BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pemilihan umum (Pemilu) merupakan bagian yang begitu penting dalam demokrasi yang juga harus dilangsungkan dengan demokratis. Pemilu menunjukkan bahwa kekuasaan politik berasal dari rakyat dan dipercayakan untuk kepentingan rakyat, dan rakyat bertanggung jawab atas segala perbuatan pejabatnya. Pemilu dimaknai sebagai tata cara mencapai demokrasi atau tata cara penyerahan kedaulatan rakyat kepada calon-calon jabatan politik tertentu. Pemilu yang adil dan bebas yakni pemilu yang kompetitif yang diselenggarakan oleh otoritas yang bertanggung jawab dan berada di bawah kendali rakyat. Setiap orang mempunyai hak guna terlibat aktif dalam proses pemilu ialah prinsip dasar negara demokratis. Pada pemilu 2024, beberapa partai politik melakukan persiapan untuk Menyusun strategi pemilu 2024. Ini adalah tanda perubahan dan kemajuan besar, seiring munculnya berbagai aplikasi untuk semua model digital.[1]

Salah satu proses penyelenggaraan pemilu parlemen adalah berkampanye, kampanye menarik pendukung untuk memilih calon dalam pemilu parlemen. Saat kampanye, ada banyak cara untuk menarik pendukung sebanyak-banyaknya. Umumnya tim-tim sukses menjadikan hiburan masyarakat sebagai daya tarik utamanya untuk mendatangkan semakin banyak pendukung yang berharap bisa

[1] Nanik Prasetyoningsih. 2014. *Dampak Pemilihan Umum Serentak Bagi Pembangunan DemokrasiIndonesia.* Jurnal Media Hukum, 21(2). Hal. 242

Scanned with CamScanner

memilih kandidat favoritnya. Namun saat ini cara tersebut kurang efektif karena banyak pendukung yang datang hanya untuk bersenang-senang, bukan karena ingin memilih calon.[2]

Kampanye merupakan salah satu bentuk perkembangan teknologi komunikasi yaitu media baru yang melahirkan media sosial. Kehadiran media sosial juga sangat mempengaruhi politik. Penelitian di Amerika menunjukkan bahwa media sosial merupakan alat kampanye yang efektif. Media sosial memberikan peluang bagi para aktor politik untuk menarik pemilih, berkomunikasi langsung dengan masyarakat, dan melakukan perbincangan intim dengan masyarakat. Pengaruh media sosial terhadap politik, khususnya dalam hal komunikasi politik, utamanya pada saat kampanye pemilu. Institusi politik harus berperan aktif dalam politik berbasis media sosial, khususnya pada musim pemilu. Media sosial terus digambarkan selaku alat dan basis data yang ideal guna memperoleh opini publik mengenai posisi politik dan kebijakan serta guna mengkonstruk dukungan masyarakat terhadap politisi yang berkampanye. Sebelum penggunaan media sosial, politisi mempergunakan Internet guna berkampanye. Media sosial dapat menjadi cara untuk menerobos politik demokratis yang menindas dan meningkatkan suara Anda.[3]

Sejak media sosial pertama kali menjadi trend, telah terjadi perubahan signifikan dalam cara orang berkomunikasi. Ide mendasar di balik komunikasi media sosial yakni bahwa meskipun komunikator ialah individu yang hanya

---

[2] Inu Kencana Syafie. 2016. *Pengantar Ilmu Pemerintahan*. Bandung: Eresco. Hal. 73

[3] Faridhian Anshari. 2013. *Komunikasi Politik Era Media Sosial*. Jurnal Komunikasi, 8 (1). Hal. 92

Scanned with CamScanner

menerima dan memberikan komentar atau reaksi, media massa, kelompok, atau organisasi besar juga biasa disebut sebagai komunikator.

Dalam politik, komunikasi sangat penting bagi keberhasilan, penting bagi proses, dan merupakan komponen politik itu sendiri. Liputan media mengenai kampanye politik juga umum terjadi di kalangan mereka. Selama kampanye politik, media sosial merupakan alat komunikasi yang populer. Dalam politik, komunikasi begitu urgent bagi keberhasilan, penting bagi proses, dan merupakan komponen politik itu sendiri. Liputan media mengenai kampanye politik juga umum terjadi di kalangan mereka. Selama kampanye politik, media sosial ialah alat komunikasi yang populer. Beberapa tim sukses partai juga memanfaatkannya untuk meningkatkan perhatian masyarakat. Hampir seluruh media sosial yang ada juga digunakan, forum sosial salah satunya. Media sosial memberikan dampak yang sangat besar dalam kehidupan seseorang, termasuk dalam bidang politik, juga memberikan dampak yang sangat besar terhadap keberadaan media sosial. Pengguna teknologi menawarkan banyak manfaat, namun tidak jarang banyak orang yang menyalahgunakan teknologi media sosial.[4]

Hubungan antara elektabilitas dan media sosial sangat erat kaitannya dalam beberapa tahun terakhir, seperti penelitian yang dilakukan Mesy Supit, Marlien Lapian, dan Trilke Tulung mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sam Ratulangi tentang peran media sosial dalam meningkatkan elektabilitas calon anggota parlemen. Saat pemilu, banyak calon anggota parlemen

[4] Marshall Mcluhan. 1964. *Understanding Media The Extansion off Man.* New York: McGraw Hill. Hal. 75

Scanned with CamScanner

yang mempergunakan media sosial seperti Facebook, X, Instagram, dan Whatsapp guna mencari simpati calon pemilih serta meningkatkan elektabilitasnya dengan mempromosikan diri dan prestasinya. Permasalahan yang peneliti lihat dalam penggunaan media sosial dalam pemilu adalah keakuratan informasi yang mungkin tidak benar karena meningkatnya berita palsu yang diberikan kepada calon pemilih yang mudah dipercaya oleh banyak orang, yang juga membuat lingkungan mediasosial menjadi lebih buruk. Anda harus berhati-hati dalam menggunakan dan tidak semua orang bisa masuk ke media sosial. Namun faktanya, masih banyak kandidat di lapangan yang menggunakan media tradisional seperti baliho, brosur, dan media elektronik untuk meningkatkan kelayakannya yang kurang efektif.[5]

Hal ini dibuktikan dengan beberapa calon wakil presiden yang elektabilitasnya meningkat berkat kecerdasan media sosial. Semakin tinggi elektabilitas seseorang, maka semakin besar pula peluangnya untuk memenangkan pemilu parlemen. Inilah kelebihan media sosial yang efektif sebagai sarana bertukar pikiran. Penyebaran berbagai ide, termasuk konten kampanye, di jejaring sosial sangat cepat dan hampir tidak terbatas. Misalnya di X, informasi tersebar luas ke seluruh followers hanya dengan satu tweet, dan seterusnya dengan cara yang mirip dengan pemasaran berjenjang. Media sosial digunakan selaku strategi komunikasi politik karena merupakan fenomena yang relatif baru dan masih hangat. Media sosial sendiri juga

[5] Mesy Supit, Marlien Lapian, dan Trilke Tulung. 2022. Peran Media Sosial Meningkatkan Elektebilitas Calon Anggota Legislatif. *Jurnal Fakultas Hukum Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi*, 2(1). Hal 6-7

Scanned with CamScanner

menjadi keunggulannya. Media sosial merupakan media dimana setiap orang saling mempengaruhi. Setiap orang dapat mempengaruhi lingkungannya.[6]

Media sosial merupakan salah satu alat kampanye politik yang merupakan sumber daya berbasis teknologi internet yang memungkinkan masyarakat untuk berosialisasi, berkomunikasi dan berkolaborasi serta berinteraksi dengan orang lain. Selain itu pengguna dapat dengan mudah berpartisipasi di dalamnya, kini terdapat beberapa situs populer antara lain: Blog, X, Facebook, WhatsApp, Line, Instagram dan TikTok. Seperti yang telah dijelaskan, media sosial merupakan media online yang memanfaatkan teknologi internet untuk mendukung interaksi sosial, sehingga mengubah komunikasi menjadi dialog yang interaktif. Seiring berkembangnya media sosial, media sosial menjadi penting sebagai alat komunikasi politik yang efektif, terutama terkait dengan kampanye pemilu, dimana media sosial dapat bertindak sebagai perantara antara politisi dan masyarakat. Oleh karena itu, komunikator media sosial mampu melangsungkan komunikasi politik dengan komunitas pendukung guna membentuk dan mengkonstruk opini publik. Penggunaan media sosial juga memperluas jaringan sosial politik, koneksi politik, dan partisipasi politik masyarakat dalam pemilu.[7]

Badan Pengatur Pelayanan Internet Indonesia (APJII) mengumumkan pada tahun 2024 jumlah pengguna Internet di Indonesia mencapai 221.563.479 jiwa dengan jumlah penduduk 278.696.200 jiwa atau 1,4 persen. Dengan demikian, hal

---

[6] Philip Ackerman. 2009. Test Length and Cognitive Fatigue: An Empirical Examination of Effects on Perfomance and Test-Taker Reaction. Jurnal of Experimental psycholog, 2(1). Hal. 163-181.

[7] Ike Atikah Ratnamulyani. 2018. Media Sebagai Alat Kampanye Politik. Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial, 20 (2). Hal. 155-156.

Scanned with CamScanner

tersebut menunjukkan terus tumbuhnya grafik positif Internet Indonesia dalam lima tahun terakhir yang meningkat secara signifikan.

Tabel 1.1

Survei Pengguna Internet 2023 dan 2024

Sumber : *Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia*
(diakses pada, 03 Maret 2024 Pukul 20:25)

Pengguna media sosial global akan tumbuh sebesar 75 juta orang pada Januari 2024, atau 1,5% per tahun. Berdasarkan pengguna internet, terbagi menjadi beberapa media antara lain Facebook, Instagram, TikTok dan X.

Tabel 1.2

Mayoritas Orang yang Menggunakan Media Sosial

NO	Media Sosial	Partisipasi
1	Facebook	47,9%
2	Instagram	85,3%
3	TikTok	73,5%
4	X	57,5%

Sumber : databoks.katadata.co.id
(Diakses pada, 23 Maret 2024 Pukul 16:11)

Pemilihan umum 2024 di Indonesia digelar secara serentak di beberapa tingkat provinsi dan kabupaten/kota, pemilihan Presiden, DPR RI, DPR PROVINSI, DPR KOTA, dan DPD. Dalam pemilu 2024 di Kota Jambi diantaranya ada

Scanned with CamScanner

pemilihan calon legislatif salah satunya Rocky Candra dengan nomor urut 8 dari Partai Gerindra. Rocky Candra cukup dikenal di sosial media dengan berbagai unggahan kampanyenya, sebelumnya beliau pernah menjabat sebagai anggota DPR Provinsi Jambi 2019-2024. Sekarang pada pemilu 2024 beliau Kembali mencalonkan diri sebagai calon legislatif DPR RI dapil Kota Jambi dan berhasil lolos ke Senayan Jakarta.

Hasil wawancara yang dilakukan peneliti pada 6 Maret 2024 dengan Bayu Putra Maryadi, Tim Sukses Anggota DPR Rocky Candra dari Partai Gerindra Provinsi Jambi dan tim sukses, menyebutkan 45-65% kampanye politik menggunakan media sosial untuk menang. Dibandingkan pemilu 2019, Rocky Candra dinilai sangat aktif di media sosial, beliau berkampanye untuk pemilu 2024 melalui beberapa saluran media sosial yang beliau gunakan.

Scanned with CamScanner

Tabel 1.3

Sosial Media Rocky Candra

No	Media Sosial	Pengikut	Capture
1	Facebook	4,7k	
2	Instagram	2.227	
3	TikTok	7.703k	

Sumber : Sosial Media Rocky Candra

Di media sosial Rocky Candra sendiri, khususnya Instagram dan TikTok, kampanye dilakukan melalui Instagram Rocky Candra yang diikuti 7105 ribu orang. Sementara itu, akun TikTok @mudamengabdi milik Rocky Candra juga memiliki 1.939 ribu pengikut. Kampanye dan informasi untuk mengajak masyarakat memilih

Scanned with CamScanner

dilakukan melalui beberapa gambar dan video yang diunggah ke akun Instagrammasing-masing. dan TikTok Rocky Candra sendiri. Suatu konten video promosi politik yang di upload melalui TikTok Rocky Candra ditonton sebanyak 1.1M Views dengan like 13.4k juga di share sebanyak 778 kali dan disimpan 929 orang di TikTok.

Pemanfaatan media sosial lebih fokus pada tim sukses Rocky Candra di samping media lain seperti spanduk, baliho atau terjun langsung ke lapangan. Tim sukses Rocky Candra juga sempat mengadakan tournament Esports MLBB antar kecamatan dengan hadiah juara pertama mendapatkan uang sejumlah 1.000.000 rupiah tapi tournament tidak diadakan saat pemilu saja, karena setiap tahun selalu diadakan tournament juga oleh tim suksesnya, acara tournament ini di unggah di halaman Instagram rocky candra untuk menarik suara dari gen millenial. Dan kunjungan terjun lapangan yang dilakukan anggota DPRD Rocky Candra juga bisa diketahui masyarakat secara luas dengan mengunggah semua kegiatan di media sosial.

Scanned with CamScanner

Tabel 1.4

Hasil Hitung Cepat Suara Calon Legislatif Kota Jambi Partai Gerindra

No	Calon Anggota Legislatif	Persentase Suara
1	Dr. Ir. H.A.R Sutan Adil Hendra,M.M.	63.403
2	M.Harrifar Syafar	39.880
3	Sri Budiyati	8.031
4	Balkan Amdan, S.T	3.312
5	Hendra Gunawan	5.985
6	Dra. Hj. Nyimas Ena,M.M	2.698
7	Ira Wulan Sary	2.023
8	Rocky Candra	64.031

Sumber : jambicerdas.com

Pada tanggal 04 Maret 2024 Perhitungan hasil kecamatan Se-Provinsi Jambi telah usai, Rocky Candra mendapatkan perolehan suara sebanyak 64.031 ribu. Di akun media sosialnya Rocky Candra mengucapkan terima kasih pada semua keluarga, tim relawan dan masyarakat Provinsi Jambi atas kepercayaan dan Amanah kepadanya, dengan hasil perolehan akhir ini Rocky Candra dinyatakan masuk kursi DPR RI DAPIL JAMBI 2024-2029 mengalahkan 7 calon legislatif lainnya dari partainya yaitu Gerindra.[8]

Penelitian ini mengkaji peran media sosial sebagai strategi politik kemenangan Rocky Candra 2024-2029. Pemilu DPRD Kota Jambi 2014 untuk mengetahui peran media sosial dalam strategi pemungutan suara partai Rocky Candra Gerindra pada pemilu 2024. Ahmad Salman Farid juga melakukan kajian lain mengenai peran media sosial dengan judul Penggunaan Media Sosial dalam

[8] Bayu Putra Maryadi. 2024. *Wawancara*, Pada 06 Maret.

Scanned with CamScanner

Kampanye Politik dan Dampaknya terhadap Partisipasi Politik dan Persepsi Masyarakat. Berdasarkan penelitiannya dapat disimpulkan bahwa penggunaan media sosial dalam kampanye politik mempunyai dampak yang sangat signifikan terhadap perilaku politik, partisipasi politik dan persepsi masyarakat. Beberapa temuan penting adalah:

1. Pemanfaatan media sosial dalam kampanye politik berpotensi meningkatkan partisipasi masyarakat dalam politik. Media sosial menawarkan forum wacana politik yang mudah diakses, yang pada gilirannya mendorong masyarakat guna berbagi informasi, mendukung kandidat, dan mengambil bagian dalam pemilu.
2. Media sosial mempunyai pengaruh yang besar terhadap cara masyarakat memandang permasalahan politik. Pesan-pesan politik dapat menyebar dengan cepat ke seluruh platform media sosial dan mempengaruhi keyakinan serta sikap masyarakat.
3. Hasil penggunaan jejaring sosial dalam politik tidak hanya positif, namun juga menantang. Penyebaran berita bohong dan/atau informasi palsu dengan media sosial mampu memberi efek pada persepsi masyarakat dan melemahkan politik.[9]

Berliani Ardha melangsungkan penelitian bertajuk Media Sosial selaku Media Kampanye Partai Politik di Indonesia pada tahun 2014. Hasil penelitian menunjukkan bahwa untuk meningkatkan kredibilitas partai politik, penggunaan

[9] Ahmad Salman Farid. 2002. *Penggunaan Media Sosial Dalam Kampanye Politik dan Dampaknya Terhadap Partisipasi Politik dan Persepsi Publik.* Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam, 4(1). Hal. 46

Scanned with CamScanner

media sosial harus terencana, komunikasi dan terencana. Manajemen komunikasi merupakan pertimbangan penting guna mengecek interaksi media sosial yang efektif. Dapat disimpulkan bahwa media sosial sudah memerankan peran penting dalam politik. Kandidat politik berencana untuk berkomunikasi dengan pendukungnya melalui platform seperti Facebook, X dan YouTube dan menerima dukungan dalam bentuk donasi relawan.[10]

Berdasarkan gambaran latar belakang di atas, maka penulis tertarik melakukan penelitian tentang peran media sosial sebagai strategi politik dengan judul ***"PERAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK KEMENANGAN ROCKY CANDRA DALAM PEMILIHAN LEGISLATIF DI KOTA JAMBI TAHUN 2024."***

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah digambarkan, maka rumusan permasalahan dalam penelitian yaitu:

1. Bagaimana strategi komunikasi politik anggota DPR RI Provinsi Jambi Rocky Candra dalam Pemilihan Anggota Legislatif Tahun 2024?
2. Bagaimana Peran Media Sosial dalam memenangkan suara anggota DPR RI Provinsi Jambi Rocky Candra pada Pemilihan Anggota Legislatif Tahun 2024?

[10] Berliana Ardha. 2014. *Sosial Media Sebagai Media Kampanye di Indonesia*. Jurnal Visi Komunikasi, 13(1). Hal 105 – 120

Scanned with CamScanner

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan Rumusan Masalah, maka penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis strategi komunikasi politik Anggota DPR RI Provinsi Jambi Rocky Candra untuk Pemilihan Anggota Legislatif 2024.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis peran media sosial dalam memenangkan suara Rocky Candra, Anggota DPR RI Provinsi Jambi, pada pemilihan Anggota Legislatif 2024.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan yang ingin dicapai, penelitian ini juga akan bermanfaat bagi masyarakat yang membutuhkan referensi dalam penulisan selanjutnya terkait topik tersebut. Dengan demikian, penelitian ini mempunyai dua keunggulan, yaitu:

1. Manfaat secara Teoritis

   Menambah informasi tentang strategi komunikasi politik anggota DPR RI Rocky Candra terpilih pada pemilu legislatif 2024 di Provinsi Jambi.
2. Manfaat secara Praktis

   Sebagai bahan evaluasi bagi partai politik dalam mengaplikasikan strategi komunikasi politik guna memenangkan suara dalam pemilihan parlemen.

Scanned with CamScanner

1.5 Landasan Teori

1.5.1 Strategi Politik

Peter Schroder dalam "*politische strategien*", (yang diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia "strategi politik" oleh Friendric-Nauman-Stiftung fur die freiheit), yang mengatakan bahwa strategi politik merupakan strategi yang digunakan untuk mewujudkan cita-cita dan tujuan politiik.[11] Dalam bukunya tersebut Schroder menjelaskan bahwa betapa pentingnya suatu strategi politik yang dilmulai dari segi perencanaan, implementasi, hingga evaluasi bagi pencapaian tujuan politik. Lebih lanjut ia menjelaskan bahwasannya tujuan utama dari strategi politik adalah bagaimana memperoleh kekuasaan dan pengaruh sebanyak mungkin yang terlegitimasi dalam dukunagan dan perolehan suara yang maksimal dalam sebuah kompetisi politik. Untuk itu menurutnya sebuah perencanaan hingga implementasi suatu tujuan perlu disusun secara hati-hati.[12]

Menurut jenisnya strategi politik dapat dibagi ke dalam strategi politik:

1. Strategi Ofensif (Menyerang)

   Strategi memperluas pasar dan strategi menembus pasar. Strategi perluasan pasar dibagi menjadi dua yaitu kampanye dengan membentuk kelompok baru (relawan), disamping kelompok yang sudah ada dengan adanya penawaran terbaru lebih baik lagi. bagi pemilih dan penerepan kebijakan partai politik kandidat setidaknya memiliki penawaran baru yang lebih dekat dengan kebutuhan rill masyarakat dan yang lebih baik

[11] Peter Schroder. 2004. *Strategi Politik*. Jakarta: Friedrich Naumann Stiftung. Hal. 3
[12] *Ibid*, hlm. 4.

Scanned with CamScanner

dari kandidat yang sering mereka pilih yaitu kebijakan yang bisa dianggap menguntungkan bagi masyarakat saat kampaye dan menembus pasar adalah penggalian potensi yang dimiliki warga secara optimal menyangkut pemasaran program yang bertujuan untuk meningkatkan potensi masyarakat.[13]

2. Strategi Defensif (Bertahan)

Strategi yang digunakan untuk mempertahankan pasar, menutup, atau menyerahkan pasar. Pada strategi mempertahankan pasar, partai pendukung pemerintahan melakukan upaya untuk menjaga pemilih agar tetap teguh terhadap pilihan mereka sekaligus meyakinkan mereka yang juga pemilih musiman terdahulu agar memilih. Sementara itu, strategi melepas atau menyerahkan pasar mempunyai dua arti. Pertama, sebuah partai ingin menyerah dan dalam keadaan tertentu ingin melebur dengan partai lain. Hal semacam ini jarang terjadi, namun yang lebih sering ada pada kasus kedua, yaitu pada pemilu yang menggunakan kertas suara, di mana ada pemungutan suara putaran kedua yang hanya diikuti oleh kandidat kandidat terkuat dalam pemilu tahap pertama, dalam hal ini penyerahan pasar sementara waktu kepada pihak ketiga adalah sebuah langkah yang sering terjadi.[14]

---

[13] *Ibid*, hlm. 190.
[14] *Ibid*, hlm, 190-191.

Scanned with CamScanner

1.5.2 Strategi Komunikasi Politik

Komunikasi politik adalah penggunaan simbol atau simbol komunikasi untuk menyampaikan pesan politik yang dilakukan oleh individu atau kelompok pada orang lain dengan tujuan memperluas pemahaman atau pandangan serta mempengaruhi sikap dan perilaku sasaran politik. Komunikasi politik sebagai aspek dari aktivitas politik adalah proses dimana aktor-aktor politik menyampaikan pesan-pesanyang bersifat politis kepada pihak lain. Hal ini merupakan bagian dari rutinitas sosial sehari-hari anggota masyarakat, termasuk elit politik. Menurut Effendy, guna menggapai tujuan yang telah dipilih, strategi komunikasi ialah gabungan manajemen dan perencanaan komunikasi. Komunikasi ini wajib memperlihatkan cara praktis pelaksanaanya, yang berarti pendekatannya dapat bervariasi tergantung pada keadaa dan sitiasi tertentu.

Definis komunikasi berikut dapat dipergunakan guna mengkarakterisasi komponen-komponen komunikasi:

1. Sumber (Komunikator)

   Komunikator adalah individu atau kelompok yang bertindak sebagai sumber atau pengirim informasi dalam setiap kegiatan komunikasi. Mereka adalah orang atau entitas yang mengirim atau menyampaikan berita, pesan, atau informasi kepada penerima. Dalam dinamika komunikasi, selain menjadi pengirim pesan, komunikator juga dapat menjadi penerima pesan, dan sebaliknya, penerima pesan juga dapat mengirim pesan.

Scanned with CamScanner

2. Pesan

   Pesan adalah sekumpulan informasi yang disampaikan oleh medium kepada medium (penonton/penerima pesan) dengan menggunakan bahasa atau simbol. Simbol-simbol tersebut bisa berbentuk tulisan, gambar, gerak tubuh, isyarat tangan, ekspresi wajah, kode morse, dan lain-lain.

3. Media Sosial Media (Saluran)

   Saluran atau media yakni sarana yang dipergunakan guna menyampaikan pesan dari suatu sumber (media) kepada penerima (media). Medium yakni suatu alat yang dipergunakan guna menyalurkan pesan suatu medium dan oleh karena itu umum ditutur dengan medium. Media ini bisa berbentuk cetak maupun non cetak, baikverbal maupun non verbal.

4. Penerima

   Pihak tujuan dari pengiriman pesan oleh sumber disebut penerima. Jika penerima tidak menerima pesan tersebut, hal ini menimbulkan berbagai masalah yang seringkali memerlukan perubahan baik sumber, pesan, atau saluran.

5. Umpan Balik/Efek

   Efektivitas komunikasi begitu urgent karena terjadi jika komunikasi terus berlanjut bagi penerima pesan. Contohnya adalah peningkatan kesadaran (dari ketidaktahuan menjadi kesadaran), kebahagiaan, dan transformasi sikap (dari ketidaksetujuan menjadi penerimaan),

Scanned with CamScanner

perubahan keyakinan, transformasi dari tidak berniat memilih suatu partai menjadi bersedia memilih partai tersebut dalam suatu pemilu) dan sebagainya. Strategi komunikasi inilah yang menentukan berhasil tidaknya kegiatan komunikasi yang efektif. Oleh karena itu, strategi komunikasi mempunyaidua fungsi, pada tingkat makro (strategi multimedia) dan pada tingkat mikro (strategi media tunggal) meng andung fungsi ganda:

a. Menyampaikan pesan komunikasi yang informatif, meyakinkan, serta instruktif dengan teratur pada target dengan tujuan mencapai hasil yang optimal.
b. Mengatasi kesenjangan budaya yang disebabkan oleh kemudahan akses dan pengoperasian media massa yang sangat efektif, yang jika tidak diatasi dapat merusak nilai-nilai budaya.

Fungsi komunikasi politik yakni kerangkapolitik yang menjar ing bermacam aspirasi, sudut pandang, gagasan dan pendapat yang berkembang di masyarakat dan dijadikan selaku sumber pengambilan keputusan politik. Deddy Mulyana membagi kegiatan komunikasi menjadi empat jenis:.

1) Sebagai Komunikasi Sosial

Pentingnya komunikasi sosial setidaknya menunjukkan betapa pentingnya komunikasi untuk membina hubungan dengan orang lain, memperoleh kesenangan, dan meningkatkan rasa harga diri dan efikasi diri seseorang. Karena komunikasi yakni salah satu masalah paling mendesak yang dihadapi masyarakat saat ini,

Scanned with CamScanner

komunikasi berfungsi selaku sarana guna menuntaskan problematika ini. Berinteraksi dengan orang lain dan masyarakat yang lebih luas guna menggapai tujuan bersama, seperti:

a) Pernyataan sintesis diri. Orang berkomunikasi untuk menunjukkan bahwa mereka ada. Hal ini disebut dengan realisasi diri atau lebih dikenal dengan eksistensi diri.
b) Pengembangan konsep diri. Konsep diri adalah pandangan kita terhadap diri kita sendiri, dan itulah yang kita peroleh melalui informasi yang diberikan orang lain kepada kita.
c) Hidup menuju kesempurnaan. Karena manusia adalah makhluk sosial, maka kita tidak bisa hidup sendiri untuk bertahan hidup. Kita memerlukan bantuan orang lain dan kita berkomunikasi dengan orang lain sesuai dengan kebutuhan hidup.

2) Sebagai Komunikasi Ritual

Sebuah komunitas yang secara rutin mengadakan berbagai acara sepanjang tahun dan sepanjang kehidupan mereka, yang dikenal sebagai "Riset rites of passage" oleh para antropolog. Acara-acara ini mencakup berbagai peristiwa, mulai dari kelahiran, khitanan, ulang tahun, pertunangan, dll. Dalam rangkaian acara tersebut, masyarakat seringkali menyampaikan kata-kata yang memiliki makna simbolis atau melakukan tindakan seperti berdoa, menunaikan ibadah, membaca kitab suci, atau menunaikan ibadah

Scanned with CamScanner

haji. Hal ini dilakukan sebagai ekspresi komitmen mereka terhadap suatu keyakinan atau identitas.

3) Sebagai Komunikasi Instrument

Komunikasi mempunyai beberapa tujuan umum, seperti menginformasikan, mengajar, memberi semangat, mengubah sikap, memotivasi tindakan dan menghibur. Sebagai alat komunikasi, kita tidak hanya menggunakannya untuk membangun hubungan, namun juga dapat melemahkan tujuan pribadi dan pekerjaan baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Misalnya tujuan jangka pendek seperti pujian, memberikan kesan yang baik, memperoleh simpati, empati atau keuntungan materi, ekonomi, dan politik, dapat dicapai melalui manajemen kesan, yaitu strategi verbal dan non-verbal seperti berbicara dengan sopan, memberikan janji manis, atau menggunakan atribut partai.

4) Sebagai Konsep Diri

Konsep diri merupakan pandangan terhadap diri sendiri, biasanya diperoleh melalui umpan balik dari orang lain. Ini adalah aspek sentral dari diskusi tentang kepribadian manusia. Konsep diri ini merupakan bagian penting dari kepribadian seseorang, yang tidak dibentuk oleh keinginan untuk terlihat baik di mata orang lain atau oleh pengaruh faktor luar. Di sisi lain, politik citra merupakan kebalikan dari konsep diri, yaitu aspek kepribadian yang dibentuk untuk kepentingan individu atau kelompok karena alasan tertentu.

Scanned with CamScanner

Misalnya, seseorang mungkin menunjukkan sikap murah hati yang dirancang untuk meningkatkan dukungan publik selama pemilu.

Strategi komunikasi politik merupakan pedoman perencanaan dan pengelolaan yang bertujuan untuk mencapai tujuan politik tertentu. Hal ini tidak hanya membantu menentukan arah komunikasi politik, tetapi juga memenangkan dukungan politik masyarakat. Strategi pada dasarnya adalah merencanakan dan menyukseskan pencapaian tujuan tertentu, namun untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak hanya memberikan arahan saja, namun juga harus menentukan taktik tindakan.

Kampanye politik merupakan salah satu bentuk komunikasi yang digunakan sebelum pemilihan calon anggota parlemen. Ini adalah jenis komunikasi politik yang paling dinamis dan menarik sebelum hari Pemilu. Kampanye politik termasuk dalam kategori komunikasi politik, yang dilakukan untuk memperoleh dukungan politik dari rakyat. Kampanye politik adalah tentang menciptakan, menciptakan kembali, dan mengarahkan kembali simbol-simbol penting. Secara sinambung melalui komunikasi terdapat berbagai kampanye politik, antara lain sebagai berikut:

a) Penggunaan media massa atau persuasi massa. Cara ini biasanya dilakukan dalam bentuk sapaan kepada massa baik melalui kontak tatap muka maupun melalui media yaitu media elektronik, media cetak atau poster. Salah

Scanned with CamScanner

satu kampanye yang umum digunakan adalah kampanye massal atau banyak orang. Persuasi digunakan untuk menyampaikan pesan politik antara kandidat dan masyarakat dalam pertemuan tatap muka maupun melalui media cetak dan elektronik.

b) Kampanye interpersonal adalah kampanye yang fokus pada diri sendiri atau sikap pribadi. Kandidat sering kali berpartisipasi dalam kegiatan ini bersama pasangannya, kerabat dekat, dan informan kunci dalam suasana yang relatif informal. Misalnya, banyak kandidat yang bangun pagi-pagi untuk tiba di pabrik pada shift pukul 05.00 atau 06.00. sehingga mereka bisa berjabat tangan dengan pekerja yang masuk dan keluar. Bentuk lain dari kampanye antarpribadi adalah kampanye melalui kantor pemimpin opini. Kandidat menjaga hubungan baik dengan individu lokal, negara bagian, dan nasional.

c) Kampanye berfokus pada penargetan anggota organisasi dan memberikan tekanan pada kandidat: serikat pekerja, buruh, asosiasi perdagangan, kelompok pertanian, organisasi hak-hak sipil, pelobi, konsumen, aktivis lingkungan, dan lain-lain. Hal-hal lain dilakukan dengan cara ini. bahwa dukungan elektoral diberikan kepada kandidat yang bersaing dalam pemilu.

Scanned with CamScanner

1.6 Kerangka Pikir

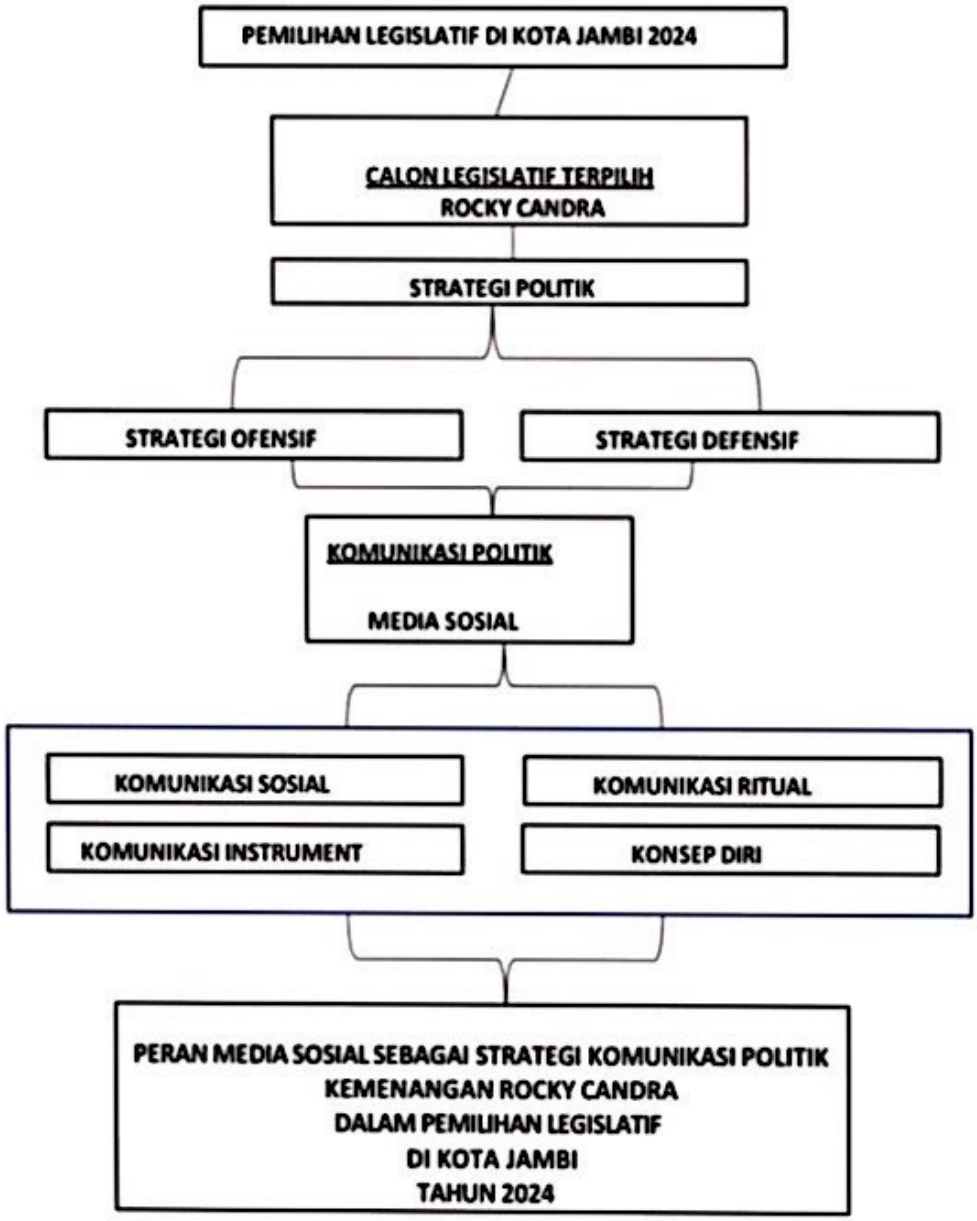
Strategi operasional merupakan rencana taktis yang didasarkan pada situasi dan keadaan di lapangan. Pengumpulan data menunjukkan bahwa partai politik dan kandidat mempunyai strategi elektoral yang berbeda dalam menggalang dukungan pemilih melalui tim sukses. Strategi tertentu cenderung lebih cocok untuk kelompok masyarakat atau pemilih tertentu dan kurang cocok untuk kelompok lain. Oleh karena itu, sangat penting bagi seluruh tim pemilu peserta pemilu untuk memahami konteks dan situasi pemilih. Seluruh peserta pemilu federal 2024 harus segera menyikapi situasi ini. Ini adalah kunci untuk mendapatkan suara sebanyak mungkin dan memenangkan pemilihan federal.

Kerangka pikir penelitian ini dapat di gambarkan sebagai berikut :

Scanned with CamScanner

Gambar 1.1

Bagan Kerangka Pikir



Berdasarkan bagan kerangka pikir diatas bahwa penelitian ini akan mengkaji mengenai Peran Media Sosial dalam menjalankan fungsinya sebagai alat dan

Scanned with CamScanner

indikator anggota calon anggota legislatif dalam pemilihan umum di Kota Jambi 2024.

1.7 Metode Penelitian

Metode penelitian ini merupakan studi kualitatif dengan pendekatan deskriptif, yang bertujuan untuk menyediakan data secara cermat mengenai suatu fenomena atau situasi tertentu. Penelitian ini disebut deskriptif karena tujuannya adalah memberikan gambaran yang detail, terstruktur, dan meliputi semua aspek terkait peran media sosial sebagai strategi politik untuk memperoleh dukungan suara bagi calon anggota DPRD dalam pemilihan legislatif.

1.7.1 Jenis Penelitian

Studi yang direncanakan merupakan penelitian kualitatif, dengan tujuan untuk mengumpulkan informasi dalam bentuk ungkapan atau frase dan berbagai sumber untuk memahami fenomena yang diteliti secara mendalam. Maka dari itu, pengumpulan data dalam penelitian ini dilaksanakan menggunakan teknik wawancara untuk membantu peneliti dalam mengumpulkan informasi secara mendalam dan memahami perspektif serta pengalaman individu yang sedang diselidiki, membantu mengatasi kesenjangan persepsi individu yang sedang diteliti dan memungkinkan peneliti untuk mendapatkan wawasan yang lebih mendalam mengenai fenomena yang sedang diselidiki.

1.7.2 Lokasi Penelitian

Penelitian ini berada di wilayah Kota Jambi karena penulis akan melakukan penelitian penggunaan media sosial oleh anggota DPRD Kota Jambi dalam

Scanned with CamScanner

meningkatkan kualitas kampanye melalui media sosial dan sampai ke masyarakat. Untuk itu ada dua lokasi penelitian yang pertama adalah di dunia maya (internet) dimana peneliti akan melihat aktivitas dari semua akun media sosial milik Rocky Candra dalam menggunakan media sosialnya sebagai alat kampanye dalam pemilu 2024. Dan yang kedua berlokasi di rumah tim sukses dari Rocky Candra dimana peneliti akan langsung bertemu dan mewawancarai bapak Rocky Candra selaku anggota DPRD yang terpilih atau ajudan sekaligus anggota tim sukses dari Rocky Candra, yaitu Bayu Putra Maryadi untuk menanyakan langsung sejauh mana peran platform sosial yang telah dipakai sebagai sarana kampanye sekaligus strategi kampanye politik melalui media sosial.

1.7.3 Fokus Penelitian

Dalam perencanaan penelitian ini, penulis akan memusatkan perhatian pada akun-akun media sosial. milik anggota DPRD yaitu Rocky Candra, baik akun media sosial Facebook, Instagram, X, dan TikTok, yang akan dilihat adalah penggunaan media sosial oleh Rocky Candra dan tim suksesnya khususnya dalam kampanye pemilu 2024.

1.7.4 Sumber Data

Dalam penelitian ini menggunakan dua jenis data yaitu data utama dan data tambahan :

a. Data Primer

Data primer adalah data utama yang didapatkan yang diperoleh secara langsung dari sumber aslinya di tempat penelitian, seperti responden atau informan. Umumnya data primer didapatkan dengan wawancara

Scanned with CamScanner

serta hasil observasi yang mencakup pengamatan langsung menggunakan panca indera terkait peran media sosial pada pemilihan umum 2024.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh tidak langsung dari sumber aslinya. Ini berarti bahwa data tersebut tidak dihimpun oleh peneliti, melainkan ada pihak lain yang sebelumnya yang kemudian digunakan datanya oleh peneliti. Data sekunder dapat bersumber dari berbagai bahan kepustakaan, buku, jurnal, serta internet yang relevan dengan masalah yang diteliti.

1.7.5 Teknik Penentuan Informan

Peneliti menggunakan Teknik sampel bertujuan atau purposive sampling dalam menentukan informan. Teknik ini melibatkan pemilihan sample atau informan berdasarkan pertimbangan tertentu. Peneliti memilih orang sebagai informan dengan memperhatikan kualifikasi dan keahlian yang sesuai dengan topik penelitian. Dalam penelitian ini, individu yang dipilih sebagai informan adalah :

Tabel 1.5
Informan

No.	Informan	Keterangan
1.	Rocky Candra	DPR RI
2.	Bayu Putra Maryadi	Tim Sukses
3.	Eko Saputra	Ketua Tim Sukses
4.	Shinta Maharani	Followers Rocky Candra
5.	Deby Silvia	Followers Rocky Candra
6.	Ayu Dwitasari	Followers Rocky Candra

Scanned with CamScanner

1.7.6 Teknik Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data, peneliti akan menggunakan tiga metode utama : observasi, wawancara, dan dokumentasi. Ketiga metode ini memiliki peranan yang sangat penting untuk menggali informasi yang diperlukan dan memperoleh data yang relevan sebagai bukti dalam studi. Berikut ini adalah uraian singkat mengenai kedua metode tersebut:

a. Observasi

Observasi adalah ketika peneliti secara langsung berada di lapangan untuk mengamati perilaku dan aktivitas individu di tempat penelitian. Dalam pengamatan ini, peneliti mencatat aktivitas di lokasi penelitian baik dengan cara terstruktur maupun semi-terstruktur, contohnya dengan mengajukan sejumlah pertanyaan yang ingin diketahui oleh peneliti. Peneliti kualitatif juga dapat mengambil peran yang bervariasi, mulai dari sebagai pengamat non-partisipan hingga menjadi partisipan aktif. Secara umum, observasi ini bersifat terbuka di mana peneliti mengajukan pertanyaan umum kepada partisipan, memungkinkan mereka untuk memberikan pandangan mereka secara bebas.

b. Wawancara

Peneliti berinteraksi secara langsung dengan partisipan melalui wawancara tatap muka, melakukan wawancara melalui telepon, atau terlibat dalam focus group interview dengan enam hingga delapan partisipan per kelompok. Tipe wawancara ini membutuhkan pertanyaan yang bersifat umum, tidak terstruktur,

Scanned with CamScanner

dan terbuka, dimaksudkan untuk menggali pandangan dan opini dari partisipan.[15]

c. Dokumentasi

Saat melakukan penelitian, peneliti juga dapat mengumpulkan dokumen kualitatif (qualitative documents). Jenis dokumen ini mencakup dokumen publik seperti surat kabar, makalah, laporan kantor, dan dokumen pribadi seperti buku harian, diary, surat, dan email.[16]

1.7.7 Teknik Analisis Data

Analisis data dalam riset kualitatif dilakukan secara bersamaan dengan proses pengumpulan data. Misalnya, saat wawancara berlangsung, peneliti bisa menganalisis hasil wawancara yang telah diperoleh sebelumnya, membuat catatan yang kemudian akan dimasukkan ke dalam narasi laporan akhir, dan merancang format laporan tersebut. Karena data yang tersedia dalam bentuk teks dan gambar sangat kompleks dan berlimpah, tidak semua informasi dapat dimanfaatkan dalam penelitian kualitatif. Oleh karena itu, dalam tahap analisis data, peneliti harus melakukan penyaringan data, fokus pada bagian data tertentu, sementara mengabaikan yang lainnya. Proses ini berbeda dengan pendekatan kuantitatif, di mana peneliti berusaha untuk mempertahankan semua data serta merekonstruksi dan mengganti data yang hilang. Dalam penelitian kualitatif, hasil dari proses ini adalah penggabungan data ke dalam sejumlah kecil tema atau kategori.[17]

---

[15] John W Cresswell. 2014. *Research Design Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran*. Yogyakarta: Putra Pelajar. Hal. 244

[16] *Ibid*, hlm. 255

[17] *Ibid*, hlm. 260 - 261

Scanned with CamScanner

1.7.8 Keabsahan Data/Triangulasi

Validasi adalah salah satu keunggulan utama dalam riset kualitatif, yang bergantung pada penilaian apakah hasil yang diperoleh akurat menurut pandangan peneliti, partisipan, atau pembaca. Dalam literatur kualitatif, istilah-istilah seperti keandalan (*trustworthiness*), keaslian (*authenticity*), dan kredibilitas (*credibility*) sering dibahas dalam konteks validasi.

Salah satu strategi validasi yang sering digunakan adalah triangulasi, yaitu dengan memeriksa berbagai sumber data dan informasi serta menggunakan bukti-bukti tersebut untuk membangun justifikasi tema secara koheren. Ketika tema-tema yang didasarkan pada berbagai sumber data atau perspektif partisipan dapat meningkatkan validitas penelitian.

Scanned with CamScanner