2, Juli - Desember 2018, hlm. 58.

menyeluruh terhadap semua pihak berpotensi memberi dukungan dan memengaruhi hasil pemilihan umum.

Ada banyak faktor yang dapat mempengaruhi berhasil tidaknya kampanye pemilihan umum. Satu diantaranya adalah penggunaan saluran komunikasi politik. Saat ini, media sosial menjadi sarana yang banyak digunakan oleh partai Untuk mensosialisasikan diri serta menyebarkan pesan-pesan politiknya.³

Dengan kemajuan teknologi dan pengaruh globalisasi yang pesat, berbagai inovasi terus bermunculan guna mempermudah kehidupan. Salah satu inovasi yang sangat populer adalah internet. Sejak kemunculannya, Internet sangat digemari oleh masyarakat. Akses yang tidak terbatas dan penggunaan yang mudah menjadikan internet sebagai solusi praktis bagi banyak orang. Contohnya adalah media sosial, yang telah menjadi bagian penting dalam kehidupan masyarakat dengan jumlah pengguna yang terus bertambah dari tahun ke tahun.⁴

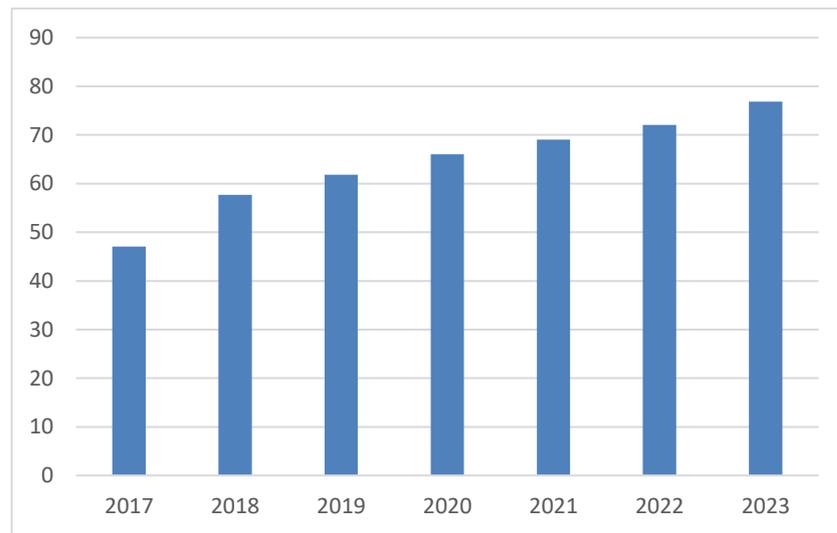
Komunikasi politik di platform-platform media sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram, Youtube, Tiktok dan Whatspp menjadi lebih mudah berkat integrasi antara citra visual, teks, dan bahasa. Media sosial dimanfaatkan secara luas sebagai saran berkomunikasi oleh partai politik, calon legislatif, aktivis, dan para profesional. Kehadiran media sosial menjadi sangat penting bagi partai politik dan calon legislatif untuk menyampaikan informasi tentang aktivitas politiknya kepada masyarakat. Dengan pertumbuhan penggunaanya yang terus bertambah di Indonesia, kepentingan politik pun ikut menghiasi. Dalam proses komunikasi

³ Haidir Fitra Siagian, “*Pengaruh Dan Efektivitas Penggunaan Media Sosial Sebagai Bentuk Saluran Komunikasi*”. Jurnal Al-Khitabah, Vol. II, No. 1, Desember 2015, hlm.18.

⁴ Alfiyani, N. —*Media Sosial Sebagai Strategi Komunikasi Politik*. Potret Pemikiran Volume 22, No. 2, Juli - Desember 2018, hlm. 58.

politik di Indonesia, media baru menjadi media masa depan karena murah, akses cepat, mudah dan cepat secara langsung berinteraksi dengan komunikator.⁵

TABEL 1.1 : Persentase Pengguna social media indonesia 2017 – 2023.



Sumber 25- Mei - 2024 : Website Good Stats.

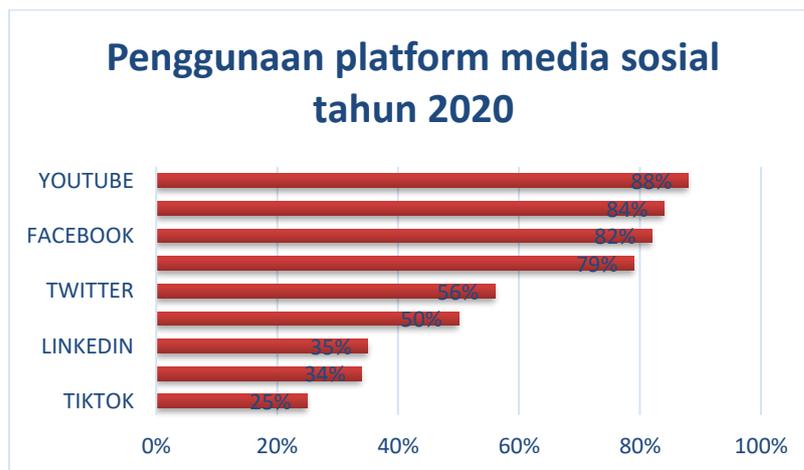
Penggunaan media sosial di Indonesia mengalami perkembangan pesat. Melansir data Statista, di tahun 2017, pengguna media sosial di Indonesia hanya 47,03% di tahun 2018 57,67 % ,tahun 2019 61,83%,tahun 2020 60,05% ,tahun 2021 69,99,tahun 2022 73,09% dan di tahun 2023 semakin naik 2 kali lipat dengan total pengguna 76,04%.

Menurut Data Reportal, penggunaan media sosial setelah pandemi mengalami peningkatan yang pesat. Pada tahun 2023, tercatat sebanyak 167 juta pengguna media sosial dengan 153 juta diantaranya berusia di atas 18 tahun, yang merupakan 79,5% dari total populasi. Tidak hanya itu, diperkirakan sebanyak 78,5% pengguna internet menggunakan paling tidak satu buah akun media sosial.

⁵ Haidir Fitra Siagian, “Pengaruh Dan Efektivitas Penggunaan Media Sosial Sebagai Bentuk Saluran Komunikasi”. Jurnal Al-Khitabah, Vol. II, No. 1, Desember 2015,hlm.18.

Melansir Statista, di tahun 2017, pengguna media sosial di Indonesia hanya 47,03% dari seluruh populasi. Angka ini diperkirakan mengalami kenaikan dua kali lipat pada tahun 2023 dengan total pengguna 76,04%.⁶

TABEL 1.2 : Perbandingan Penggunaan platform media sosial Tahun 2020 dan Tahun 2023



Sumber 25-Mei-2024: Website Digital Data Reportal 2020 Indonesia.



Sumber 25-Mei-2024: Website Digital Data Reportal 2023 Indonesia.

⁶ Data goodstats Sumber: <https://data.goodstats.id/statistic/agneszeffanyayonatan/menilik-pengguna-media-sosial-indonesia-2017-2026-xUAlp>. Diakses pada 4 Januari 2024.

Berdasarkan statistik di atas, YouTube merupakan platform terpopuler pada tahun 2020 di Indonesia dengan pengguna berusia 16-64 tahun. Persentase penggunaan media sosial Youtube mencapai 88%.

Pada Tahun 2023 media sosial Instagram, Facebook, serta Tiktok adalah Beberapa platform yang mengalami peningkatan. Instagram menduduki posisi kedua paling populer di Indonesia dengan 86,5% Facebook menduduki posisi Ketiga 83,8% Serta tiktok menjadi posisi keempat 70,8%.⁷

Provinsi Jambi dengan populasi 3,566,000 jiwa diantaranya berada di Provinsi Jambi, memiliki pengguna internet yang aktif sebanyak 2,385,325 jiwa. Data pengguna internet yang meningkat di Provinsi Jambi juga didukung oleh jumlah populasi Generasi Z dan Milenial yang signifikan. Presentase Generasi Z sebesar 29,18% dan Milenial sebesar 26,80% di Provinsi Jambi. Keduanya merupakan yang sangat aktif dan turut berkontribusi besar pada peningkatan penggunaan internet secara keseluruhan.

Akan tetapi, berdasarkan penelusuran yang dilakukan peneliti dari melalui media sosial, masih banyak partai politik di Provinsi Jambi yang tidak memanfaatkan media sosial dengan optimal. Akun-akun media sosial partai kebanyakan aktif hanya pada tahun-tahun politik dan setelahnya ditinggalkan. Dari total 16 partai politik, 13 diantaranya mempunyai akun media sosial. Partai Keadilan Sejahtera (PKS) merupakan partai dengan jumlah pengikut yang banyak

⁷ <https://datareportal.com/reports/digital-2020-indonesia>. Diakses pada tanggal 4 Januari 2024.

di akun sosial medianya. Selain itu, tingkat keaktifan akunnya juga terbilang baik jika dibandingkan dengan akun media sosial partai lain di Provinsi Jambi.

Penelitian ini secara khusus berfokus pada Media Sosial PKS Provinsi Jambi seperti Facebook, Instagram, Youtube dan Tiktok yang digunakan sebagai alat komunikasi Politik Pada Strategi Pemenangan Partai Keadilan Sejahtera Dalam Pemilihan Legislatif 2024 di Provinsi Jambi.

TABEL 1.3 : Akun Media Sosial Partai Keadilan Sejahtera beserta jumlah pengikut.

No	Media Sosial	Nama Akun	Jumlah Pengikut
1	 Facebook	@DPW PKS Jambi	11.000
2	 Instagram	@Pksjambi	2.639
3	 Tiktok	@PksJambi	1.846
4	 Youtube	@DpwpkSJambi	356

SUMBER 01-7-2024: Media sosial partai PKS Provinsi jambi

TABEL 1.4 : Akun Media Sosial Instagram Partai di Jambi beserta jumlah pengikut.

No.	Partai politik	Instagram	Jumlah pengikut
1.	PDIP	Pdipjambi	1.869
2.	PKS	Pksjambi	2.639
3.	PAN	Dpwpanjambi	1.303
4.	GOLKAR	GolkarProvinsijambi	1.811
5.	PKB	Pkbjambi	1.080
6.	PSI	Dpdpsijambi2024	154
7.	NASDEM	Dpw_nasdem_jambi	613
8.	GERINDRA	Fraksigerindrajambi	1.286
9.	DEMOKRAT	jambidemokrat_official	1.250

SUMBER 01-7-2024: Media sosial Instagram partai politik di Provinsi jambi

TABEL 1.5 : Akun Media Sosial Facebook Partai di Jambi beserta jumlah pengikut.

NO	Partai Politik	Facebook	Jumlah pengikut
1	PDIP	DPD PDI Perjuangan Jambi	3.800
2	PKS	DPW PKS Jambi	11.000
3	PAN	PAN JAMBI	1.000
4	GOLKAR	GolkarProvinsijambi	5.600
5	PKB	DPW PKB JAMBI	890
6	PSI	DPW PSI jambi	997
7	GERINDRA	Partai Gerindra Jambi	6.700
8	DEMOKRAT	Demokrat jambi	6.300

SUMBER 01-7-2024 : Media sosial Facebook partai politik di Provinsi jambi

TABEL 1.6 : Akun Media Sosial Tiktok Partai di Jambi beserta jumlah pengikut.

NO	Partai Politik	Tiktok	Jumlah Pengikut
1	PDIP	Pdipjambi	1.314
2	PKS	PksJambi	1.846
3	PAN	Panjambi	544
4	GOLKAR	GolkarProvinsijambi	1.244
5	PKB	Pkbjambi	568
6	PSI	Psijambi	631
7	NASDEM	Nasdemjambi	493
8	DEMOKRAT	Demokratjambiofficial	1.408

SUMBER 01-7-2024: Media Tiktok partai politik di Provinsi jambi

Berdasarkan hasil diatas Partai Keadilan Sejahtera (PKS) memiliki jumlah pengikut yang banyak dibandingkan dengan akun-akun partai lain di Provinsi Jambi Pada jejaring media sosial Facebook DPW PKS Jambi, PKS meraih jumlah pengikut sebanyak 11.000 pengikut, lalu diikuti oleh PDI-P dengan akun DPD PDI Perjuangan Jambi dengan 3.800 pengikut, disusul oleh PSI dengan akun DPD PSI

Jambi sebanyak 997 pengikut, selanjutnya ada PAN dengan akun PAN JAMBI sebanyak 1.000 pengikut, Partai GOLKAR dengan akun Golkarprovinsijambi sebanyak 5.600 pengikut, Partai PKB dengan akun DPW PKB JAMBI sebanyak 890 pengikut, Partai DEMOKRAT dengan akun Demokrat jambi sebanyak 6,300 pengikut, serta yang terakhir Partai GERINDRA dengan akun Partai Gerindra Jambi sebanyak 6.700 pengikut.

Pada jejaring media sosial Instagram Pksjambi, PKS meraih jumlah pengikut sebanyak 2.579 pengikut, lalu diikuti oleh PDI-P dengan akun Pdipjambi dengan 1.869 pengikut, disusul oleh GOLKAR dengan akun Golkarprovinsijambi sebanyak 1.811 pengikut, selanjutnya ada PAN dengan akun Dpwpanjambi sebanyak 1.303 pengikut, Partai GERINDRA dengan akun Fraksigerindrajambi sebanyak 1.286 Pengikut, Partai DEMOKRAT dengan akun jambidemokrat_official sebanyak 1.250 Pengikut, Partai PKB dengan akun Pkbjambi sebanyak 1.080 Pengikut, Partai NASDEM dengan akun Dpw_nasdem_jambi sebanyak 613 pengikut serta yang terakhir Partai PSI dengan akun Dpdpsijambi2024 sebanyak 154 pengikut.

Pada jejaring media sosial Tiktok Pksprovinsijambi, PKS meraih jumlah pengikut sebanyak 1745 pengikut, lalu diikuti oleh PDI-P dengan akun pdipjambi dengan 1.314 pengikut, disusul oleh GOLKAR dengan akun golkarprovinsijambi sebanyak 1.244 pengikut, selanjutnya ada PAN dengan akun panjambi sebanyak 544 pengikut, Partai DEMOKRAT dengan akun demokratjambiofficial sebanyak 2.408 pengikut, Partai PKB dengan akun pkbjambi sebanyak 568 Pengikut, Partai

NASDEM dengan akun nasdemjambi sebanyak 493 pengikut serta yang terakhir Partai PSI dengan akun psijambi sebanyak 631 pengikut.

Sejak tahun 2017, PKS telah memiliki akun-akun Instagram dan Facebook yang aktif membagikan postingan hingga saat ini. Melalui akun-akun tersebut, PKS aktif membagikan berbagai aktivitas partai, seperti sosialisasi menemui masyarakat, melakukan pendidikan politik bagi kader-kader partai, menyebarkan informasi mengenai acara-acara yang diadakan partai, dan lain-lain.

Pengelolaan akun media sosial serta konten yang lebih beragam menjadi pembeda dengan akun media sosial partai lain di Provinsi Jambi. PKS menunjukkan keunggulan dalam keragaman konten dan fleksibilitas dalam penggunaan media sosial, memberikan nilai tambah tersendiri bagi partai tersebut. Dibandingkan dengan akun media sosial PDIP yang didirikan pada tahun yang sama, cenderung memfokuskan kontennya pada kegiatan Ketua DPD yang juga menjabat sebagai Ketua DPRD Provinsi Jambi. Konten lainnya hanya sebatas pada kegiatan partai dengan cakupan nasional dan minim penjelasan tentang kegiatan partai di Provinsi Jambi. Hal ini berbeda dengan akun PKS yang lebih menekankan pada beragam kegiatan partai, mulai dari kegiatan berbasis kader hingga kegiatan terbuka untuk masyarakat umum.

Kurangnya partai politik yang menggunakan media sosial di Provinsi Jambi serta kurangnya partisipasi aktif admin partai dalam mengelolah akun media sosial menjadikan PKS sebagai pilihan utama peneliti. Hal ini disebabkan keahlian PKS dalam memanfaatkan media sosial di Provinsi Jambi. Hal ini membuat peneliti tertarik meneliti tentang bagaimana dampak akun media social PKS sebagai alat

Komunikasi politik terhadap strategi pemenangan pada pemilihan legislatif 2024 di Provinsi Jambi.

Strategi Komunikasi politik dengan menggunakan media social menjadi poin penting dalam pemilihan umum 2024 Komisi Pemilihan Umum (KPU) Memiliki data Bahwa pemilih muda memiliki lebih dari 112 juta hak suara pada pemilu tahun 2024. Sekitar lebih dari 68 juta hak suara dari generasi milenial dan lebih dari 46 juta hak suara dari gen Z. Ketika datang ke platform media sosial, Generasi Z memiliki preferensi yang jelas. Instagram, TikTok, dan Snapchat adalah tiga platform teratas yang digunakan oleh Generasi Z.

Generasi Z yang lahir di era digital, memiliki keterkaitan yang unik dengan media sosial. Generasi Z, sebagai digital natives, berada di garis depan perubahan ini. Mereka adalah generasi pertama yang benar-benar tumbuh dengan media sosial, dan cara mereka menggunakan dan memahami platform ini akan terus mempengaruhi bagaimana kita berinteraksi dengan teknologi dan satu sama lain. Berdasarkan hasil survei, ada 48% responden dari generasi z yang mengakses media sosial beberapa kali dalam sehari. Persentase tersebut tercatat lebih tinggi dibandingkan milenial, x, dan *baby boomers*. Milenial yang mengakses media sosialnya beberapa kali dalam sehari sebanyak 46%.⁸

Penulis menggunakan penelitian terdahulu yang relevan dengan permasalahan yang sedang dibahas dalam penelitian ini, sehingga penulis dapat melihat kelebihan dan kekurangan dari penelitian terdahulu kemudian

⁸ Witra. *Peran Media Sosial Dalam Mendukung Suksesnya Pemilu 2024*. <https://www.rri.co.id/pemilu/502273/peran-media-sosial-dalam-mendukung-suksesnya-pemilu-2024>. Diakses pada tanggal 4 Januari 2024.

membandingkan dengan penelitian yang dilakukan sekarang. Berikut beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan Pengaruh media sosial sebagai komunikasi politik terhadap strategi pemenangan Partai Keadilan Sejahtera pada pemilihan legislatif 2024 di Provinsi Jambi.

Penelitian yang pertama dilakukan oleh Sukma Alam dengan judul “Penggunaan Media Sosial Sebagai Alat Komunikasi Politik”. Penelitian ini merujuk kepada Partai Solidaritas Indonesia dengan menggunakan Teori Kekayaan Media atau *Media Richness Theory* yang fokus pada menangani tanda informasi, feedback, pengembangan fokus, dan pemanfaatan bahasa. Dalam menggunakan media sosial sebagai alat komunikasi dan penyebar informasi, PSI mengakui perlunya koordinasi yang baik antara pengurus partai dari tingkat Dewan Pimpinan Pusat (DPP) hingga Dewan Pimpinan Ranting (DPRt). Hal ini dilakukan agar pesan yang disampaikan dapat lebih fokus dan terarah.

PSI juga berusaha memberikan respon yang baik atas semua feedback yang masuk. Jenis *feedback* yang diutamakan oleh PSI adalah respons terhadap pesan pengaduan yang diterima melalui komentar atau pesan langsung (DM), dan memberikan informasi yang sedang berkembang.

Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang dilakukan Sukma Alam, yakni sama-sama membahas seputar pemanfaatan media sosial sebagai alat politik partai. Bedanya adalah teori yang digunakan, yakni peneliti menggunakan teori *New Media* Oleh Denis McQuail dengan partai yang dijadikan objek penelitian

ialah Partai Keadilan Sejahtera (PKS). Sedangkan Sukma Alam menggunakan teori *Media Richness Theori*.⁹

Penelitian yang dilakukan oleh Hasanul Banna dengan judul “Pengaruh Penggunaan Sosial Media Terhadap Partisipasi Politik *Online*”, Penelitian ini menerapkan teori *Actor Network Theory (ANT)* dengan metode kuantitatif yang menjelaskan bahwa manusia, media sosial, dan partisipasi politik *online* tidak dapat dipahami secara terpisah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat partisipasi politik online cenderung rendah. Hal tersebut menggambarkan bahwa penggunaan media sosial oleh mahasiswa FISIP tergolong menengah.

Pengaruh penggunaan media sosial dan ekspresi politik terhadap tingkat partisipasi politik *online* dalam penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan dengan level moderat. Selain itu, pengaruh ekspresi politik terhadap tingkat partisipasi politik online mahasiswa FISIP mempunyai pengaruh yang signifikan dengan level moderat. Secara ringkas, intensitas penggunaan media sosial untuk mendapatkan informasi, menjalin relasi, dan mengekspresikan politik dapat berfungsi sebagai prediktor yang berpengaruh dalam memengaruhi tingkat partisipasi politik *online*.

Adapun persamaan dari peneliti dengan Hasanul Banna ialah sama-sama membahas tentang pemanfaatan media sosial, sedangkan perbedaannya terletak pada teori yang dipakai yang mana Hasanul Banna menggunakan *Actor Network*

⁹ Sukma Alam, “*Penggunaan Media Sosial Sebagai Alat Komunikasi Politik*”(Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol. 09, No. 01 Juni 2021). Hlm. 72.

Theory (ANT) sedangkan peneliti menggunakan Teori *New Media* Oleh Denis McQuail.¹⁰

Penelitian yang dilakukan oleh Jerry Indrawan dalam jurnal yang berjudul “Kehadiran Media Baru (*New Media*) Dalam Proses Komunikasi Politik” penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teori media baru dari Flew, Power, dan Littlejohn yang dikutip dari Fajar Junaedi. dengan metode kualitatif yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang yang diamati. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kehadiran media baru memberikan dampak signifikan terhadap aktivitas politik, khususnya proses komunikasi politik. Di era Orde Baru, kebebasan berpendapat adalah suatu hal yang sangat dibatasi, bahkan cenderung tabu.

Namun, di era globalisasi seperti sekarang ini hampir tidak ada lagi batasan bagi setiap warga negara atau masyarakat untuk menyuarakan pendapat dan ekspresinya. Di era multimedia, seperti sekarang ini, berpendapat adalah bagian esensial dari kehidupan manusia. Pendapat-pendapat itu tak jarang memiliki konten politik. Atas dasar itulah, komunikasi politik di era ini mengalami perkembangan yang sangat signifikan, karena secara kuantitasnya sudah dilakukan secara masif.

Adapun persamaan dari peneliti dengan Jerry Indrawan, ialah sama-sama menggunakan teori media baru (*new media*), sedangkan perbedaannya terletak pada objek penelitiannya.

¹⁰ Hasanul Banna. Skripsi : “*Pengaruh Penggunaan Sosial Media Terhadap Partisipasi Politik Online*” (Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2020). Hlm.82.

Berdasarkan penjelasan sebelumnya maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “ **Pengaruh Media Sosial Sebagai Komunikasi Politik Pada Strategi Pemenangan Partai Keadilan Sejahtera Dalam Pemilihan Legislatif 2024 di Provinsi Jambi**”.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, maka penulis membuat rumusan masalah tentang:

1. Bagaimana Media Sosial sebagai alat Komunikasi Politik Pada Strategi Pemenangan Partai Keadilan Sejahtera dalam Pemilihan Legislatif 2024 di Provinsi Jambi.
2. Bagaimana Efek Media Sosial sebagai Komunikasi Politik Terhadap Kemenangan Partai Keadilan Sejahtera (PKS) Dalam pemilihan Legislatif 2024 Di Provinsi Jambi?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana Media Sosial digunakan sebagai alat Komunikasi Politik pada Strategi Pemenangan PARTAI KEADILAN SEJAHTERA (PKS) dalam Pemilihan Legislatif 2024 di Provinsi Jambi.
2. Untuk mengetahui bagaimana Efek Media Sosial sebagai Komunikasi Politik terhadap Kemenangan PARTAI KEADILAN SEJAHTERA (PKS) dalam Pemilihan Legislatif 2024 di Provinsi Jambi.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi peneliti, akademisi dan peneliti lainnya. Manfaat penelitian dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi bagi bidang akademis dalam memahami kegunaan penggunaan media sosial bagi partai politik serta manfaat yang diterima oleh partai.

2. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan bacaan yang bermanfaat bagi pembaca guna memperkaya informasi serta memberikan gambaran tentang pemanfaatan media sosial oleh PARTAI KEADILAN SEJAHTERA (PKS) sebagai alat komunikasi politik.

1.5 Landasan Teori

Teori berasal dari konsep-konsep yang teruji kebenarannya sedangkan konsep adalah ide yang belum memiliki proposisi. Di bawah ini adalah teori yang digunakan oleh peneliti :

1.5.1 New Media

Media baru merujuk pada media yang berbasis internet dan menggunakan perangkat seperti komputer atau telepon genggam yang canggih. Ada dua kekuatan utama yang menginisiasi perubahan ini, yaitu komunikasi satelit dan pemanfaatan komputer. Kekuatan utama dari komputer adalah kemampuannya sebagai mesin

komunikasi, yang didasarkan pada proses digitalisasi yang memungkinkan efisiensi dan integrasi yang tinggi dari berbagai jenis informasi.¹¹

Teori *New Media* juga merupakan sebuah konsep yang dikembangkan oleh Pierre Levy, yang membahas evolusi dan peran media dalam masyarakat kontemporer. Dalam teori ini, Levy mengidentifikasi dua pandangan utama. Pertama, pandangan interaksi sosial, yang memandang media berdasarkan tingkat kedekatannya dengan interaksi tatap muka. Levy menganggap *World Wide Web* (*WWW*) sebagai lingkungan informasi terbuka, *fleksibel*, dan dinamis yang memfasilitasi pengembangan orientasi pengetahuan baru oleh manusia. Pandangan kedua adalah pandangan integrasi sosial, yang melihat media bukan hanya sebagai pembawa informasi atau sarana interaksi, tetapi juga sebagai pembentuk ritual atau cara manusia menggunakan media untuk membentuk dan mempertahankan masyarakat. Media bukan hanya sebuah instrumen informasi atau cara untuk mencapai ketertarikan diri, tetapi menyuguhkan kita dalam beberapa bentuk masyarakat dan memberi kita rasa saling memiliki.¹²

McQuail mengelompokkan media baru menjadi empat kategori utama. *Pertama*, Media Komunikasi Interpersonal. *Kedua*, Media Pencarian Informasi. *ketiga* Media Partisipasi Kolektif. *keempat*, Media Penyiaran¹³

Menurut Denis McQuail dalam bukunya Teori Komunikasi Massa ciri utama media baru adalah adanya saling keterhubungan, aksesnya terhadap khalayak

¹¹ McQuail, Dennis. 2011. Teori Komunikasi Massa Mcquail edisi 6. Jakarta : Salemba Humanika.

¹² Novi Herlina, "Efektivitas Komunikasi Akun Instagram @Sumbar_Rancak Sebagai Media Informasi Online Pariwisata Sumatera Barat", Jurnal Risalah Vol. 4, NO. 2, (Oktober 2017).

¹³ Novi Kurnia, "Perkembangan Teknologi Komunikasi dan Media Baru: Implikasi Terhadap Teori Komunikasi", Jurnal Risalah No. 56/DIKTI/Kep/2005, 292-294.

individu sebagai penerima maupun pengirim pesan, interaktivitasnya, kegunaan yang beragam sebagai karakter yang terbuka, dan sifatnya yang ada di mana-mana. media komunikasi massa dan pribadi, serta dapat diakses individu sebagai komunikator.

Adapun perubahan utama yang berkaitan dengan munculnya media baru yaitu :

- a. Digitalisasi dan konvergensi atas segala aspek media.
- b. Interaktivitas dan konektivitas jaringan yang makin meningkat.
- c. Mobilitas dan delokasi untuk mengirim dan menerima.
- d. Adaptasi terhadap peranan publikasi dan khalayak.
- e. Munculnya beragam bentuk baru “pintu” (*gateway*) media.
- f. Pemisahan dan pengaburan dari lembaga media.

Kemunculan media baru, khususnya internet, telah secara signifikan mengubah pola komunikasi dalam masyarakat. Internet memengaruhi cara individu berinteraksi dengan individu lainnya. Internet, yang kini menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari, hadir untuk memenuhi kebutuhan komunikasi dan informasi manusia. Sebagai jaringan global, internet memungkinkan komunikasi dari berbagai lokasi di seluruh dunia. Selain itu, internet juga menjadi sumber informasi tanpa batas yang dapat diakses oleh siapa pun. Akses internet kini telah menjadi rutinitas bagi sebagian besar masyarakat, tidak hanya melalui komputer atau laptop, tetapi juga melalui berbagai perangkat

mobile seperti handphone, yang memberikan kemudahan akses melalui berbagai *provider* layanan seluler.¹⁴

Beberapa hal yang membedakan dan media lama adalah media baru tidak terikat pada batasan percetakan dan model penyiaran tradisional. Hal ini memungkinkan adanya percakapan antara banyak pihak, serta memfasilitasi penerimaan informasi secara simultan, perubahan, dan penyebaran kembali objek budaya. Media baru juga mengubah tindakan komunikasi dengan mengurangi pentingnya hubungan kewilayahan dan modernitas, serta menyediakan kontak global secara instan. Selain itu, media baru juga mengintegrasikan subjek modern atau akhir modern ke dalam jaringan mesin yang terhubung.¹⁵

Media baru, salah satu fungsinya sebagai media sosial telah dimanfaatkan secara efektif dan cerdas dalam ranah politik. Media baru merambah dunia politik kontemporer Indonesia kira-kira mulai tahun 2000an, walaupun istilah media baru (*new media*) sudah dikenal sejak tahun 1960an. Dalam perkembangannya mampu menampilkan peran dan fungsi yang strategis dalam setiap proses pemilu baik pemilukada, pileg maupun pilpres. Penggunaan media sosial secara baik dan benar diakui dapat meningkatkan simpati publik, *popularitas* dan *akseptabilitas* calon legislatif, calon kepala daerah maupun capres dan cawapres. Tapi jangan lupa, harus diakui untuk menyentuh emosi rakyat, *capital* sosial rakyat, menciptakan saling pengertian, menciptakan kesepahaman adalah komunikasi langsung tatap muka belum dapat terkalahkan.

¹⁴ McQuail, Dennis. 2011. Teori Komunikasi Massa Mcquail edisi 6. Jakarta : Salemba Humanika.

¹⁵ Eribka "Pengaruh Konten Vlog dalam Youtube terhadap Pembentukan Sikap Mahasiswa Ilmu Komunikasi " Jurnal Risalah Vol. VI, No. 1. (2017).

Unik memang, media baru dengan fungsi media sosialnya dapat menampilkan cara komunikasi alternatif, sebagai instrument politik, baik untuk membentuk citra, opini publik, popularitas maupun sebagai media interaksi sesama partai, antar partai, politisi dengan konstituennya, capres-cawapres dengan calon pemilihnya, menjadikan media sosial menempati posisi strategis dan efektif sebagai salah satu media kampanye dan komunikasi politik. Memang tidak banyak politisi yang mempunyai kapasitas mengeksplorasi fungsi dan peran media sosial sebagai strategi politik.

Hal ini menjadi bukti bahwa perkembangan teknologi, terutama terkait dengan media baru/media sosial berkembang dengan cepat dan pesat. Memang teknologi mengubah secara radikal cara manusia menggunakan panca indera, cara berinteraksi, bereaksi terhadap sesuatu, mengubah hidup dan lingkungannya.¹⁶

1.5.2 Teori Komunikasi Politik

Komunikasi merupakan sesuatu yang tidak dapat dipisahkan dari aktivitas sehari-hari. Masing-masing individu memiliki cara tersendiri, tujuan yang akan didapat, melalui apa atau kepada siapa.¹⁷ Istilah komunikasi atau dalam Bahasa Inggris *communication* berasal dari kata latin yakni *communicato* yang bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. Dengan maksud agar mampu mengubah pikiran, sikap, perilaku, penerima serta melaksanakan apa yang diinginkan oleh si komunikator.

¹⁶ Kamaruddin Hasan, *New Media Dan Komunikasi Politik Kontemporer*, Bahan ajar, *Op.Cit.* hal. 8.

¹⁷ Nurudin. (2004). *Sistem Komunikasi Indonesia*. Jakarta: Raja Grafindo Persada. Hlm. 43.

Dan Nimmo mendefinisikan komunikasi sebagai pengalihan informasi untuk memperoleh tanggapan, pengorganisasian makna antara seseorang dengan khalayak. Saling berbagi informasi, gagasan, atau sikap, saling berbagi unsur-unsur perilaku, atau modus kehidupan melalui perangkat aturan Proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberi tahu atau mengubah sikap, pendapat, perilaku baik secara langsung maupun tidak langsung.

Miriam Budiharjo dalam bukunya Dasar-Dasar Ilmu politik, menyatakan bahwa politik (*politics*) adalah macam-macam kegiatan dalam suatu sistem politik atau negara. Politik menyangkut suatu proses demi mencapai suatu tujuan. Dari sistem itu akan lahir tujuan-tujuan tersebut. Pengambilan keputusan (*decision making*) mengenai apa yang menjadi tujuan dari sistem politik itu, berkaitan dengan seleksi antara beberapa *alternative* dan penyusunan skala prioritas dari tujuan-tujuan yang telah dipilih.¹⁸

Definisi komunikasi politik dirumuskan secara *eksplisit* seperti yang disampaikan oleh Nimmo mendefinisikan komunikasi politik sebagai “*communication (activity) considered political by virtue of its consequences (actual or potential which regulate human conduct under the condition of conflicts*” (kegiatan komunikasi yang dianggap komunikasi politik berdasarkan konsekuensinya (aktual maupun potensial) yang mengatur perbuatan manusia dalam kondisi konflik. Dan nimmo memberikan tekanan pengaturan manusia yang dilakukan dibawah kondisi konflik).

¹⁸ Miriam Budiharjo. (2008). Dasar-Dasar Ilmu Politik. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama. Hlm. 8.

Nimmo kemudian merumuskan ruang lingkup komunikasi politik yang mengacu pada konsep yang sudah diletakkan oleh Laswell. Yaitu Komunikator politik, pesan politik, persuasi politik, media komunikasi politik, khalayak komunikasi politik serta akibat dari terjadinya komunikasi politik.

a. Komunikator Politik

Komunikator politik merupakan orang yang memainkan peran sosial utama, terutama pada dalam proses opini publik. Leonard W. Doob.¹⁹ mengklasifikasikan komunikator utama dalam politik yakni politikus, professional dan aktivis. Para komunikator tersebut merupakan kombinasi dari beberapa unsur profesi dengan latar belakang yang berbeda dan bahan bakunya merupakan masyarakat itu sendiri.

b. Pesan Politik

Pesan merupakan suatu komponen yang paling substansial dalam komunikasi. Pesan adalah suatu hasil karya komunikator yang dianggap dapat mewujudkan motif atau maksud dari komunikasinya. Dibalik pesan terdapat niat dari sang pengirim pesan, jadi komunikasi merupakan bagaimana keberhasilan pengirim pesan untuk menyampaikan, memahamkan atau mempengaruhi sang penerima pesan.²⁰

c. Persuasi Politik

Persuasi biasanya melibatkan tujuan dari suatu usaha komunikasi untuk mencapai tujuan melalui pembicaraan. Persuasi politik adalah sesuatu yang esensial bagi politik, karena merupakan aspek atau motivasi dari “*who says what*”

¹⁹ Ibid hlm. 30.

²⁰ Mirza Shahreza dan Korry El-Yana. (2016). *Etika Komunikasi Politik*. Tangerang: Indigo Media. Hlm. 91

dalam politik. Persuasi politik menanamkan opini baru dan suatu usaha sadar guna untuk mengubah sikap mental, keyakinan termasuk perilaku orang melalui transmisi sejumlah pesan.

d. Media Komunikasi Politik

Saluran atau media komunikasi adalah alat serta sarana yang memudahkan penyampaian pesan.²¹ Saluran merupakan ciptaan makhluk pemakai lambang guna untuk melancarkan saling tukar pesan. Saluran yang akan digunakan dalam komunikasi politik tergantung pada *format* (bentuk) pesan dan *motif* (tujuan) pengirim pesan (Komunikator).

e. Khalayak Politik

Khalayak merupakan penerima pesan, biasanya disebut juga dengan komunikan atau *receiver*. Khalayak komunikasi politik dipengaruhi dengan faktor lingkungan dan budaya dimana mereka menetap/bermukim, pengirim pesan haruslah mempertimbangkan data demografi, geografi dan psikografi khalayak.

f. Akibat / Efek dari Terjadinya Komunikasi Politik

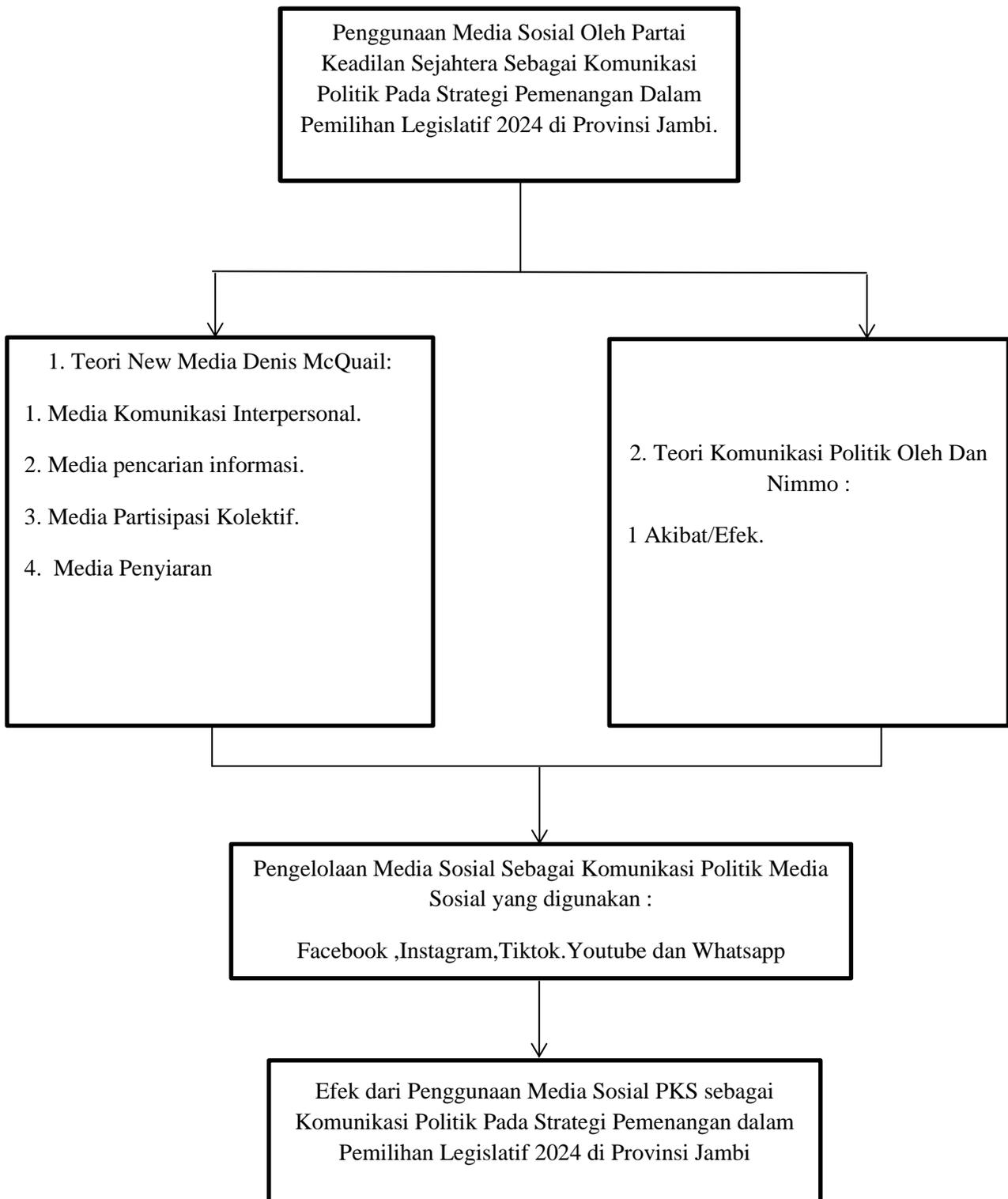
Efek merupakan salah satu komponen dalam proses komunikasi. Efek atau dampak (*impact*) diawali dari *kognitif*, yakni dari tahapan tidak tahu menjadi mengetahui dan memahami. Tahap selanjutnya adalah efektif dimana muncul ‘rasa’ dan mulai terlibat secara emosional (senang, marah, sedih, simpati dan empati). Tahap ketiga yakni *konatif* (*behavioral*) dimana ada aksi, tindakan, kegiatan serta perilaku yang muncul terkait dengan pesan yang sampai kepada khalayak.²²

²¹ Ibid, hlm. 166

²² Mirza Shahreza dan Korry El-Yana. (2016). *Etika Komunikasi Politik*. Tangerang: Indigo Media. Hlm 118-119.

1.6 Kerangka Pikir

Kerangka pikir penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



1.7 Metode Penelitian

Metode penelitian ialah cara ilmiah untuk mendapatkan sebuah data dengan tujuan dan kegunaan tertentu, ada empat kata kunci pada penelitian ini ialah, cara ilmiah, data, tujuan, kegunaan tertentu. Cara ilmiah ialah kegiatan penelitian yang didasari pada ciri keilmuan yaitu rasional, empiris, dan sistematis. Rasional ialah penelitian yang menggunakan teori, empiris ialah metode yang digunakan agar bisa mengamati dan mengetahui cara yang digunakan, sedangkan sistematis ialah proses yang digunakan pada penelitian untuk menggunakan langkah tertentu yang bersifat logis.

1.7.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan spesifikasi penelitian secara deskriptif, yaitu dimaksudkan untuk memberikan data seteliti mungkin tentang suatu keadaan atau gejala-gejala lainnya. Dikatakan deskriptif, karena penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran secara rinci, sistematis dan menyeluruh mengenai segala hal yang berhubungan dengan Pengaruh media sosial sebagai komunikasi politik terhadap strategi pemenangan Partai Keadilan Sejahtera dalam pemilihan legislatif 2024 di Provinsi Jambi”.

1.7.2 Lokasi/Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kantor DPW PARTAI KEADILAN SEJAHTERA (PKS) Provinsi Jambi. Pertimbangan penulis meneliti lokasi ini guna memperoleh keterangan-keterangan informasi serta data yang diperlukan dalam penelitian.

1.7.3 Fokus Penelitian

Dalam sebuah penelitian perlu adanya fokus penelitian. Dimana fokus penelitian tersebut bertujuan untuk memfokuskan permasalahan-permasalahan yang akan diteliti. Fokus penelitian merupakan pembatasan masalah mengenai objek yang diteliti. Hal ini dilakukan guna mengarahkan dan membimbing penelitian agar lebih terfokus dan terarah sehingga batasan-batasan masalah dapat diketahui dengan jelas. Oleh karena itu penelitian ini berfokus kepada Efek Media Sosial oleh PARTAI KEADILAN SEJAHTERA Provinsi Jambi sebagai Komunikasi Politik pada Strategi Pemenangan dalam Pemilihan Legislatif 2024.

1.7.4 Sumber Data Penelitian

a. Sumber Data Utama (*Primer*)

Sumber data dapat memberikan informasi, fakta, dan gambaran peristiwa yang diinginkan dalam penelitian. Adapun yang menjadi sumber data primer yaitu PARTAI KEADILAN SEJAHTERA (PKS) Provinsi Jambi.

b. Sumber Data Tambahan (*Sekunder*)

Data sekunder merupakan data yang diperoleh oleh peneliti melalui sumber perantara yang didapat dari buku-buku, artikel-artikel, jurnal, serta informasi dari berita ataupun langsung dari media sosial partai yang relevan dengan fokus penelitian.²³

²³ Ibrahim, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2015), hlm. 69-70.

1.7.5 Teknik Penentuan Informan

Informan adalah orang yang dapat dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian, tambahan informan diperoleh dari informan lainnya, ditentukan teknik purposive sampling teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan.²⁴ Misalnya orang tersebut dianggap paling tahu tentang kita harapkan atau mungkin dia sebagai penguasa sehingga akan memudahkan penelitian menjelajahi objek/situasi sosial diteliti.

- A. Ketua DPW PKS Provinsi Jambi.
- B. Kabid Humas DPW PKS Provinsi Jambi.
- C. Sekbid Humas DPW PKS Provinsi Jambi.
- D. Anggota Legislatif DPW PKS Provinsi Jambi.
- E. Masyarakat pengikut akun Media Sosial PKS Provinsi Jambi.

1.7.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dapat menggunakan sumber *primer*, dan sumber *sekunder*. Sumber *primer* adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, dan sumber *sekunder* merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen.²⁵

Dalam pengumpulan data yang diperlukan dalam penelitian ini maka digunakan metode pengumpulan data sebagai berikut:

²⁴ Sugiyono. *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, R dan D*. Bandung: Alfabeta 2017. Hlm. 56.

²⁵ Sugiono, *Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta Cv, 2017) hlm. 194.

a. Wawancara (*Interview*)

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data, bila peneliti atau pengumpul data telah mengetahui dengan pasti tentang informasi apa yang akan diperoleh. Oleh karena itu, dalam melakukan wawancara, pengumpul data telah menyiapkan instrumen penelitian berupa pertanyaan-pertanyaan tertulis atau alternatif jawabannya pun telah disiapkan.²⁶

b. Dokumentasi

Teknik dokumentasi adalah pengumpulan dokumen catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar atau karya-karya monumental dari seseorang. Teknik ini digunakan untuk memperoleh data tertulis yang berhubungan dengan penelitian.²⁷

1.7.7 Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.²⁸

Metode interaktif dalam analisis data ditunjukkan melalui hal-hal berikut:

a. Reduksi

Data dapat diartikan sebagai suatu proses pemikiran sensitif memerlukan kecerdasan dan keluasan serta kedalaman wawasan yang tinggi. Reduksi

²⁶ *Ibid.*, hlm.231.

²⁷ *Ibid.*, hlm.231.

²⁸ *Ibid.*, hlm.244.

data juga dapat diartikan sebagai suatu proses pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data kasar muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan dalam hal ini dapat dilakukan adalah pengkodean, menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu dan mengorganisasi data.

b. Penyajian Data

Penyajian data dapat diartikan sebagai sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan, dengan melihat penyajian-penyajian peneliti dan dapat memahami apa yang sedang terjadi dan harus dilakukan.

c. Menarik kesimpulan atau verifikasi.

Makna-makna yang muncul dari data yang harus diuji kebenarannya, kekokohnya dan kecocokannya yakni merupakan validasinya.

1.7.8 Keabsahan Data/Triangulasi

Dalam penelitian kualitatif, data dapat dikategorikan baik jika data valid. Untuk mendapatkan validitas data, peneliti menggunakan teknik triangulasi. Triangulasi merupakan penggunaan dua atau lebih metode pengumpulan data dalam studi beberapa aspek perilaku manusia. Dengan demikian, teknik triangulasi berarti peneliti menggunakan dua teknik atau lebih dalam mengumpulkan data agar validitasnya. Creswell menyatakan bahwa ada empat teknik dalam triangulasi, yaitu:²⁹

²⁹ Creswell, J. W. *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches*. (London: SAGE Publications, 2007), hlm. 207.

a. Triangulasi sumber

Dalam triangulasi sumber, peneliti menggunakan banyak sumber atau peserta untuk mendapatkan keakuratan data.

c. Triangulasi metodologis

Triangulasi metodologis mengacu pada peneliti menggunakan lebih dari satu metode dalam penelitian ini. Triangulasi metodologis menggunakan metode yang sama pada berbagai kesempatan atau metode yang berbeda pada objek studi yang sama. Dengan demikian, triangulasi metodologis membuat metode yang berbeda untuk mendapatkan validitas data.

Peneliti menggunakan triangulasi sumber dan metode untuk mendapatkan validitas data. Peneliti menggunakan berbagai sumber data dan metode pengumpulan data dengan memeriksa bukti dari sumber yang berbeda menggunakan metode yang sama yaitu melalui wawancara mendalam tentang peran media sosial sebagai strategi kampanye politik pemenangan suara.