

BAB I

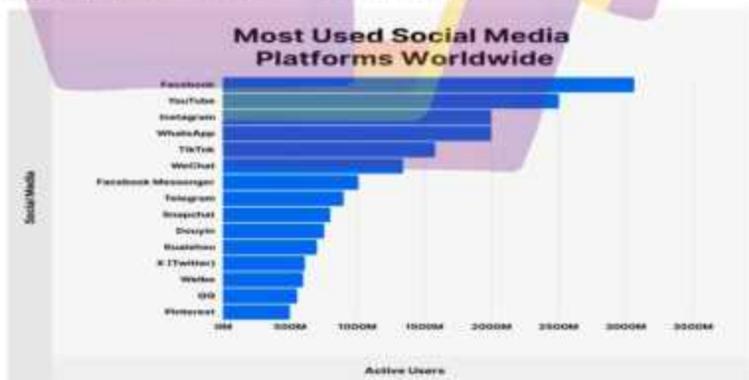
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Media sosial telah menjadi fenomena global yang mengubah cara orang berinteraksi dan berbagi informasi. Awalnya dirancang untuk memfasilitasi komunikasi daring, media sosial kini menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari berkat perkembangan teknologi informasi. Menurut Maryville University (2021), media sosial adalah platform digital untuk interaksi sosial dan berbagi konten. Kaplan dan Haenlein (2010) menyebutnya sebagai aplikasi berbasis internet yang memungkinkan pengguna menciptakan dan bertukar konten.

Saat ini, Facebook tumbuh menjadi salah satu jejaring sosial terbesar di dunia dengan lebih dari 3 miliar pengguna aktif per bulan. Facebook adalah jejaring sosial yang memungkinkan penggunanya untuk terhubung dengan orang lain secara daring. Pengguna dapat membuat profil gratis, menambahkan foto, kontak, dan informasi, serta bergabung dalam komunitas. Beberapa hal yang bisa dilakukan di Facebook seperti berbagi gambar, musik, video, dan artikel, dan juga dapat berbagi pemikiran dan opini dikolom postingan serta dapat berkomunikasi dengan pengguna lain melalui fitur chat.

Pada tahun 2024, Facebook adalah platform media sosial terbesar secara global dengan 3,07 miliar pengguna aktif bulanan di seluruh dunia.



Gambar: 1.1 Statistik Pengguna Media Sosial. (terakhir diperbarui 04 September 2024)

Sumber: [Social Network Usage & Growth Statistics \(2024\)](#)

Radio Republik Indonesia (RRI, 29 Mei 2024, 15:20 WIB) menyatakan bahwa ketergantungan terhadap media sosial bisa dikatakan sudah menjadi "penyakit" bagi masyarakat Indonesia khususnya, waktu luang banyak dihabiskan untuk sekedar berselancar di media sosial. Menurut Databoks Katadata (2024), pengguna Facebook di Indonesia mencapai 118 juta orang atau sekitar 45,9% dari populasi. Pengguna didominasi oleh usia 18-34 tahun (54,1%) dengan komposisi jenis kelamin perempuan 51,3% dan laki-laki 48,7%. Frekuensi penggunaan masyarakat Indonesia (Databoks Katadata, 2024) rata-rata menghabiskan 3 jam 14 menit per hari dan 81% mengaksesnya setiap hari. Aktivitas yang sering dilakukan pun beragam mulai dari berbagi foto/video (81%), komunikasi (79%), berita/informasi (73%), hiburan (68%), belanja online (61%) (Sumber: databoks.katadata.co.id 2024).

Besarnya populasi pengguna internet menciptakan potensi signifikan bagi pemanfaatan media sosial. Kebebasan berekspresi dan peningkatan layanan internet juga mempercepat adopsi platform digital. Media sosial tidak hanya membuka ruang interaksi baru tetapi juga membentuk ruang publik virtual, memperkuat partisipasi masyarakat dalam proses demokrasi. Pemilihan kepala daerah (Pilkada) dan kampanye politik di Indonesia merupakan bagian penting dari proses demokrasi yang memberikan kesempatan kepada rakyat untuk memilih pemimpin daerah secara langsung.

Media sosial juga mendukung penyebaran informasi politik yang lebih luas, membantu generasi muda dan pemilih yang tidak terlayani oleh media mainstream untuk terlibat dalam proses demokrasi. Dengan demikian, Facebook berfungsi tidak hanya sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai sarana pendidikan politik yang mendukung kesadaran dan partisipasi masyarakat dalam pemilihan umum yang akan datang. Hal ini memungkinkan politisi untuk memanfaatkan Facebook dalam memperkenalkan program, visi, dan misi secara lebih efektif kepada masyarakat.

Menurut Wahid (2016), media sosial seperti Facebook telah menjadi alat yang esensial dalam strategi komunikasi politik di era digital. Facebook memungkinkan kandidat politik untuk menyebarkan pesan kampanye secara lebih

personal dan interaktif, serta memperluas jangkauan kepada audiens yang lebih luas. Melalui platform ini, politisi dapat mempublikasikan visi, misi, serta program kerja dalam bentuk teks, gambar, maupun video, yang memudahkan publik untuk mengakses informasi dengan cara yang lebih menarik dan mudah dipahami. Lebih lanjut, fitur komentar dan siaran langsung memberikan kesempatan bagi politisi untuk terlibat secara langsung dengan pemilih, membangun komunikasi dua arah, serta menciptakan kedekatan emosional (Bhakti, 2020).

Facebook juga memainkan peran penting di daerah yang memiliki keterbatasan akses terhadap media tradisional. Di kawasan-kawasan tersebut, media sosial menjadi media alternatif yang efektif dalam menjangkau pemilih, khususnya kalangan muda yang lebih aktif secara digital (Yulanda & Fitriasia, 2023). Selain itu, media sosial memberikan kesempatan bagi politisi untuk merespons isu-isu publik dengan cepat dan membangun dukungan politik melalui jaringan yang lebih luas.

Namun, tantangan yang dihadapi dalam penggunaan media sosial untuk kampanye politik cukup signifikan. Penyebaran hoaks dan ujaran kebencian adalah dua masalah utama yang muncul, di mana platform seperti Facebook kerap kali menjadi tempat berkembangnya informasi yang tidak diverifikasi. Selain itu, regulasi kampanye di media sosial masih terbilang lemah, sehingga memungkinkan adanya penggunaan akun-akun anonim yang melanggar aturan kampanye yang telah ditetapkan (Maulana & Syam, 2019).

Di Indonesia, pemanfaatan media sosial telah meluas dalam berbagai kampanye politik, termasuk pemilihan presiden, pemilihan legislatif, dan pemilihan kepala daerah. Sebagai contoh, pada Pilpres 2014, pasangan Jokowi-JK secara efektif memanfaatkan media sosial, terutama Facebook, untuk menjangkau pemilih muda dan memperluas dukungan mereka. Penelitian oleh Harisah (2019) ini, menunjukkan bahwa tim kampanye Jokowi-JK menggunakan Facebook untuk mempromosikan program-program mereka dengan menerapkan strategi semiotika yang memperhatikan prinsip-prinsip komunikasi visual, baik dalam aspek denotatif, konotatif, maupun mitos.

Di daerah seperti Kabupaten Flores Timur, media sosial sebagai alternatif penting dalam kampanye politik. Masyarakat Flores Timur, yang sering menghadapi tantangan dalam memperoleh informasi politik melalui saluran tradisional, beralih ke media sosial untuk mendapatkan informasi yang lebih relevan dan mendalam mengenai calon pemimpin mereka. Menurut data Badan Pusat Statistik, sebanyak 53,68 % masyarakat yang mengakses internet termasuk Facebook. Dari data tersebut diketahui bahwa lebih dari setengah populasi masyarakat Flores Timur telah menggunakan media sosial. Hal ini menjadi peluang bagi ruang bagi para kontestan pemilu dalam melancarkan kampanye secara online dimedia dengan tujuan mampu mengakses daerah yang tak sempat datangi secara langsung.



Gambar 1.2 : Persentase pengguna media online di Flores Timur

Sumber : <https://ntt.bps.go.id/statistics-table/2/MTA0MCMY/persentase-penduduk-berumur-5-tahun-ke-atas-yang-mengakses-internet-termasuk-facebook-twitter-bbm-whatsapp-dalam-3-bulan-terakhir.html>

Kabupaten Flores Timur, yang terletak di Provinsi Nusa Tenggara Timur, akan menggelar Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) yang serentak secara nasional pada 27 November 2024. Pilkada ini akan memilih bupati dan wakil bupati yang akan memimpin Kabupaten Flores Timur selama lima tahun ke depan. Menurut data dari Komisi Pemilihan Umum (KPU) Flores Timur, terdapat empat pasangan

calon yang akan bersaing dalam Pilkada ini, yakni pasangan dengan nomor urut satu: Lukman Riberu dan Zakarias Paun dengan nama paket LAZKAR RIBURATU, pasangan nomor urut 2: Antonius Doni Dihen dan Ignasius Boli Uran dengan nama paket ADD-IBU, pasangan nomor urut tiga: Antonius Hubertus Gege Hadjon dan Matias Werong Enay dengan nama paket BREUN, dan pasangan terakhir nomor urut 4: Stephanus Ola Demon dan Rofinus Baga Kabelen dengan nama paket STORY.



Gambar 1.3 : Penetapan paslon Pilkada Flores Timur.

Sumber : <https://www.detik.com/bali/pilkada/d-7554903/sah-ini-4-paslon-pilbup-flores-timur-beserta-nomor-urutnya>

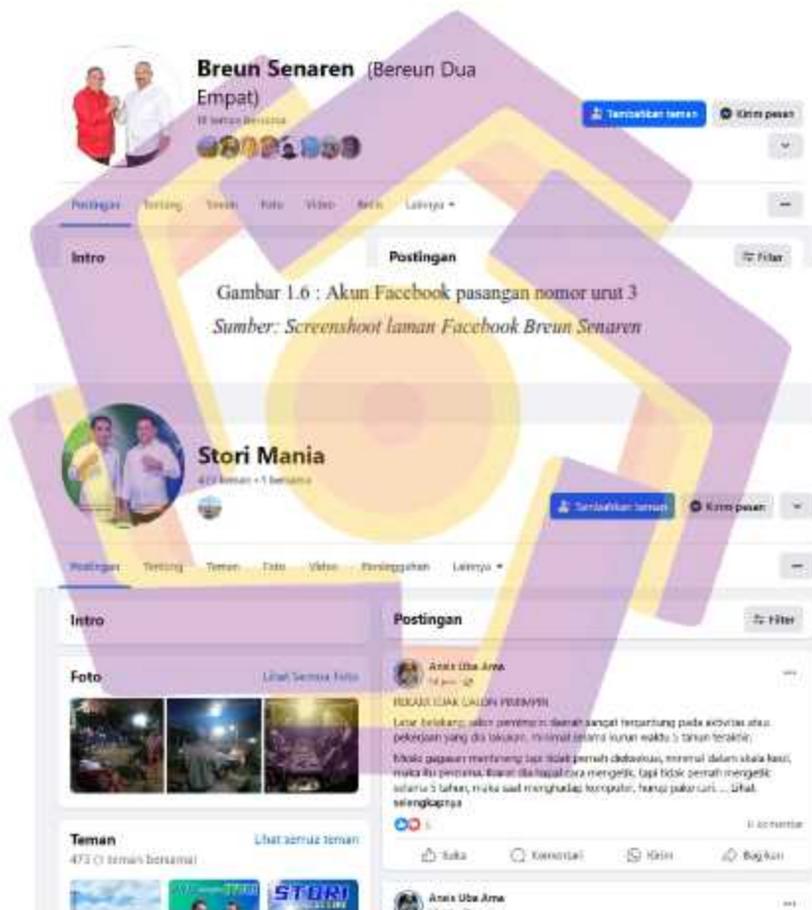
Penggunaan Facebook memungkinkan calon bupati dan wakil bupati untuk menjangkau pemilih dengan lebih efektif, sekaligus memberikan platform untuk berinteraksi langsung dengan masyarakat. Hal ini terlihat jelas karena ke empat pasangan calon tersebut, masing-masing telah memiliki akun Facebook. Tidak hanya pasangan calon, tetapi juga para tim sukses dari masing-masing calon juga memasang konten-konten kampanye pada laman Facebook mereka.



Gambar 1.4 : Akun Facebook pasangan nomor urut 1
 Sumber: Screenshoot laman Facebook LaZkar Ribu Ratu



Gambar 1.5 : Akun Facebook pasangan nomor urut 2
 Sumber: Screenshoot laman Facebook Lompatan Jauh Flores Timur



Gambar 1.6 : Akun Facebook pasangan nomor urut 3

Sumber: Screenshoot laman Facebook Breun Senaren

Gambar 1.7 : Akun Facebook pasangan nomor urut 4

Sumber: Screenshoot laman Facebook Stori Mania

Selain itu, ada juga sebuah grup Facebook yang diambil menjadi ruang lingkup penelitian yakni grup Facebook *Suara Flotim*. Grup ini menjadi salah satu ruang publik untuk terjadinya dinamika politik yang cukup baik karena jumlah anggota yang hampir mencakup seluruh pengguna Facebook di Flores Timur dan postingan pasangan calon yang selalu dipenuhi ratusan komentar.



Gambar 1.9 : Grup Facebook Suara Flotim
Sumber: Screenshot Grup Facebook Suara Flotim

Facebook menawarkan berbagai fitur yang memudahkan kandidat dan tim kampanye untuk menjangkau audiens luas secara efisien, seperti posting teks, foto, video, dan fitur live streaming. Dengan biaya yang relatif rendah, para kandidat dapat berkomunikasi langsung dengan pemilih, menyebarkan pesan kampanye, serta merespons umpan balik dari masyarakat. Selain itu, fitur interaktif pada Facebook memungkinkan terciptanya komunikasi dua arah yang lebih efektif dibandingkan media konvensional seperti televisi dan koran.

Namun, pemanfaatan Facebook dalam kampanye politik di Flores Timur tidak lepas dari sejumlah tantangan. Selain keterbatasan infrastruktur internet di beberapa wilayah, kemampuan para kandidat dan tim kampanye dalam memanfaatkan media sosial secara strategis juga beragam. Beberapa kandidat

mungkin hanya menggunakan media sosial sebagai sarana promosi satu arah, tanpa memaksimalkan interaksi dengan pemilih. Fenomena ini menarik untuk diteliti lebih dalam, karena pemanfaatan media sosial yang efektif tidak hanya berfokus pada penyebaran informasi, tetapi juga pada kemampuan membangun keterlibatan (engagement) dengan pemilih.

Penelitian ini penting dilakukan untuk mengetahui bagaimana Facebook digunakan oleh para calon bupati dan wakil bupati di Flores Timur dalam kampanye mereka. Analisis ini akan memberikan wawasan mengenai strategi komunikasi politik yang digunakan, bentuk pesan yang disampaikan, serta respons masyarakat terhadap kampanye di media sosial. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan strategi kampanye digital yang lebih efektif dan relevan, terutama di daerah dengan karakteristik geografis dan sosial seperti Flores Timur.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini berfokus pada pemanfaatan media sosial Facebook dalam kampanye politik oleh para kandidat bupati dan wakil bupati Flores Timur tahun 2024. Penelitian ini akan dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif melalui analisis wacana dan wawancara mendalam untuk mendapatkan pemahaman yang komprehensif.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana pemanfaatan media sosial Facebook oleh calon bupati dan wakil bupati dalam kampanye politik di Kabupaten Flores Timur pada Pilkada 2024?

1.3 Tujuan Penelitian

Menganalisis pemanfaatan media sosial Facebook oleh kandidat seperti strategi, jenis-jenis konten dan keterlibatan masyarakat dalam kampanye politik di Kabupaten Flores Timur pada Pilkada 2024.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat baik secara teoretis maupun praktis sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Teoretis:

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi perkembangan kajian komunikasi politik, khususnya terkait pemanfaatan media sosial dalam kampanye politik di era digital.

1.4.2 Manfaat Praktis:

Secara praktis, hasil penelitian ini dapat membantu para kandidat dan tim sukses di Flores Timur merumuskan strategi kampanye digital yang lebih optimal melalui Facebook, terutama dalam membangun keterlibatan dan interaksi dengan pemilih. Selain itu, penelitian ini juga bermanfaat bagi penyelenggara pemilu, seperti KPU, dalam memahami dinamika kampanye digital untuk merumuskan regulasi yang relevan dan mencegah penyalahgunaan media sosial. Bagi masyarakat, penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran kritis dalam menyikapi konten politik di media sosial, sehingga mampu berpartisipasi secara aktif dan bijak dalam proses demokrasi tanpa terpengaruh oleh hoaks dan ujaran kebencian.

1.5 Sistematika Bab

Untuk memudahkan pemahaman pembaca, skripsi ini disusun dengan sistematika sebagai berikut: bagian awal dalam skripsi ini terdiri dari halaman sampul, halaman judul, halaman pengesahan, halaman pernyataan keaslian skripsi, halaman kata pengantar, daftar isi, daftar gambar dan daftar tabel.

Dilanjutkan dengan bagian utama dalam penulisan skripsi ini yang terdiri dari 5 bab dan sub bab dengan sistematika sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika bab. Bagian ini memberikan gambaran umum tentang alasan dilakukannya penelitian serta aspek-aspek yang akan diteliti.

BAB II: KAJIAN PUSTAKA

Bab ini menguraikan tinjauan literatur yang relevan dengan topik penelitian. Pembahasan meliputi teori-teori yang mendasari penelitian ini, serta penelitian-

penelitian terdahulu yang relevan. Bab ini juga akan menguraikan kerangka konsep yang digunakan dalam penelitian.

BAB III: METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan metode yang digunakan dalam penelitian, meliputi paradigma penelitian, pendekatan penelitian, teknik pengumpulan data, serta teknik analisis data. Selain itu, bab ini juga menjelaskan waktu penelitian, subjek dan objek penelitian.

BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini memaparkan hasil penelitian yang diperoleh dari analisis data dan wawancara mendalam dengan narasumber. Pembahasan dalam bab ini mencakup bagaimana para calon bupati dan wakil bupati memanfaatkan Facebook dalam kampanye politik tahun 2024 dan strategi serta bentuk konten kampanye yang digunakan di Facebook dalam kampanye politik di Flores Timur.

BAB V: PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan, serta saran-saran yang dapat diberikan kepada kandidat politik, masyarakat, dan peneliti selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi daftar referensi kutipan dan seluruh sumber yang digunakan dalam penelitian ini.

LAMPIRAN

Bagian akhir dari skripsi yang berisi lampiran-lampiran berupa foto dokumentasi, dan dokumen-dokumen pendukung.