

Efektivitas Penggunaan Media Sosial Dalam Meningkatkan Elektabilitas Calon Bupati Dan Wakil Bupati Kabupaten Minahasa Selatan Tahun 2020 (Studi Di Kecamatan Tumpaan Kabupaten Minahasa Selatan)

Zenly Maikel Ratag¹

Wiesje F Wilar²

Agustinus B Pati³

Email Korespondensi: zenlyratag@gmail.com

Abstrak

Adapun tujuan penelitian ini adalah Untuk Mengetahui Efektivitas Penggunaan Media Sosial Dalam Meningkatkan Elektabilitas Calon Bupati dan wakil Bupati pada Pemilihan Kepala Daerah Tahun 2020 Minahasa Selatan di Kecamatan Tumpaan. Pemilukada merupakan sebuah proses perwujudan demokrasi ditingkat daerah dalam rangka memilih kepala daerah secara langsung oleh warganya untuk mencari sosok pemimpin seperti apa yang mereka inginkan. Kehadiran media sosial mampu membuat informasi politik tidak hanya semakin masif akan tetapi juga terdistribusi dengan cepat dan bersifat interaktif. Sehingga tidak sedikit para atau aktor-aktor politik di sejumlah Negara mulai memanfaatkan media sosial sebagai proses kampanye politik. Selain itu, media sosial juga mampu untuk menjaring para pemilih pemula serta tidak memerlukan anggaran yang besar untuk proses kampanye. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan studi dokumentasi. Hasil penelitian disimpulkan bahwa Efektivitas penggunaan media sosial dalam meningkatkan elektabilitas calon bupati dan wakil bupati di kabupaten Minahasa Selatan pada pemilihan tahun 2020 lalu terbukti efektif dengan dimenangkannya oleh pasangan Franky Wongkar dan Petra Rembang. Produktivitas penggunaan media sosial oleh tim sukses dan relawan tergolong efektif dengan meningkatkannya elektabilitas calon franky wongkar dan petra rembang.

Kata Kunci: Efektivitas, Media Sosial, Elektabilitas Calon

¹ *Mahasiswa Program Studi Ilmu Politik FISPOL-Unsrat*

² *Dosen Program Studi Ilmu Politik FISPOL-Unsrat*

³ *Dosen Program Studi Ilmu Politik FISPOL-Unsrat*

Sekretariat:

Gedung H6.2.2. Fispol Unsrat

Jl. Kampus Bahu Unsrat Manado

Pendahuluan

Kehadiran dan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi telah mampu mengubah cara berkomunikasi manusia, baik secara individu maupun kelompok di ranah sosial, budaya, ekonomi dan bahkan kehadiran media sosial juga ikut mempengaruhi bidang politik. Hal ini seperti Studi di Amerika Serikat yang menunjukkan bahwa media sosial merupakan salah satu alat kampanye yang efektif (Chavez, 2012). Kemajuan yang telah dicapai manusia dalam bidang Teknologi Informasi dan Komunikasi merupakan sesuatu hal yang patut kita syukuri karena dengan kemajuan tersebut akan memudahkan manusia dalam mengerjakan pekerjaan dan tugas yang harus dikerjakannya. Namun, tidak semua kemajuan yang telah dicapai tersebut membawa dampak positif (kelebihan) dan dampak negatif (kekurangan).

Kehadiran media sosial mampu membuat informasi politik tidak hanya semakin masif akan tetapi juga terdistribusi dengan cepat dan bersifat interaktif. Sehingga tidak sedikit para atau aktor-aktor politik di sejumlah Negara mulai memanfaatkan media sosial sebagai proses kampanye politik. Selain itu, media sosial juga mampu untuk menjangkau para pemilih pemula serta tidak memerlukan anggaran yang besar untuk proses kampanye.

Di satu sisi, media sosial memang menawarkan peluang bagi para aktor politik untuk bisa menjangkau para pemilih dan berinteraksi secara langsung dengan masyarakat sekaligus membentuk percakapan yang lebih “akrab” dengan para pemilih. Namun di sisi lain, media sosial juga dapat membuat aktor politik menjadi bahan tertawaan atau bahkan menjadi cacik dari masyarakat atau Para pengguna media sosial lainnya. Peningkatan jumlah pengguna internet merupakan potensi tersendiri bagi para aktor politik dalam melakukan komunikasi politik dan dalam meraih dukungan. Pileg merupakan ajang pemilihan umum yang selalu dinantikan oleh masyarakat di setiap

daerah sebagai cara masyarakat dalam berdemokrasi. Melalui adanya partisipasi masyarakat, diharapkan sebuah kontestasi dapat berjalan secara Langsung, Umum, Bebas, Rahasia, jujur dan adil.

Tahun 2020, kabupaten Minahasa Selatan mengadakan pemilihan bupati dan wakil bupati masa bakti 2021-2024. Dimana ada 3 calon yang mengikuti kontestasi tersebut masing-masing Franky Wongkar dan Petra Rembang, Michaela Paruntu dan Ventje Tuela, Royek Sondakh dan Harits Umboh, pemilihan tersebut diadakan pada 9 Desember 2020. Dalam pemilihan tersebut dimenangkan pasangan calon nomor urut 3 Franky Wongkar dan Petra Rembang berdasarkan pleno 17 kecamatan, FDW-PYR meraih suara sebanyak 74.875 dari total 140.851 suara sah yang kemudian diikuti Michaela Elsiana Paruntu dan Ventje Tuela (MEP-VT) dengan perolehan suara 50.269.

Berdasarkan data diatas dan pengalaman peneliti di lapangan, kemenangan dari pasangan calon Franky Wongkar dan Petra Rembang cukup mengejutkan mengingat lawannya adalah adik dari petahana dan anak dari ketua partai penguasa Kabupaten Minahasa Selatan dan perolehan suaranya cukup jauh mengingat juga Franky Wongkar merupakan wakil bupati yang tidak memiliki hubungan harmonis dengan bupati saat itu. Namun fakta membuktikan bahwa terjadi kejutan dengan kemenangan tersebut.

Menurut peneliti Factor media social sangat berpengaruh terhadap elektabilitas dari Franky Wongkar yang profilnya selalu di gaungkan dalam media social baik facebook, whatsapp dan media social lainnya, pengaruh akan media social berpengaruh terhadap kemenangan dari pasangan frangky wongkar dan petra rembang.

Metode Penelitian

Penelitian ini akan menggunakan metode kualitatif. Fokus dalam penelitian ini adalah Efektivitas Penggunaan Media Sosial Dalam Meningkatkan Elektabilitas Calon Bupati dan wakil Bupati pada Pemilihan Kepala Daerah Tahun 2020 Minahasa Selatan di Kecamatan Tumpaan. Dengan menggunakan teori dari

The Liang Gie (1991:53) mengatakan bahwa factor-faktor yang mempengaruhi efektivitas dan efisiensi kerja adalah:

1. Motivasi,
2. Kemampuan,
3. Perlengkapan dan Fasilitas

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan informan yang menurut peneliti mampu menjawab pertanyaan penelitian. Oleh sebab itu informan yang di maksud adalah sebagai berikut :

1. Tim sukses Calon Bupati Franky Wongkar dan Petra Rembang di Kecamatan Tumpaan 3 orang
2. Masyarakat Pemilih 5 orang

Teknik pengumpulan data adalah langkah terpenting dalam penelitian ini karena bertujuan mendapatkan data agar dapat di analisis. Menyangkut teknik pengumpulan data yang peneliti lakukan melalui observasi, wawancara dan dokumentasi.

Teknik analisis data adalah proses menemukan dan menyusun data yang terkumpul, sehingga data tersebut dapat disimpulkan dan digunakan sebagai bahan informasi yang dapat dipahami oleh diri sendiri dan orang lain. Adapun teknik analisis data dalam penelitian ini adalah:

1. Reduksi data
2. Penyajian data
3. Penarikan kesimpulan

Pembahasan

1. Motivasi

Dari hasil penelitian dilapangan terkait motivasi mereka dalam penggunaan media sosial dipicu antusias masyarakat dalam menggunakan media sosial dan menjadi sarana yang mudah untuk memperkenalkan calon mereka beserta visi dan misi serta program mereka kedepan. Menurut informan dari pihak tim sukses dan relawan dari calon Franky Wongkar dan Petra Rembang, motivasi mereka untuk selalu menggunakan media sosial sebagai wadah menaikkan elektabilitas adalah antusiasme relawan dan pendukung melalui komentar, postingan serta berita-berita online yang dibagi-bagikan digrup dan juga linimasa mereka. Hal ini membuat calon mereka semakin

dikenal.

2. Kemampuan

Untuk mencapai tujuan politik yaitu mendapatkan suara saat pemilihan berlangsung, seorang kandidat politik terlebih dahulu harus memiliki elektabilitas dan popularitas yang tinggi serta sadar akan efektivitas kampanye yang dilakukan. Ketiga indikator tersebut dapat dicapai dengan strategi komunikasi politik yang baik, dimana semakin dekat dengan publik, maka semakin besar kesempatan kandidat untuk dikenal para pemilih (Irawan, 2014). Apapun yang dilakukan oleh kandidat dapat ditunjukkan melalui media sosial khususnya Facebook. Menurut pihak Facebook, selama Pemilu 2019 setiap harinya banyak orang menggunakan Facebook untuk berdiskusi tentang percakapan politis (Dewi, 2019), ini termasuk pemilihan bupati dan wakil bupati kabupaten Minahasa Selatan dimana mereka menggunakan Facebook untuk mensosialisasikan visi misi, gagasan serta tentang dirinya ke publik.

Kampanye yang biasanya dilakukan secara tradisional, dengan segala bentuk persiapan mulai dari ruang, dan penataan pelaksanaan. Kini dapat dilakukan tanpa bersusah payah dengan hal tersebut. Sebab media sosial telah menyediakan ruang dan tata pelaksanaan dengan cara memanfaatkan fitur yang telah siap digunakan.

Biaya operasional juga lebih meminimalkan pengeluaran para calon kandidat. Karena hanya membutuhkan kuota dan jaringan internet ketika pelaksanaan. Selain itu, kampanye yang dilakukan lebih jujur dan dapat menghindari praktek money politic. Sebab para kandidat bertemu dengan calon pemilih tidak secara langsung.

Selain itu, biaya operasional yang muncul hanyalah hitungan penggunaan pribadi. Bahkan dapat lebih hemat lagi ketika media sosial sebagai alat kampanye dihubungkan dengan berbagai macam platform dengan satu akun. Maka penyebaran lebih cepat, sebab ketika ter-up date satu informasi, maka informasi secara langsung diterima bersamaan.

Kemampuan para calon dan para tim

sukses calon kepala daerah dalam menggunakan media sosial untuk meningkatkan elektabilitas merupakan hal yang penting guna efektivitas penggunaan media sosial tersebut. Kemampuan dalam berkomunikasi dalam media sosial adalah kunci yang dapat meningkatkan elektabilitas. Komunikasi politik saat ini harus mampu memanfaatkan media sosial sebagai medium yang melengkapi media tradisional untuk dapat meningkatkan pengetahuan publik terhadap kandidat politik dalam pemilihan kepala daerah di Kabupaten Minahasa Selatan.

Dari hasil wawancara dengan para informan dilapangan, terlihat bahwa kemampuan para tim relawan dan tim sukses calon bupati franky wongkar, memiliki kemampuan yang baik dalam mengelola media sosial, namun juga penggunaan media sosial oleh relawan dan tim sukses tidak terlepas dari permasalahan emosional yang terkadang membawa permasalahan tersendiri terkait postingan.

3. Perlengkapan dan Fasilitas

Media sosial adalah media online yang memungkinkan penggunaanya untuk dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan membuat konten. Media sosial juga dapat didefinisikan sebagai media online yang mendukung interaksi sosial dengan menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif (Suprajng, Nirwanto, & Firdianjah, 2017). Dengan tumbuhnya penggunaan media sosial khususnya Twitter dan Facebook, media sosial saat ini digunakan baik oleh masyarakat maupun institusi politik (politisi, partai politik, political foundation, dll). Dari perspektif lembaga politik, penting untuk berpartisipasi aktif dalam komunikasi politik menggunakan media sosial, terutama selama kampanye pemilihan. Karena media sosial dapat menjadi channel untuk merepresentasikan informasi yang ideal, mengukur opini publik, serta mendapatkan dukungan dari publik kepada kandidat politiknya (Zeng, Chen, Lusch, & Li, 2010). Keberadaan fasilitas dan perlengkapan dalam penggunaan media sosial oleh para calon melalui pendukung dan tim sukses

sangatlah penting, dari hasil penelitian terlihat bahwa calon bupati pemenang tahun 2020 memberikan fasilitas seperti pulsa, hp serta kebutuhan relawan dalam beberapa kesempatan saat ada pertemuan baik resmi maupun tidak resmi.

4. Produktivitas

Media sosial juga sangat efektif digunakan sebagai media komunikasi khususnya dalam memberikan informasi dan menerima feedback dari para politisi. Ini dapat mendekatkan dan merapatkan hubungan antara para politisi dengan masyarakat. Terlebih lagi saat ini, penggunaan media sosial dikalangan masyarakat semakin populer dan berkembang, hingga ke pelosok pedesaan. Sehingga dengan formula informasi yang baik, masyarakat akan mudah memahami pesan-pesan politik yang disampaikan oleh para politisi. Pada akhirnya, melalui penyampaian pesan-pesan politik yang tepat dan dilakukan secara efektif akan mampu menarik simpati masyarakat sehingga mereka akan menerima maksud yang diinginkan oleh para politisi.

Akibat dari banyaknya penggunaan media sosial di Indonesia banyak konten tentang politik yang tersebar di media sosial. Di media sosial, komunikasi bisa tersebar melalui individu atau kelompok sehingga informasi bisa cepat menyebar secara luas. Hal inilah yang menyebabkan banyak politisi memanfaatkan media sosial sebagai platform untuk mempopulerkan namanya atau biasa disebut kampanye. Selain itu, sebagian besar media massa memanfaatkan media sosial sebagai alat untuk menyebarkan artikel atau konten beritanya untuk dinikmati oleh konsumen. Semakin mudahnya mengakses sosial media maka semakin mudah setiap masyarakat dalam mendapatkan konten mengenai politik dan secara langsung akan berpengaruh pada dirinya.

Produktivitas penggunaan media sosial oleh tim sukses dan juga para relawan dari pasangan calon franky wongkar dan petra rembang pada pilkada minahasa selatan tahun 2020 berdasarkan hasil wawancara serta penelusuran data lapangan, terlihat bahwa penggunaan media sosial tersebut

EKSEKUTIF

Volume 3 No. 3 Tahun 2023

Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi

ISSN: 2337 - 5736

digunakan secara produktif untuk meningkatkan elektabilitas calon kepala daerah tersebut.

agar informasi yang disebar ke masyarakat lebih efektif dan masyarakat lebih cepat menerima feedback dari calon tersebut di tengah masyarakat agar supaya masyarakat dapat lebih mengenalnya.

Penutup

Kesimpulan

1. Efektivitas penggunaan media sosial dalam meningkatkan elektabilitas calon bupati dan wakil bupati di kabupaten Minahasa Selatan pada pemilihan tahun 2020 lalu terbukti efektif dengan dimenangkannya oleh pasangan Franky Wongkar dan Petra Rembang, penggunaan media sosial oleh para pendukung dan para tim sukses, berhasil meningkatkan elektabilitas dari pasangan tersebut melalui postingan di media sosial facebook, instagram dan grup whatsapp.
2. Motivasi dalam penggunaan media sosial tersebut dalam menaikkan elektabilitas calon oleh relawan dan tim adalah antusiasme masyarakat dan juga peran dari partai pendukung dari pasangan tersebut dengan memotivasi pendukungnya dalam menaikkan elektabilitas calon mereka.
3. Adapun kemampuan tim sukses dan relawan dalam penggunaan media sosial untuk menaikkan elektabilitas calon bupati dan wakil bupati sudah cukup baik dengan dimenangkannya kontestasi tersebut. Permasalahan emosional masih menjadi permasalahan terkait postingan para relawan dan tim sukses.
4. Produktivitas penggunaan media sosial oleh tim sukses dan relawan tergolong efektif dengan meningkatkannya elektabilitas calon franky wongkar dan petra rembang. Tim sukses dan relawan secara rutin memposting mengenai rekam jejak dan kinerja keduanya.
2. Penggunaan media social sebaiknya rutin dijalankan baik setelah pemilihan oleh calon meskipun menang ataupun kalah, hal tersebut guna menjamin masyarakat tetap mengenal baik calon tersebut dan berguna bagi kontestasi pada kesempatan berikutnya.
3. Guna lebih mengefektifkan penggunaan media social dalam pemilihan umum atau juga pilkada, maka mobilisasi masyarakat melalui media social penting dijalankan seperti penggunaan tagar, hastag untuk calon tertentu. Hal tersebut agar masyarakat lebih mudah mengingat seseorang dalam pemilohan melalui symbol ucapan tertentu dari seorang calon.

Daftar Pustaka

- Ahmad, Nyarwi. 2012. *Manajemen Komunikasi Politik dan Marketing Politik: Sejarah, Perspektif dan Perkembangan Riset*. Yogyakarta: Pustaka Zaman.
- Caleb T., & Hayes, Rebecca A. 2015. *Social Media: Defin, Developing, and Diviningl*, Atlantic Journal of Communication.
- Chavez, Jonathan. 2012. #Fail: The Misuse of Social Media Campaign in the 2012 US Dendy Sugiono (2008, dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia Presidential Campaign. http://www.tcd.ie/policy_institute/assets/pdf/PL_Chavez_March12.pdf
- Dewi, R. K. (2019). *Jelang Pemilu, Line dan Facebook Hadirkan Fitur untuk Kenali Kandidat*. Retrieved January 19, 2020, from <https://nasional.kompas.com/read/2019/04/10/18595661/jelang-pemilu-linedan-facebook-hadirkan-fitur-untuk-kenali-kandidat?page=all>
- Faisal, Sanapiah. 2007, *Format-Format*

Saran

1. Guna meningkatkan elektabilitas seseorang yang akan mencalonkan diri nanti dalam pemilihan kepala daerah atau juga pemilihan legislative di tahun 2024, maka disarankan untuk membangun tim khusus media social

EKSEKUTIF

Volume 3 No. 3 Tahun 2023

Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi

ISSN: 2337 - 5736

- penelitian Sosial, Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Firmanzah. 2012. *Marketing Politik: Antara Pemahaman dan Realitas*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia
- Gaffar, J. M. 2012. *Politik Hukum Pemilu*. Jakarta: Konstitusi Press.
- Gibson, James, L., 2011, *Organisasi, Perilaku, Struktur dan Proses*, Edisi ke-5. Cetakan ke-3. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Gie, The Liang .2013. *Ensiklopedia Administrasi*. Jakarta: Gunung Agung.
- _____1991, *Administrasi Perkantoran Modern*. Yogyakarta: Liberty
- Gosal I, Skripsi. *Elektabilitas Syahrul Yasin Limpo Pada Pemilihan Gubernur 2013 Di Kabupaten Toraja Utara*. 2015.
- Handoko, T. Hani, 2009. *Manajemen Personalialia Sumber Daya Manusia*, Edisi. Kedua, Yogyakarta, Penerbit : BPFE.
- Hong, S., & Nadler, D. (2012). Which candidates do the public discuss online in an election campaign?: The use of social media by 2012 presidential candidates and its impact on candidate salience. *Government Information Quarterly*, 29(4), 455–461. <https://doi.org/10.1016/j.giq.2012.06.04>
- Irtanto. 2008. *Dinamika Politik Lokal Era Otonomi Daerah*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Kent, Michael L. 2013. *Using Social Media Dialogically: Public Relations Role in Reviving Democracy*. *Public Relations Review* 39 (4): 337–45. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2013.07.024>
- Komarudin, 2012, *Ensiklopedia Manajemen*, Bandung, Alfabeta.
- Lubis & Husain, 2009. *Efektivitas Pelayanan Publik, Cetaka Kesebelas Pustaka Binaman Presindo*. Jakarta
- Makmur. 2010. *Efektivitas Kebijakan Kelembagaan Pengawasan*. Bandung: Refika Aditama.
- Nawawi. H.2005. *Penelitian Terapan*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press
- Pahmi Sy. *Politik Pencitraan*, Gaung Persada Press, Jakarta. 2010.
- Pasolong, Harbani. 2012. *Teori Administrasi Publik..* Yogyakarta: Alfabeta.
- Prihatmoko, J. 2005. *Pemilihan Kepala Daerah Langsung*. Semarang: Pustaka Pelajar.
- Purwoko, B. 2005. *Isu-Isu Strategis Pilkada Langsung: Ekspresi Kedaulatan Untuk Mewujudkan Kesejahteraan Rakyat*. Laboratorium Politik Unsoed: *Jurnal Swara Politika*.
- Rohaniah, Y. dan Efriza. 2015. *Pengantar Ilmu Politik: Kajian Mendasar Ilmu Politik*. Malang: Intrans Publishing.
- Siagian Sondang P. 2010. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Cetakan Kedelapan Belas. PT. Bumi Aksara. Jakarta
- Steers, Richard M, 2008. *Terj: Magdalena Jamin, Efektivitas Organisasi*, Jakarta: Erlangga
- Sugiyono. 2010, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*; Penerbit CV Alfabeta, Bandung.
- Suprajang, S. E., Nirwanto, N., & Firdianjah, A. (2017). *The Influence of Social Media and Service Quality on Satisfaction and Loyalty*. In *International Conference "Sustainable Development Goals 2030 Challenges and Its Solutions"* (Vol. 1, pp. 245–257). <https://doi.org/10.1108/TQM-11-2012-0092>
- Surbakti, R. 2010. *Memahami Ilmu Politik*. Jakarta: PT Grasindo.
- Dunn, William N. 2011. *Analisis Kebijakan Publik*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Webber, *Essays in Sociology*, (Oxford University Press: Amerika Serikat, 2006), diterjemahkan oleh Noorkholis dan Tim Penerjemah Promothea, Sosiologi, (Pustaka Pelajar: Yogyakarta, 2006)
- Winarno, B. 2002. *Teori dan Proses Kebijakan Publik*. Yogyakarta: Media Pressindo.
- Wojowasito, WJS. 1980. *Kamus Umum*

EKSEKUTIF

Volume 3 No. 3 Tahun 2023

Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi

Bahasa Indonesia. Bandung : Penerbit
Balai Pustaka

ISSN: 2337 - 5736

Zeng, D., Chen, H., Lusch, R., & Li, S. H.
(2010). Social media analytics and
intelligence. *IEEE Intelligent Systems*,
25(6), 13–16.
<https://doi.org/10.1109/MIS.2010.151>