

BAB I

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan global teknologi informasi dan komunikasi (TIK) telah memicu pertumbuhan komunikasi dunia maya, baik di kalangan pemerintah, kelembagaan sosial politik, maupun di kalangan masyarakat. Perkembangan komunikasi itu ditandai oleh pemanfaatan media baru sebagai media komunikasi (*new media*). Ketika perkembangan teknologi semakin pesat, terutama di bidang teknologi informasi berbasis internet maka peran media komunikasi semakin penting. Oleh karena itu, sekarang media telah menjadi salah satu kebutuhan utama bagi setiap orang. Hal ini seiring dengan ditemukannya perangkat-perangkat media yang berbasis internet, sehingga informasi menjadi sesuatu yang mudah ditemukan dibelahan dunia ini, dengan mengakses melalui internet mengenai informasi, hiburan, pendidikan, politik, ekonomi dan lain-lain.¹

Maraknya traffic penggunaan [media sosial](#) sudah bukan hal yang baru di Indonesia. Sejak mengalami booming di tahun 2012, keterikatan masyarakat terhadap media sosial semakin meningkat. [Media sosial](#) yang awalnya hanya digunakan sebagai media untuk bersosialisasi dengan teman dan kerabat dekat, kini mulai menembus komunikasi antara individu dengan institusi.

¹ Heryanto, Gun Gun, *Komunikasi Politik di Era Industri Citra*, (Jakarta : PT. Lasswell Visitama, 2010), h. 13

Melihat fenomena ini, partai politik dan kandidat mulai melirik [media sosial sebagai suatu alat untuk berinteraksi](#) dengan konstituennya, termasuk untuk [mempromosikan produk](#) mereka. Bahkan, menjelang [Pemilu Legislatif](#), Partai [Politik](#) mulai gencar membuat akun untuk melakukan [kampanye terhadap partai dan caleg](#) mereka.

Komunikasi yang pada awalnya hanya sebatas proses interaksi personal secara face to face, kini berkembang secara online melalui internet. Salah satu komunikasi berbasis internet yang banyak digunakan adalah media sosial. Media sosial adalah sebuah media *online*. Dengan hadirnya media berbasis internet (*media online*) tersebut menunjukkan telah terjadi pergeseran arah penggunaan media komunikasi, yang semula bersifat klasik (media elektronik dan cetak) dan kini mengalami perubahan kepada media baru (*new media*) berbasis internet yang menjadi saluran akses media sosial dalam berbagai bidang, yaitu pendidikan, budaya, sosial, ekonomi, hukum, juga politik, misalnya digunakan di dalam kampanye pemilu untuk mensosialisasikan visi, misi, dan program kerja seorang kandidat kepala daerah misalnya.

Komunikasi merupakan aktivitas yang tidak terpisahkan dari keseharian manusia diberbagai bidang. Termasuk dalam aktivitas politik, komunikasi memainkan peranan yang penting. Komunikasi bukan sekedar penerusan informasi dari suatu sumber kepada publik, ia lebih mudah dipahami sebagai penciptaan kembali gagasan – gagasan informasi oleh publik jika diberikan petunjuk dengan

simbol, slogan, atau tema pokok. Komunikasi adalah hubungan antar manusia dalam rangka mencapai saling pengertian (*mutual understanding*).²

Media sosial adalah sebuah media online. Para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagai, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaringan sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Seiring dengan perkembangan teknologi informasi berbasis internet, maka semakin penting peran media sosial *online* sebagai salah satu faktor yang dapat memberikan efek positif dalam peningkatan partisipasi politik dikalangan pelajar sebagai pemilih pemula di dalam pemilihan umum. Namun, realitasnya para politisi atau partai politik yang berkompetisi di pemilihan menjelang pilpres 2019 belum optimal dalam memanfaatkan media sosial berbasis internet tersebut.

Dalam perjalanannya, antara media sosial dan proses pemilihan pilpres, senantiasa tidak dapat dipisahkan. Bagi siapa pun yang akan berlaga dalam pilpres tentu amat membutuhkan keberadaan media sosial. Realitas sosial menunjukkan saat ini adalah “era media”. Apa pun peristiwa yang ada di tengah masyarakat menjadi komoditas pers. Apalagi momen Pilpres sebagai bahan informasi yang menarik untuk diberitakan dan diperbincangkan. Sementara bagi mereka yang terkait dengan pelaksanaan Pilpres, utamanya Capres dan Cawapres, akan memaksimalkan media sebagai instrumen untuk membangun komunikasi politik yang tidak saja

² Heryanto, Gun Gun, *Komunikasi Politik di Era Industri Citra*, (Jakarta : PT. Lasswell Visitama, 2010), h. 3

mensosialisasikan keberadaannya namun sekaligus menjadi “mesin pembujuk” yang luar biasa sistematis dan berpengaruh. Media sosial sebagai salah satu medium perpanjangan alat indra yang baik.

Politik merupakan salah satu kegiatan penting bagi manusia, karena suatu negara yang memiliki masyarakat yang beragam atau bermacam – macam kebudayaan, suku, dan bahasa seperti Indonesia ini, dituntut untuk memiliki struktur organisasi kepemimpinan yang teratur. Di dalam kehidupan politik, seperti halnya dalam wilayah-wilayah kehidupan lain, sosialisasi merupakan suatu kunci bagi perilaku. Sosialisasi politik merupakan suatu proses bagaimana memperkenalkan sistem politik pada seseorang, dan bagaimana orang tersebut menentukan tanggapan serta reaksi- reaksinya terhadap gejala-gejala politik. Melalui sosialisasi politik, individu- individu diharapkan mau dan mampu berpartisipasi secara bertanggung jawab dalam kehidupan politik.³

Tujuan utama sosialisasi politik adalah pembentukan sikap serta watak insan politik. Melalui proses sosialisasi, individu-individu diharapkan berpartisipasi di dalam kehidupan politik secara bertanggung jawab. Dengan partisipasi politik dimaksud keterlibatan individu-individu sampai pada bermacam-macam tingkatan di dalam sistem politik. Namun sosialisasi dan partisipasi politik tergantung dari

³ Maran, Rafael Raga, *Pengantar Sosiologi Politik, Suatu Pemikiran dan Penerapan*,(Jakarta Rineka Cipta, 2001) h. 135-136

komunikasi politik.⁴

Dalam perspektif komunikasi politik, mengkomunikasikan politik tanpa aksi politik yang nyata sebenarnya telah dilakukan oleh siapa saja. Oleh karenanya, bukan hal yang aneh jika ada yang menyebut komunikasi politik sebagai neologisme, yakni ilmu yang sebenarnya tak lebih dari istilah belaka. Dalam praktiknya, komunikasi politik sangat kental dalam kehidupan sehari-hari. Hal yang kurang lebih sama terjadi dalam konteks pembicaraan proses pilpres, meskipun demikian, yang kemudian berkembang bahwa media sosial tidak saja dimanfaatkan untuk hal-hal positif, melainkan sering dimanfaatkan untuk sarana penistaan, penghujatan, dan pencemaran nama baik seseorang agar kredibilitasnya jatuh. Fenomena tersebut jika dibiarkan akan menjadi kondisi yang kontradiktif antara kehadiran media sosial yang diharapkan mengembangkan komunikasi politik masyarakat dengan persoalan yang justru menghambat kemajuan komunikasi politik.

Dalam konteks demokrasi, sejatinya partai politik dan media sosial mempunyai peran yang saling melengkapi. Media sosial bertindak sebagai kontrol atas realitas sosial politik yang disampaikan kepada masyarakat luas dalam bentuk informasi. Sedangkan partai politik menjadi institusi yang menyerap persoalan masyarakat akar rumput (*grass root*) untuk diselesaikan di tingkat pemerintah. Tujuan

⁴ Maran, Rafael Raga, *Pengantar Sosiologi Politik, Suatu Pemikiran dan Penerapan*, (Jakarta Rineka Cipta, 2001) h. 136

keduanya sinergis, yakni bagaimana demokrasi dijalankan dan bagaimana kesejahteraan rakyat menjadi prioritas.

Tentu saja dalam perkembangannya, banyak pihak yang terlibat Media sosial dapat menciptakan *image* tertentu terhadap siapa atau apa saja, seraya memobilisir kesadaran menurut yang dikehendakinya. Proses hegemoni kesadaran media sosial ini tidak bisa lepas dari berbagai kepentingan. dalam pemanfaatan media sosial sebagai instrumen pemenuhan kepentingan. Oleh karena itu penting dilakukan penelitian atau kajian untuk melihat dinamika pemanfaatan media sosial dalam kehidupan politik yang sedang berkembang di tengah masyarakat. Penelitian di fokuskan pada pemanfaatan media sosial dalam pemberitaan isu-isu politik menjelang pilpres

Di indonesia lembaga pengamat media sosial PoliticaWave telah melakukan kajian pada pilpres. Kajian di lakukan melalui enam media, yaitu twitter, facebook, blog, online news dan youtube. Hasilnya bahwa dari masing-masing, penelitian tersebut mengungkapkan pentingnya media sosial dalam proses politik. Sifatnya yang interaktif tampaknya membuat pengguna media sosial dalam proses komunikasi politik menjadi semakin menarik.⁵

Kepala Departemen Pendaftaran Internet Nasional APJII Valens Riyadi mengatakan, angka penetrasi internet terhadap populasi menyebar rata di sebagian

⁵Budiyono, “*Media Sosial sebagai Komunikasi Politik Menjelang PILKADA DKI Jakarta 2017 Jurnal komunikasi*, Volume 11, Nomor 1, (Oktober 2016), h. 2

besar wilayah Indonesia. APJII menyelenggarakan survei melalui wawancara dan kuisisioner untuk memperoleh gambaran pengguna internet di Indonesia. Survei dilakukan di 42 kota di 31 propinsi antara April hingga Juli 2012, dengan jumlah responden 2.000 orang yang berasal dari ketegori umur 12-65 tahun, status ekonomi sosial A-C.⁶

Kampanye pada dasarnya adalah penyampaian pesan –pesan dari pengirim kepada khalayak. Pesan-pesan tersebut dapat disampaikan dalam berbagai bentuk mulai dari poster, spanduk, papan reklame, pidato, iklan diskusi, sehingga selebaran. Pemanfaatan media sosial, khususnya facebook dan twitter, di kalangan parpol memang masih belum optimal.

⁶ Berliani Ardha “*Social Media Sebagai Media Kampanye Partai Politik 2014 di Indonesia*” Jurnal Visi Komunikasi Volume 13, No. 01, (Mei 2014), h. 2

Untuk kategori [organisasi politik](#), “follower” (pengikut) terbanyak di

Facebook dapat dilihat dari tabel berikut :

NO	PARTAI	AKUN	PENGIKUT
1	PSI	Partai Solidaritas Indonesia	3 juta
2	PPP	DPP PPP	248 ribu
3	PKS	Partai keadilan sejahtera	3.689 ribu
4	PKPI	Partai Keadilan dan Persatuan Indonesia	2.247 ribu
5	PKB	DPP PKB	71.118 ribu
6	PERINDO	Partai Perindo	405 ribu
7	PDIP	PDI Perjuangan	1,5 juta
8	PBB	PBB Partai Bulan Bintang	5.435 ribu
9	PAN	Partai Amanat Nasional	8.925 ribu
10	NASDEM	Partai Nasdem	15.489 ribu
11	HANURA	Partai Hanura	512 ribu
12	GOLKAR	Partai Golongan Karya (Golkar)	7,2 ribu
13	GERINDRA	Fraksi Partai Gerindra	29,311 ribu
14	GARUDA	Partai Garuda	2.976 ribu
15	DEMOKRAT	DPP Partai Demokrat	194 ribu
16	BERKARYA	Partai Berkarya	10.348 ribu

Dengan berkembangnya [teknologi internet](#) dan banyak penduduk di Indonesia menggunakan internet serta mempunyai media sosial seperti [facebook](#), twitter, blog dan [youtube](#). Hal ini menjadi jelas bahwa alat online memainkan peran penting dalam membentuk opini publik dan pengaturan agenda politik. [Politisi](#), warga dan wartawan semakin mengadopsi media sosial baru seperti Twitter, Facebook dan Youtube untuk mendukung tujuan-tujuan politik mereka, baik itu untuk terlibat dengan para pemangku kepentingan lainnya dalam ruang publik politik, [kampanye](#), menyebarkan atau mengambil informasi, atau berkontribusi terhadap perdebatan rasional – kritis.

[Menguasai komunikasi publik](#) adalah salah satu kunci untuk memenangkan kompetisi di dunia politik, dan saat ini salah satu channel yang efektif adalah media sosial. Gerakan atau [kegiatan politik dengan memanfaatkan media sosial](#) juga kini banyak di gunakan oleh para [politisi](#) di Indonesia, seperti pada saat pilkada di Jakarta beberapa waktu lalu yang akhirnya dimenangkan oleh Jokowi dan Ahok. Kemenangan tersebut juga di tunjang dengan handalnya kampanye di media sosial.

Fenomena di Indonesia menunjukkan bahwa masyarakat hanya dilibatkan dalam partisipasi politik sebatas keterlibatan mereka di dalam pemilihan umum atau pemilihan kepala daerah saja. tentunya partisipasi ini hanya termasuk ke dalam definisi partisipasi yang minimal. Persoalan muncul ketika wakil rakyat yang mereka pilih melalui mekanisme pemilu tadi ternyata tidak amanah artinya wakil rakyat berjalan tidak konsisten dengan apa yang mereka janjikan pada saat kampanye

sehingga perilaku politik elit tidak sinkron dengan aspirasi konstituennya. Ada kesenjangan antara masyarakat dengan elit politik sehingga komunikasi politik yang ada menjadi sangat minim.⁷

Wikipedia secara definitive menjelaskan media social adalah media jejaring menggunakan internet sebagai basis, dimana para penggunanya dapat dengan mudah berpartisipasi ,berbagai informasi,menyampaikan pesan, member komentar terhadap masukan dari pesan yang ditulisnya, dan seterusnya. Dan semua hal tersebut dilakukan tanpa hambatan jarak dengan waktu yang sangat cepat. Rhenald kasali dalam bukunya berjudul *Cracking Zone* (2011) mengungkapkan para pelaku jejaring social saling membentuk opini, mengekspresikan diri, mencari kawan, saling memberikan informasi kejadian sehari – hari, merekomendasikan produk atau jasa yang mereka gunakan dan lain sebagainya salah satu jejaring sosial yang sangat populer saat ini adalah facebook – facebook yang dibuat pertama kali oleh Mark Zukerberg, adalah media social yang memiliki keunggulan factor psikologis yang membuat pengguna merasa eksistensinya terakui, sebagai media tradisi berkumpul atau berkomunitas, kemampuan pemuatan foto yang dapat ditandai (tag) ,mengungkapkan isi pikiran (status) dan lain sebagainya.⁸

⁷ Miriam Budiardjo, *Dasar-Dasar Ilmu Politik* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2008), h. 46.

⁸ Berliani Ardha “*SOCIAL MEDIA SEBAGAI MEDIA KAMPANYE PARTAI POLITIK 2014 DI INDONESIA*” *Jurnal Visi Komunikasi* Volume 13, No. 01, (Mei 2014), h. 2

Dilihat dari penggunaanya Indonesia menempati posisi tertinggi dari berbagai jejaring sosial media yang ada saat ini, pengguna facebook di Indonesia menempati posisi 3 di seluruh dunia. Karena kekuatannya tersebut maka facebook menjadi alat yang efektif bagi pemasar maupun produsen dalam mengenali konsumennya, bahkan dijadikan alat untuk menawarkan produk – produk terbaru mereka. Dengan menggunakan jejaring social facebook, produsen atau pemasar dapat memantau aktifitas calon konsumen mereka yang tergabung dalam kantung – kantung komunitas online. komunitas – komunitas on line tersebut berkumpul beraktifitas melalui fitur – fitur grup yang telah disediakan oleh facebook, atau yang terhubung (link) dengan facebook. Dengan memantau aktifitas grup atau komunitas tersebut maka pemasar atau produsen dapat menangkap aspirasi dari calon konsumen yang berhubungan dengan keunggulan.⁹

Politik sangat erat hubungannya dengan media, karena salah satu tujuan media yakni untuk membentuk pendapat umum mengenai berbagai hal, terutama hal politik. Ketika pendapat umum tersebut dapat berjalan seperti yang diinginkan media, pada saat itulah yang menjadi tolak ukur keberhasilan suatu media. Antara dunia politik praktis dengan media terjalin hubungan yang saling membutuhkan dan bahkan saling mempengaruhi.

⁹ Venus, Antar, Manajemen Kampanye (*Panduan Teoritis dan Praktiis dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi*), Bandung : Simbiosis Rekatama, hlm. xiv

Oleh karena itu penting dilakukan penelitian atau kajian untuk melihat dinamika pemanfaatan media sosial dalam kehidupan politik yang sedang berkembang di tengah masyarakat. Penelitian di fokuskan pada pemanfaatan media sosial terutama Facebook dalam pemberitaan isu-isu politik menjelang pilpres, Karena dalam perkembangannya media sosial banyak digunakan sebagai medium penyampaian pesan yang sangat diminati, maka penulis tertarik untuk mengamati Komunikasi Politik melalui media sosial terutama pada akun facebook dan selanjutnya dituangkan dalam sebuah skripsi yang berjudul **“MEDIA SOSIAL SEBAGAI KOMUNIKASI POLITIK MENJELANG PEMILIHAN PRESIDEN 2019 (STUDI FACEBOOK).**



Dampak dari partai PDIP dalam pemilihan Presiden 2019 jelas berdampak positif dalam artian dapat dikatakan baik-baik saja, dari folower partai PDIP di social media facebook aja sudah mencapai 1,5 juta pengikut, kata pengamat politik dari Universitas paramadina Arif Susanto :

“Dia mengatakan kemenangan PDIP dua kali berturut-turut itu tak lepas dari berbagai faktor modal kekuasaan yang dimilikinya saat ini faktor pertama, Arif menyebut kuatnya kepemimpinan dari ketua umum PDIP Megawati Soekarnoputri masi memegang peran kunci dalam mendongkrak suara PDIP di pemilu 2019, faktor kedua, Arif menilai PDIP turut mendapatkan keuntungan besar dari efek ekor jas atau coat-tail effect atas pencalonan joko widodo sebagai calon presiden. Sebab, kata dia, PDIP sendiri merupakan salah satu partai pengusung sekaligus partai tempat jokowi bernaung. Dan dikalangan masyarakat juga berdampak baik-baik saja, karna Pemanfaatan media disini seperti facebook bukan media resmi, tidak seperti Koran karena tidak ada bukti-bukti yang maksimal dan tidak ada larangan Media sosial itu tidak utama, karena kader turun ke bawah merupakan cara utama kami yaitu dengan berdialog dan baliho dan media sosial itu untuk membantu masyarakat yang tidak ikut kampanye tradisional partai tersebut sehingga konstituen bisa melihat di twitter dan facebook, Jadi dengan cara inilah merupakan basis kapasitas besar bagi kami karena dapat menjadi kekuatan dalam suksesnya pemilu. Masyarakat juga harus tau dengan adanya sosial media, dan mereka harus melakukan sosialisasi dan komunikasi yang efektif dan efesien. Jadi kita harus lebih mempengaruhi mereka agar menaruh simpati kepada kandidat calon pilpres sebab prilaku pemilih para pemuda memiliki karakteristik yang biasanya masih labil dan apatis, serta memiliki pengetahuan yang kurang dan juga kita harus menyampaikan pesan melalui media sosial dengan gaya dan komunikasi bahasa anak muda”

B. Rumusan Masalah

Seperti telah dikemukakan di awal, media sosial memegang peran penting dalam proses komunikasi politik. Sifatnya yang interaktif memungkinkan proses komunikasi bisa dilakukan dengan lebih intens. Berdasarkan uraian latar belakang di atas dirumuskan pokok permasalahan yaitu:

1. Bagaimana pemanfaatan media sosial sebagai sarana komunikasi politik dan apa permasalahan yang muncul dalam proses menggunakan media menjelang pilpres 2019?
2. Bagaimana Efektifitas komunikasi politik dalam media sosial facebook dalam meningkatkan elektabilitas calon presiden dan wakil presiden di kota Palembang tahun 2019

C. Tujuan penelitian dan kegunaan penelitian

1. Tujuan dari penyusun skripsi ini adalah:
 - a. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pemanfaatan media sosial sebagai sarana komunikasi politik menjelang pilpres 2019.
 - b. Penelitian ini juga dilakukan guna mengidentifikasi persoalan-persoalan yang muncul dalam proses komunikasi politik dengan menggunakan media sosial selama menjelang pilpres 2019.
2. Kegunaan
 - a. Kegunaan dari penyusun skripsi ini adalah bagi pengembangan ilmu pengetahuan di Fakultas Adab dan Humaniora, yaitu memberikan

pemahaman yang kokoh Secara Akademis, tulisan ini diharapkan bisa memberi tambahan wacana dan referensi untuk keperluan studi lebih lanjut dan menjadi bahan bacaan kepustakaan.

- b. Secara Praktis, dengan tulisan ini penulis berharap dapat menambah pengetahuan dan wawasan tentang Komunikasi politik terutama bagaimana kiat komunikasi politik melalui media massa, dan tata cara komunikasi politik yang baik bagi penulis sendiri maupun bagi mahasiswa Fakultas Adab dan Humaniora.

D. Tinjauan Pustaka

Sepanjang penelusuran penulis mengenai judul ini, adapun judul yang hampir serupa yang ditulis oleh:

1. Hasil penelitian yang ditulis oleh Misliyah salah satu mahasiswa Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta yang berjudul “*Komunikasi politik melalui media massa pasangan Mokhtar Mohammad – Rahmat Efendi dalam pilkada wali kota bekasi periode 2008- 2013*” mengenai bagaimana sosialisasi politik dan komunikasi politik pasangan Mokhtar Mohammad – Rahmat Efendi.
2. James R Situmorang mahasiswa Universitas Katolik Parahyangan dengan judul “*Pemanfaatan internet sebagai media dalam bidang politik, bisnis, pendidikan dan sosial budaya*” mengenai bagaimana cara pemanfaatan internet dalam bidang politik, bisnis pendidikan dan sosial budaya.

3. Adapun jurnal Wisnu Prasetya Utomo yang berjudul “ *Menimbang media sosial dalam marketing politik di Indonesia belajar dari Jokowi – Ahok di Pilkada DKI Jakarta 2012*”. Mengenai Kemenangan Jokowi dan Basuki Tjahaya Purnama (Ahok) di Pilkada DKI Jakarta 2012 telah menandai satu babak penting dalam perkembangan *marketing* politik di Indonesia. Media sosial memberikan pengaruh yang besar dalam kemenangan tersebut. Media social menjadi alat yang efektif untuk mengorganisir warga dan memobilisasi pemilih. Di erapersonalisasi politik pasca Orde Baru, marketing politik bauran yang menggabungkan media sosial, media massa, dan *marketing* politik tradisional bisa menjadi strategi alternative kandidat maupun partai politik untuk memenangkan pemilu.
4. Selanjutnya skripsi dari Rian Fitriasa yang berjudul tentang “ *Propaganda Politik Bermuatan Agama di Media Sosial Pada Kampanye PILPRES 2019* ” membahas terjadinya Propaganda politik tentang agama di media sosial pada kampanye pilpres 2019. Skripsi tersebut membahas tentang banyaknya propaganda yang bermuatan agama (Islam) yang dikaitkan dengan kondisi politik aktual, dalam hal pilpres 2019 terutama konten yang disajikan oleh akun instagram
5. Hasil penelitian Skripsi Robert Maysandi 2017 yang berjudul “ *Komunikasi Politik Calon Anggota Legislatif Terpilih Provinsi Sumatera Selatan Pada Pemilihan Umum 2014 (Studi Pada Anggota Legislatif Terpilih Dari Partai Kebangkitan Bangsa Daerah Pemilihan Organ Komerling Ilir)* ”. Skripsi ini membahas tentang komunikasi merupakan keberhasilan sebuah partai politik dalam memenangkan pemilu, keberhasilan komunikasi politik oleh parpol atau caleg dalam merencanakan

dan melaksanakan akan ikut berperan pada hasil perolehan suara. Bentuk strategi komunikasi politik pemenangan pileg pada pemilu 2014, membuktikan caleg dan partai politik dengan mengandalkan pertemuan rutin yang akan dilaksanakan PKB dengan NU.

Berdasarkan beberapa penelitian diatas yang membedakan tulisan peneliti dengan tulisan sebelumnya adalah ini mengkaji peran media sosial dalam komunikasi politik dengan mengambil pemanfaatan media sosial sebagai komunikasi politik. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif, penelitian dilakukan dengan mengamati facebook masing-masing partai politik . Hasil studi menunjukkan bahwa facebook dapat digunakan untuk menyampaikan visi kandidat, dan khalayak bisa langsung merespon baik positif maupun negatif. Respon negatif muncul dalam bentuk kata-kata kasar dan berbagai sara. Oleh karena itu, suatu etika media sosial perlu dibangun agar komunikasi di media sosial lebih santun.

Maka penulis tertarik mengkaji tentang bagaimana Pemanfaatan media sosial sebagai komunikasi politik menjelang pilpres 2019 dengan melakukan studi di Facebook. Sebuah kajian sederhana, lugas, dan diharapkan menjadi tulisan yang *easy reading* bagi setiap pembaca yang ingin menganalisis bentuk pemanfaatan media sosial dalam pilpres.

E. Kerangka Teori

Dalam mengkaji media social sebagai ruang komunikasi politik, maka penulis menggunakan beberapa teori besar yaitu:

1. Teori Komunikasi Politik

Sebagaimana dalam ilmu sosial lain, batasan akan pengertian komunikasi belum terdapat kesepakatan diantara para sarjana bahkan, hampir boleh dikatakan antara sarjana satu dan yang lain selalu berbeda dalam memberikan definisi. Akan tetapi, tidak menutup kemungkinan batasan itu mempunyai unsur – unsur yang saling tumpang – tindih. Sehingga masih memberikan kemungkinan orang menarik garis penekanan atau tipikal dari berbagai definisi.

Berelson dan Steiner (1964), mendefinisikan komunikasi sebagai “penyampaian informasi, ide, emosi, keterampilan, dan lain –lain, melalui penggunaan symbol, kata, gambar, angka, grafik, dan sebagainya.”

Adapun Shacter (1961) menulis bahwa “komunikasi merupakan mekanisme untuk melaksanakan kekuasaan“. Definisi Shacter ini menempatkan komunikasi sebagai unsur kontrol sosial atau untuk memengaruhi perilaku, keyakinan, sikap terhadap orang lain. Batasan lain dikemukakan oleh Carl Hovland, Irving Janis, dan Harold Kelly (1953), mereka menekankan aspek pengaruh dalam mendefinisikan komunikasi, yakni “*the process by which an individual (the communicator) transmit stimuli (usually verbal) to modify the behavior of other individuals (the*

audience)”.¹⁰(Proses dimana seorang individu (komunikator) mengirimkan rangsangan (biasanya verbal) untuk memodifikasi perilaku individu lain (penonton).

2. Konsep Media Sosial

Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Pendapat lain mengatakan bahwa media sosial adalah media online yang mendukung interaksi sosial dan media sosial menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif. Andreas Kaplan dan Michael Haenlein mendefinisikan media sosial sebagai “sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0 , dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content*”.

Jejaring sosial merupakan situs dimana setiap orang bisa membuat web page pribadi, kemudian terhubung dengan teman-teman untuk berbagi informasi dan berkomunikasi. Jejaring sosial terbesar antara lain Facebook, Myspace, dan Twitter. Jika media tradisional menggunakan media cetak dan media broadcast, maka media sosial menggunakan internet. Media sosial mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpartisipasi dengan memberi kontribusi dan feedback secara terbuka, memberi

¹⁰ Henry Subiakto dan Rachma Ida, *Komunikasi Politik , Media , dan Demokrasi*.(Jl.Tambora Raya No. 23 Rawamangun). Jakarta 13220

komentar, serta membagi informasi dalam waktu yang cepat dan tak terbatas.

F. Metodologi penelitian

1. Metode penelitian

Dalam penelitian ini, metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif bersifat deskriptif, Penelitian deskriptif bertujuan memberi gambaran atau paparan terhadap peristiwa yang diteliti, yaitu metode dimana pencarian data tidak dimaksudkan untuk membuktikan hipotesis yang telah dirumuskan sebelum penelitian dilakukan. Riset kualitatif bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya. Riset ini tidak mengutamakan besarnya populasi dan *sampling* bahkan populasi dan *sampling* terbatas. Jika data yang terkumpul sudah menjelaskan fenomena yang diteliti, maka peneliti tidak perlu mencari *sampling* lainnya. Data berupa penggunaan media sosial sebagai media kampanye oleh kandidat dan pengguna media sosial oleh khalayak umum sebagai sarana pemberi umpan balik atas sosialisasi kampanye pilpres 2019 dari kandidat.

Selain data narasi percakapan, data juga bisa berupa gambar atau foto kegiatan kampanye yang dilakukan masing-masing kubu pendukung. Meski berupa gambar namun bisa dinarasikan adanya pesan dan konteks komunikasinya melalui rangkaian kegiatan tersebut sehingga memiliki makna bagi pihak lain yang mengakses komunikasi ini. Analisis berupa pembuatan interpretasi data dengan mengaitkan sebab akibat munculnya fenomena yang diteliti. Guna memahami makna dari data, maka analisis dilakukan secara lebih mendalam untuk lebih memahami isi pesan

media dan mampu menghubungkannya dengan konteks sosial/realitas sewaktu pesan dibuat. Mengingat semua pesan merupakan produk sosial dan budaya masyarakat, maka inilah yang disebut analisis isi kualitatif. Sebagai pisau analisis, didukung dengan teori-teori yang bertalian dengan teori penggunaan media dan teori komunikasi politik, untuk melihat bagaimana Kandidat dan tim suksesnya memanfaatkan media sosial sebagai media komunikasi politik dan masyarakat meresponnya.

Metodologi kualitatif menurut Taylor dan Bogdan, adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Sedangkan menurut Kirk dan Miller, yaitu tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental tergantung dari pengamatan pada manusia baik dalam kawasannya maupun dalam peristilahannya. Dari beberapa macam penafsiran, maka pengertian secara umum dari penelitian kualitatif adalah, penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain sebagainya, secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.

2. Jenis penelitian

Jenis penelitian yang digunakan pada penyusunan skripsi ini adalah jenis penelitian pustaka (*library research*), yaitu suatu bentuk penelitian yang datanya

diperoleh dari pustaka yang menggunakan fasilitas pustaka seperti buku, jurnal, kitab atau majalah.¹¹ Riset pustaka tidak hanya sekedar urusan membaca dan mencatat literatur atau buku-buku. apa yang disebut riset pustaka atau sering juga disebut studi pustaka, ialah rangkaian kegiatan yang berkenaan dengan metode pengumpulan data pustaka, membaca dan mencatat serta mengolah bahan penelitian. Informasi atau data empiric yang telah dikumpulkan orang lain, berupa laporan hasil penelitian atau laporan-laporan resmi, buku-buku yang tersimpan dalam perpustakaan tetap dapat digunakan oleh periset kepustakaan yang ada hubungannya dengan pokok permasalahan di atas. Oleh karena itu, penelitian akan penulis laksanakan berdasarkan pada data-data kepustakaan yang berkaitan dengan pokok permasalahan yang dikaji.

3. Sumber Data

Sumber data berdasarkan atas jenis data yang di tentukan. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data penelitian normatif atau Data Sekunder, yaitu data yang mencakup dokumen-dokumen resmi, buku-buku, hasil-hasil penelitian yang berwujud laporan, buku harian, atau data yang sudah di kumpulkan dan diolah oleh pihak lain biasanya sudah dalam bentuk dokumen yang mencakup bahan hukum primer, sekunder dan tersier.

1. Data Primer

¹¹.Winarno Surakhmad, *Pengantar Penelitian Ilmiah: Dasar, Metode, Teknik*, cet. ke-7 (Jakarta: UI-press, 1994), hlm. 25

Data primer adalah data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti melalui sumbernya dengan melakukan penelitian ke objek yang diteliti .¹²

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang tidak langsung memberikan data kepada peneliti, misalnya penelitian harus melalui orang lain atau mencari melalui dokumen. Data ini diperoleh dengan menggunakan studi literatur yang dilakukan terhadap banyak buku, diperoleh berdasarkan catatan – catatan, diperoleh dari internet yang berhubungan dengan penelitian.¹³

3. Data tersier

yaitu bahan yang memberikan petunjuk maupun penjelasan terhadap bahan primer dan sekunder misalnya, kamus , ensiklopedia Islam, kamus, indeks komulatif dan sebagainya.

4. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh penulis dalam skripsi ini adalah penelitian kepustakaan, maka teknik pengumpulan data yang ditempuh adalah dengan meneliti dan mengumpulkan pendapat dari para sarjana dan yang bersangkutan terkait dengan judul skripsi ini , kitab-kitab serta karya-karya ilmiah yang berkaitan dengan permasalahan. Kemudian dari sumber-sumber yang ada, baik primer maupun sekunder akan diuji kredibilitasnya untuk mendapatkan data yang benar-benar akurat. Dalam hal data Sumber primer dalam hal ini dilakukan dengan

¹² Husain Umar, 2003, Metode Riset Bisnis, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta. Hal 56

¹³ sugiyono, 2005, Memahami Penelitian Kualitatif, CV. Alfabeta, Bandung. Hal 62

membaca mencatat mengutip dari hal-hal yang diteliti dari berbagai sumber pustaka yang ada.¹⁴

5. Teknik Analisis Data

Analisa data yaitu menggunakan metode deskriptif analisis. Maksudnya adalah analisis penelitian ini didasarkan pada penggambaran secara objektif terhadap tema penelitian dengan pendekatan kualitatif. Penulis menganalisa data dengan menyusun kata-kata ke dalam tulisan yang lebih luas. Keterangan-keterangan yang ada kemudian dihubungkan satu dengan yang lainnya, sehingga terjadi satu fakta yang dapat terungkap mengenai topik yang dipertanyakan dan yang menjadi pokok masalah dalam penelitian penulis. Adapun metode analisa data yang penyusun gunakan dalam penelitian ini adalah analisa kualitatif dengan cara berfikir induktif, deduktif dan komparatif. Induktif adalah pengambilan kesimpulan dari pernyataan yang bersifat khusus ke pernyataan yang bersifat umum.¹⁵

G. Sistematika Pembahasan

Untuk memberikan gambaran umum mengenai isi karya tulis ini dan lebih mudahnya dalam pembahasan penyusunan, maka disusunlah sistematika pembahasan sebagai berikut:

¹⁴ Suharsimi Arikunto, 2006, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, PT Rineka Cipta, Jakarta. Hal 149

¹⁵ Sutrisno Hadi, *Metodologi Riset* (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 1977), hlm. 50.

Bab I Pendahuluan, yang mencakup latar belakang masalah, pembatasan dan perumusan tujuan dan manfaat penelitian, metodologi penelitian, pedoman penulisan serta sistematika penulisan.

Bab II adalah, penyusun akan menguraikan media sosial sebagai sarana komunikasi, Pembahasan ini akan dimulai dengan pendefinisian mengenai pendefinisian media sosial dilanjutkan dengan pendefinisian komunikasi politik terhadap pengaruh politik menjelang pilpres 2019.

Bab III hasil penelitian dan pembahasan mengenai sosial media sebagai komunikasi politik menjelang pemilihan presiden tahun 2019 (studi facebook)

Bab IV adalah yaitu bab terakhir dalam skripsi ini akan dikemukakan kesimpulan yang merupakan jawaban akhir dari pokok permasalahan yang ada. Dan dalam bab ini juga akan dikemukakan saran-saran dari penyusun serta kata penutup.