

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam era digital yang semakin berkembang, media sosial telah menjadi salah satu alat komunikasi yang paling berpengaruh di masyarakat. Media sosial memiliki peran penting dalam mempengaruhi opini publik, termasuk dalam hal pemilihan pemimpin politik. Dalam konteks ini, peran media sosial dalam strategi pencalonan calon presiden menjadi perhatian yang penting. Tulisan ini akan membahas latar belakang masalah mengenai peran media sosial instagram dalam strategi pencalonan calon presiden. Media sosial telah mengubah arus politik di seluruh dunia. Di banyak negara, termasuk dalam konteks pemilihan presiden, kandidat yang berhasil memanfaatkan media sosial dengan efektif memiliki keuntungan yang signifikan. Media sosial memberikan platform yang kuat bagi para kandidat untuk berinteraksi langsung dengan pemilih potensial dan memengaruhi opini publik. Kekuatan media sosial dalam mencapai pengikut yang luas, cepat dan dengan biaya yang relatif rendah menjadikannya instrumen yang sangat berharga dalam kampanye politik. Pemanfaatan media sosial dalam strategi pencalonan calon presiden telah menunjukkan dampak yang signifikan. Salah satu contohnya adalah pemilihan presiden Amerika Serikat tahun 2008, di mana Barack Obama berhasil memanfaatkan media sosial dengan cerdas. Ia mampu membangun jaringan yang luas, menggalang dukungan dari berbagai lapisan masyarakat dan mengkomunikasikan pesan-pesannya secara langsung kepada

pemilih melalui platform seperti facebook, instagram, twitter dan youtube. Kampanye Obama yang inovatif dan terintegrasi dengan media sosial membantunya meraih dukungan yang kuat dan menjadi presiden Amerika Serikat (Gusti Grehenson,2008).

Peran media sosial dalam strategi pencalonan calon presiden tidak terbatas pada negara-negara maju. Di negara-negara berkembang, seperti Indonesia, media sosial juga memiliki peranan yang penting dalam kampanye politik. Pada pemilihan presiden Indonesia tahun 2014, misalnya, Joko Widodo (Jokowi) berhasil memanfaatkan media sosial dengan baik. Ia menggunakan platform-platform seperti twitter, facebook dan instagram untuk berinteraksi langsung dengan pemilih, mengumumkan kebijakan- kebijakan yang diusungnya dan mempromosikan dirinya secara efektif. Keberhasilan kampanye media sosial Jokowi membantunya memperoleh dukungan yang kuat dan akhirnya terpilih sebagai presiden. Namun, peran media sosial dalam strategi pencalonan calon presiden juga memiliki tantangan dan risiko (BBC Indonesia,2014). Informasi yang tersebar di media sosial tidak selalu terverifikasi dan adanya berita palsu (hoaks) dapat dengan mudah menyebar. Selain itu, media sosial juga rentan terhadap serangan atau kampanye hitam yang ditujukan untuk merusak reputasi calon presiden. Oleh karena itu, penting bagi calon presiden dan tim kampanyenya untuk melaksanakan strategi yang cerdas dan berkelanjutan dalam memanfaatkan media sosial. 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 reaksinya terhadap gejala-gejala politik. Melalui sosialisasi politik, individu - individu diharapkan dapat berpartisipasi secara bertanggung jawab dalam kehidupan politik. 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 komunikasi politik. Dalam perspektif komunikasi politik, mengkomunikasikan politik tanpa aksi politik yang nyata sebenarnya telah di lakukan oleh siapa saja. Oleh karena itu, 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 di manfaatkan 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 di harapkan 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 keduanya sinergis, yakni bagaimana demokrasi dijalankan dan bagaimana kesejahteraan rakyat menjadi prioritas.

Tentu saja dalam perkembangannya, banyak pihak yang terlibat media sosial dapat menciptakan citra 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. Dengan berkembangnya teknologi internet dan banyak penduduk di Indonesia menggunakan internet serta mempunyai media sosial seperti facebook, twitter, instagram dan youtube, hal ini menjadi jelas bahwa media sosial memainkan peran penting dalam membentuk opini publik dan pengaturan agenda politik. Politisi, warga dan wartawan semakin mengadopsi media sosial baru seperti twitter, instagram, 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 dan kritis.

Menguasai komunikasi publik adalah salah satu kunci untuk memenangkan kompetisi di dunia politik dan saat ini salah satu chanel 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 (Berliani Ardha,2014). Di Indonesia lembaga pengamat media sosial Politica Wave telah melakukan kajian pada pilpres. Kajian di lakukan melalui enam media, yaitu twitter, facebook, instagram, online news dan youtube (Dian Sari,2018). 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. Kampanye pada dasarnya adalah penyampaian pesan-pesan dari pengirim kepada masyarakat. Pesan-pesan tersebut dapat disampaikan dalam berbagai bentuk mulai dari poster, spanduk, papan reklame, pidato, iklan diskusi hingga selebaran. Pemanfaatan media sosial, khususnya facebook dan twitter, di kalangan parpol memang masih belum optimal. Facebook,twitter dan instagram, masing-masing platform memiliki karakteristik dan manfaat yang berbeda dalam mendukung keberhasilan strategi pencalonan calon presiden pilihan Partai NasDem pada pemilihan

presiden. Facebook dapat digunakan untuk mencapai pengikut yang lebih luas dan berbagi berbagai jenis konten, sementara twitter memberikan platform untuk berpartisipasi dalam diskusi politik yang lebih terfokus. Instagram dengan fokus pada konten visual, dapat memanfaatkan keterlibatan generasi muda dalam mendukung calon presiden.

Namun, penting bagi Partai NasDem untuk menggabungkan strategi media sosial yang holistik dan memanfaatkan kekuatan masing-masing platform dengan tepat. Dalam konteks penelitian ini, instagram dipilih sebagai objek penelitian karena popularitasnya di kalangan generasi muda dan potensinya dalam mempengaruhi pemilih muda. Dengan memahami perbedaan antara facebook, twitter dan instagram, Partai NasDem dapat mengoptimalkan upaya mereka dalam mendukung keberhasilan strategi pencalonan calon presiden mereka pada pemilihan presiden. Diperkuat dengan data (Syafaruddin, & Mahfiroh, 2020) media sosial instagram merupakan media sosial yang banyak digunakan oleh masyarakat sehingga menjadi populer saat ini. Dengan menggunakan instagram memudahkan penggunaanya untuk mengunggah berita-berita atau menyebarkan informasi.

Penyebaran informasi dalam instagram dapat berupa unggahan dalam bentuk video atau gambar yang disertai caption yang mempermudah masyarakat dalam menerima informasi secara cepat dan mudah. Instagram dipandang sebagai platform yang sering digunakan di Indonesia dan sebanyak 80% dari pengguna internet di Indonesia (Adzani & Jumino 2020). Kemunculan instagram menimbulkan dinamika keterkaitan masyarakat dalam mengekspos informasi

berdasarkan kepentingan dan tujuan individu atau kelompok. Hampir seluruh masyarakat memiliki akun dan menggunakan instagram dalam kehidupan sehari-hari. Berdasarkan Kompas.com, hasil survei yang dilakukan oleh Nampoleon Cat menunjukkan Indonesia termasuk urutan keempat di dunia yang paling banyak menggunakan instagram, setelah Amerika Serikat, Brazil, dan China (Hanifah, et.al., 2021). Penelitian di fokuskan pada pemanfaatan media sosial instagram dalam pemberitaan isu-isu politik menjelang pilpres, isi dan narasi kampanye dan tema-tema kampanye yang di sampaikan oleh bakal calon presiden melalui akun media sosial instagram. Ada beberapa alasan mengapa peneliti memilih media sosial instagram sebagai objek penelitian dalam upaya mendukung keberhasilan strategi pencalonan calon presiden pilihan Partai NasDem pada pemilihan presiden tahun 2024 mendatang diantaranya:

1. Popularitas dan Penggunaan Luas: Instagram adalah salah satu platform media sosial paling populer dan memiliki jumlah pengguna yang sangat besar di seluruh dunia. Dengan demikian, instagram dapat menjadi saluran yang efektif untuk mencapai pengikut yang luas dan beragam, termasuk pemilih potensial dalam pemilihan presiden.
2. Potensi Mencapai Pemilih Muda: Instagram lebih banyak digunakan oleh generasi muda dan milenial. Jika Partai NasDem memiliki fokus khusus pada pemilih muda, menggunakan instagram dapat menjadi strategi yang cerdas karena platform ini populer di kalangan pemilih muda. Dengan memanfaatkan instagram, Partai NasDem dapat berinteraksi dengan pemilih muda dan mendapatkan dukungan mereka.

3. Visualisasi Konten: Instagram adalah platform berbasis gambar dan video, yang memungkinkan Partai NasDem untuk membagikan konten visual yang menarik dan kreatif. Dalam konteks kampanye politik, ini dapat membantu menciptakan citra positif dan mengkomunikasikan pesan-pesan kampanye dengan lebih kuat.
4. Keterlibatan Pemilih: Instagram memungkinkan interaksi dua arah antara Partai NasDem dan pemilihnya. Dengan menggunakan fitur-fitur seperti komentar, direct messages dan fitur live streaming, Partai NasDem dapat berkomunikasi langsung dengan pemilih, mendengarkan masukan mereka, menjawab pertanyaan, dan membangun hubungan yang lebih dekat.

Penyebaran informasi yang diekspos melalui instagram ini menimbulkan ketertarikan untuk diteliti melalui kajian komodifikasi berdasarkan teori (Vincent Mosco). Teori ini mencoba mengeksploitasi informasi dengan mengintegrasikan transisi media lama dengan media baru. Dalam hal ini, teori (Vincent Mosco) sangat cocok jika dipadukan dengan komponen instagram yang komprehensif sebagai media informasi. Hal ini menjadi paket lengkap untuk dapat dijadikan sebagai media penyebaran ekonomi politik komunikasi dalam menguatkan citra partai politik untuk menghadapi pemilihan calon presiden. Dalam penyebaran informasi, instagram dapat dijadikan sebagai wadah komunikasi yang dimanfaatkan oleh berbagai partai dalam mengeksploitasi citra partai melalui pesan-pesan yang disampaikan dalam bentuk unggahan instagram. Berbagai bentuk unggahan, dokumen-dokumen yang dipublikasikan di instagram ditujukan untuk memperkenalkan citra diri dan loyalitas partai kepada masyarakat. Hal ini

dilakukan untuk menunjukkan integritas partai yang patut dan siap dalam mewakili masyarakat dalam ajang pemilihan calon presiden. Kehadiran instagram seolah menjadi instrumen baru dalam dunia partai politik.

Bukan hal yang baru lagi jika semua partai politik memiliki media sosial instagram. Penggunaan instagram bagi partai politik bukan semata-mata sebagai alat komunikasi saja, melainkan menjadi sebuah alat dalam melakukan sosialisasi citra partai politik (Mijayanti, 2022). Hal ini dilakukan untuk meningkatkan citra partai dan kader yang mewakilinya demi mendapatkan suara dari masyarakat atau pengguna instagram lainnya. Instagram dimanfaatkan partai untuk menyebarkan informasi melalui pesan-pesan yang menjual dan mengangkat citra partai (AR dkk., 2022). Hal ini dilakukan agar mendapatkan simpati dan dukungan khalayak, serta mendapatkan rating yang tinggi dalam masyarakat (Latuperissa, 2022). Hal inilah yang membuat isi dan narasi kampanye pada unggahan-unggahan instagram tersebut tepat untuk diteliti melalui komodifikasi yang dikembangkan oleh (Vincent Mosko). Pada tanggal 4 Oktober 2022 lalu Partai Nasdem telah resmi mendeklarasikan Anies Baswedan menjadi calon presiden dari partai Nasdem. Deklarasi ini disampaikan langsung oleh Ketua Umum Partai Nasdem Surya Paloh di Nasdem Tower, Jakarta Pusat. Deklarasi yang dilakukan oleh Partai Nasdem ini disambut baik oleh dua partai lainnya yaitu Partai Demokrat dan Partai Keadilan Sosial (PKS).



Gambar 1.1: Deklarasi Calon Presiden Partai Nasdem di Nasdem Tower, Jakarta Pusat pada 4 Oktober 2022

Dilansir dari CNN Indonesia, presiden PKS Ahmad Syaiku menyambut baik keputusan Partai Nasdem memilih Anies Baswedan sebagai calon presiden. Ditempat lain Kepala Bakomstra Partai Demokrat Herzaky Mahendra turut merespon positif langkah Nasdem mendukung Anies Baswedan dalam pencalonan presiden pada pilpres 2024 mendatang. Anies Rasyid Baswedan atau yang akrab dikenal dengan Anies Baswedan merupakan salah satu pengguna aktif instagram dari Partai Nasdem. Anies Baswedan memanfaatkan instagram miliknya untuk menjalin komunikasi dengan masyarakat dan terdapat berbagai unggahan di instagram yang menunjukkan citra politik dari kandidat tersebut menjelang pemilihan calon presiden. Postingan tersebut memang dikemas dengan bijak dalam mengantarkan partainya ke ajang politik bergengsi di Indonesia.



Gambar 1.2 Postingan Sosial Media Instagram yang dilakukan oleh Official Nasdem dan Anies Baswedan pada 2 Juni 2023

Dalam akun instagram pribadi, calon presiden pilihan partai nasdem ini terdapat banyak feed yang menekankan kepada informasi terkini menjelang pemilihan calon presiden. Terlihat juga informasi mengenai tema-tema kampanye yang disampaikan kepada masyarakat melalui akun instagram pribadi maupun melalui akun instagram partai nasdem yang bervariasi dan menarik bagi pengguna lainnya agar mampu memahami pesan yang disampaikannya dalam akun instagram pribadi, calon presiden pilihan partai nasdem ini terdapat banyak feed yang menekankan kepada informasi terkini menjelang pemilihan calon presiden. Terlihat juga informasi mengenai tema-tema kampanye dan prestasi-prestasi yang sudah di kerjakan selama menjabat yang disampaikan kepada masyarakat melalui akun instagram pribadi maupun melalui akun instagram partai nasdem yang bervariasi dan menarik bagi pengguna lainnya agar mampu memahami isi pesan yang disampaikannya.

Oleh karena itu, penting dilakukan penelitian atau kajian untuk melihat dinamika pemanfaatan media sosial instagram dalam kehidupan politik yang sedang berkembang di tengah masyarakat. Penelitian di fokuskan pada pemanfaatan media sosial instagram bakal calon presiden dalam pemberitaan isu-isu politik dan tema-tema kampanye menjelang pemilihan presiden 2024, karena dalam perkembangannya media sosial instagram banyak digunakan sebagai alat penyampaian pesan yang sangat diminati, khusus nya pada kalangan anak muda. maka penulis tertarik untuk mengamati strategi pencalonan presiden partai nasdem melalui media sosial instagram dan selanjutnya dituangkan dalam sebuah skripsi yang berjudul **“PERAN AKUN INSTAGRAM DALAM Mendukung Keberhasilan Strategi Pencalonan Calon Presiden Partai Nasdem pada Pemilihan Presiden Tahun 2024”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah yang akan di teliti dalam penelitian ini adalah tentang “Bagaimana pemanfaatan akun media sosial instagram partai nasdem dalam mendukung keberhasilan strategi pencalonan calon presiden pilihan partai nasdem menjelang pilpres 2024?”

1.3 Tujuan Penelitian

1. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji peran Akun media sosial instagram dalam upaya meningkatkan keberhasilan strategi pencalonan calon presiden

yang digunakan partai nasdem untuk memenangkan calon presiden pada pemilu 2024 mendatang.

2. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pemanfaatan Akun media sosial instagram sebagai upaya mendukung keberhasilan strategi pencalonan calon presiden pilihan partai nasdem dan menjelang pilpres 2024.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Dalam konteks strategi pencalonan calon presiden, media sosial instagram dapat memberikan sejumlah manfaat teoritis yang signifikan. Manfaat teoritis peran media sosial instagram dalam strategi pencalonan calon presiden pilihan Partai NasDem menjadikan media sosial instagram dapat memberikan dan menambah wawasan yang berkaitan dengan pemanfaatan media sosial sebagai media promosi yang digunakan sebagai wadah komunikasi oleh partai politik khususnya tentang perkembangan isu politik menjelang pilpres yang sedang berkembang ditengah masyarakat.

1.4.2 Manfaat Praktis

Peran media sosial dalam strategi pencalonan calon presiden pilihan Partai NasDem dapat memberikan manfaat praktis yang signifikan. Secara Praktis, dengan tulisan ini penulis berharap dapat menambah pengetahuan dan wawasan tentang strategi partai politik dalam pencalonan calon presiden dan komunikasi politik terutama bagaimana kiat komunikasi politik melalui media massa dan tata cara komunikasi politik yang baik bagi penulis sendiri maupun bagi mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.

1.5 Literature Review

Tinjauan Pustaka diperlukan untuk memberikan perbandingan antara penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini agar bisa diterima dan terhindar dari persepsi plagiat. Penelitian ini dilakukan atas dasar pengembangan dari penelitian sebelumnya yang masih relevan untuk mendukung keabsahan penelitian yang sedang dikerjakan ini. Berikut beberapa penelitian terdahulu yang relevan terkait strategi partai politik dalam pencalonan presiden pada pemilu:

1. (Ribkha Annisa Octovina, Leo Agustino & Dede Sri Kartin, 2019) meneliti dengan metode penelitian kualitatif tentang Strategi Kampanye Joko Widodo dan Ma'ruf Amin dalam Debat Calon Presiden pada Tahun 2019 Hasil penelitian ini menganalisis dan menjelaskan strategi kampanye politik yang diterapkan PDI Perjuangan untuk mendukung Joko Widodo dan Ma'ruf Amin salah satunya adalah pemasaran produk politik melalui media massa (pull political marketing). Strategi pull marketing menitikberatkan pada pembentukan image politik yang positif. Hal-hal yang dilakukan oleh partai PDI perjuangan dalam hal ini yaitu: Pertama, melakukan penguatan substansi pada materi debat dengan membentuk tim dan meminta pembisa para ahli. Kedua, melakukan pengamatan terhadap target serta menentukan target terhadap debat politik. Ketiga, melakukan pendekatan yang baik terhadap media.
2. (Khalida Ulfa, Eko Priyo Purnomo, dan Aulia Nur Kasiwi, 2019) meneliti dengan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif tentang Strategi Kampanye dalam Pemilihan Presiden dan Wakil Presiden pada Pemilu 2019

melalui Media Sosial Hasil penelitian ini menyatakan bahwa bahwa perbandingan dua akun Twitter @BK52bersamaJKW dan @PrabowoSandi_ID menunjukkan bahwa kedua akun Twitter tersebut sangat antusias dalam kampanye politik. Namun tingkat konsistensi akun @BK52bersamaJKW pada bulan Februari hingga April ternyata tidak stabil. Sedangkan pada akun @PrabowoSandi_ID pada bulan November dan Desember tidak aktif dan kemudian meningkat pada bulan Januari. Antara tim pemenangan Jokowi dan Prabowo, tim Prabowo lebih antusias dalam menyebarkan informasi dalam kampanye politik melalui hashtag menghasilkan tingkat persentasenya lebih tinggi dari tim pemenangan Jokowi.

3. (Lazuardi Geovani, 2021) meneliti dengan menggunakan metode kualitatif tentang Strategi Partai Nasdem Dalam Meningkatkan Elektabilitas Pada Pemilu Tahun 2019. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa strategi politik adalah bagian yang tidak dapat dipisahkan dari keberlangsungan jalannya suatu partai politik. Strategi politik adalah cara atau taktik suatu partai politik agar dapat memenangkan pemilihan umum (pemilu). Selain itu pula dalam teori positioning bahwa keberhasilan strategi suatu partai politik dapat ditentukan oleh policy dan person. Salah satu dari strategi dan faktor naiknya elektabilitas partai Nasional Demokrat dalam pemilu 2019 juga dikarenakan adanya peran dari Surya Paloh yang juga merupakan ketua umum dari Partai Nasional Demokrat dan juga pimpinan Media Grup yang memiliki 62 salah satu stasiun TV Nasional yaitu Metro TV dan surat kabar harian (koran) di Lampung yaitu Lampung Post sehingga melalui perantara tersebut masyarakat

dapat lebih cepat mengenal gagasan dan calon anggota legislatif dari Partai Nasional Demokrat tersebut.

4. (Debora Sanur Lindawati, 2019) meneliti dengan metode kualitatif tentang STRATEGI PARTAI POLITIK DALAM MENGHADAPI PEMILU 2014 Hasil penelitian ini menganalisis dan menjelaskan Sejauh mana sistem pemilu merupakan sistem politik yang stabil akan menjadi faktor penentu dalam menentukan efektivitas sistem pemilu. Karena publik mengantisipasi bahwa pemilu akan secara signifikan meningkatkan stabilitas pemerintahan dan legitimasi representasi politik, serta demokrasi itu sendiri. Partai-partai politik yang pragmatis telah berdiri selama 32 tahun tanpa ideologi yang disebut-sebut sebagai alasan pembentukannya. Dimana para politisi yang menyimpang dan tidak membawa pesan rakyat seringkali tidak konsisten dengan janji-janji yang mereka buat dan perilaku politik mereka. Bahkan fungsi partai politik sebagai komponen sistem politik demokrasi tidak lagi terlihat. Partai politik sebaliknya harus mampu mengelola potensi konflik, menawarkan alternatif kebijakan terhadap persoalan bangsa dan menjaga saluran komunikasi tetap terbuka sehingga masyarakat dapat terhubung dengan proses politik secara sehat.
5. 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 sosial menjadi alat yang efektif untuk mengorganisir warga dan memobilisasi pemilih. Di era personalisasi politik pasca orde baru, marketing politik yang menggabungkan media sosial, media massa dan marketing politik tradisional bisa menjadi strategi alternative kandidat maupun partai politik untuk memenangkan pemilu.

6. (Rahma Ismi Novia, 2020) meneliti dengan metode kualitatif tentang STRATEGI KAMPANYE POLITIKPASANGAN JOKOWI–MA’RUF AMIN DALAM PEMILIHAN PRESIDEN 2019 DITWITER. Hasil penelitian menjelaskan bahwa tim kampanye nasional Jokowi - Ma’ruf Amin dalam pemilihan presiden 2019 di Twiter menerapkan sembilan elemen marketing politik yang dikemukakan oleh Adman Nursal. Marketing adman mursal meliputi segmentasi dari calon pemilih yang dituju, dapat di ingat di benak masyarakat, figure pasangan calon, partai pendukung, media yang digunakan, individu atau kelompok yang berpengaruh dan kampanye yang berhadapan langsung dengan masyarakat.
7. (Novance Silitonga, Franky P. Roring, 2023) meneliti dengan metode kualitatif tentang POLITIK DIGITAL: STRATEGI POLITIK ELEKTORAL PARTAI POLITIK DALAM KAMPANYE PEMILU PRESIDEN.
8. Hasil penelitian menjelaskan teknologi internet menjadi sebuah keniscayaan dalam setiap aspek kehidupan manusia termasuk dalam kompetisi elektoral khususnya pemilihan presiden tahun 2024 dan politik digital melalui pemanfaatan teknologi internet memegang peran sentral dalam kemenangan

elektoral partai politik di Pilpres 2024. Kelompok pemuda yang merupakan generasi milenial dan generasi internet atau Z adalah generasi yang memiliki kecakapan mumpuni dalam memanfaatkan teknologi.

9. (Harold Y. Pattiasina, 2014) meneliti dengan metode kualitatif tentang STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK PDI PERJUANGAN KABUPATEN MALUKU TENGAH PADA PEMILU 2014, Hasil penelitian menjelaskan Strategi Komunikasi Politik PDI Perjuangan Kabupaten Maluku Tengah dalam menghadapi pemilu legislatif tahun 2014, yaitu memberikan informasi kepada masyarakat, mendidik masyarakat terhadap arti dan signifikansi fakta yang ada, menyediakan diri untuk menampung aspirasi masyarakat, dan publikasian yang ditujukan untuk pemerintah dan lembaga-lembaga politik lainnya maka dapat disimpulkan bahwa dalam menghadapi pemilu legislatif pada tahun 2014 di Kabupaten Maluku Tengah memang benar ada inisiatif dan berbagai cara dari pengurus DPC PDI Perjuangan Kabupaten Maluku Tengah agar untuk menyampaikan segala bentuk program kerja kepada masyarakat, berbagai cara dilakukan sebagai alat komunikasi politik partai PDIP seperti memberikan informasi kepada media masa, turun langsung menemui masyarakat dan juga melakukan keterbukaan kepada pihak pemerintah agar mempermudah mendapatkan simpatisan guna memenangkan pemilihan calon legislatif Kabupaten Maluku Tengah pada tahun 2014.
10. (Kustiawan et al., 2020), meneliti tentang Pemanfaatan Media Sosial Instagram pada akun @narasinewsroom Pemanfaatan dalam aktivitas Komunikasi Politik. Penelitian ini membahas informasi politik yang dilakukan

dengan Narasi Tv menggunakan website atau portal berita dan berbagai macam platform seperti podcast dan talkshow dalam menyampaikan berita informasi dan Narasi Tv menggunakan misi berupa konten, komunitas, dan kolaborasi (3K).

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 media sosial bakal calon presiden partai nasdem tahun 2024 mendatang. Hasil studi menunjukkan bahwa media sosial instagram 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 2024 dengan melakukan studi di media sosial. Sebuah kajian sederhana, lugas, dan diharapkan menjadi tulisan yang bermanfaat bagi setiap pembaca yang ingin menganalisis bentuk pemanfaatan media sosial dalam pemilihan presiden.

1.6 Kerangka Teori

1.6.1 Partai Politik

1. Definisi Partai Politik

Dalam Undang-Undang Pasal 1 Ayat 1 Nomor 2 Tahun 2008 tentang Partai Politik, yang dimaksud dengan partai politik adalah organisasi nasional yang terdiri dari sekelompok warga negara Indonesia secara bersama-sama dengan sukarela memperjuangkan cita-cita untuk membela kepentingan politik anggota, masyarakat dan negara untuk memelihara keutuhan NKRI berdasarkan Pancasila. Menurut (Budiardjo, 2019), Partai Politik dapat diartikan sebagai suatu kelompok yang terorganisir yang anggota-anggotanya mempunyai orientasi, nilai-nilai dan cita-cita yang sama. Sedangkan menurut Edmund Burke (2005) Partai Politik adalah salah satu dari banyak hal yang dapat dipelajari dari orang lain untuk mempengaruhi kebijakan nasional secara konsisten.

berdasarkan prinsip dan tindakan yang diambil oleh individu. Menurut Mufti (2013), partai politik adalah organisasi yang bekerja untuk membentuk perilaku publik dalam kaitan dengan prinsip dan ideologi, baik melalui praktik secara langsung maupun partisipasi dalam pemilihan. Kemudian Menurut Cholisin dan Nasiwan (2012), partai politik merupakan organisasi artikulasi yang bersumber dari bentuk politik yang efektif bagi masyarakat. Dengan kata lain, partai politik membantu masyarakat untuk mencapai tujuan mereka di bidang apapun. Berdasarkan ahli pakar tersebut, terlihat bahwa Partai Politik merupakan sekelompok orang yang mempunyai tujuan yang ingin diraih untuk memperoleh kekuasaan politik dengan memperjuang visi dan misi kesatuan negaranya dengan menduduki jabatan di kursi pemerintahan.

2. Fungsi Partai Politik

Keanekaragaman mayoritas masyarakat Indonesia sebagai bangsa yang unggul yang mempunyai berbagai pilihan perbedaan dalam keanekaragaman elemen, mulai dari agama, ras, suku bangsa hingga golongan. Dengan adanya elemen, Partai Politik menjadikan elemen yang sangat penting yang bisa dilihat dari fungsinya, menurut (Budiardjo, 2019) berikut fungsi Partai Politik yang dikemukakan:

a. Sebagai Sarana Komunikasi Politik

Partai politik memainkan peran sebagai penghubung antara memerintah dan diperintah. Karena di dalam pemerintah perlu ada yang menjelaskan kepada masyarakat, dan di pihak yang lain pemerintah juga tanggap terhadap masyarakat (Budiardjo, 2019). Maka dari itu, komunikasi dalam partai menjadi perantara yang saling menghubungkan dengan masyarakat.

b. Sebagai Sarana Sosialisasi Politik

Menjadikan penghubung dengan dilakukannya sosialisasi dengan masyarakat melalui pertemuan akbar, ceramah, dan membagikan postingan di media sosial yang mensosialisasikan nilai politik dengan beberapa generasi. Disinilah fungsi Partai Politik sebagai sarana sosialisasi berfungsi.

c. Sebagai Sarana Rekrutmen Politik

Merekrut kader politik menurut (Pasaribu, 2017) harus memiliki wawasan pemikiran yang cukup luas baik nasional maupun internasional karena untuk mengembangkan partainya. Dengan adanya kader yang

intelektual, kader bisa mengendalikan negaranya dan menjadikan peluang yang cukup besar untuk memajukan partainya.

d. Sebagai Sarana Pengatur Konflik

Dapat mengatur konflik dari segi apapun seperti segi ekonomi, etnis, bahkan agama. Dengan adanya partai, partai bisa mengatasi dengan sedemikian mungkin dengan konsolidasi atau tuntutan yang berkembang.

3. Sistem Kepartaian

Dengan adanya Partai Politik, tujuan-tujuan yang ingin disampaikan oleh masyarakat untuk mempertahankan penguasaan di tatanan negara, akan tersampaikan dan dikembangkan oleh Partai Politik. Dalam mempertahankan penguasaan di tatanan negara, pada prinsipnya Partai Politik menurut (Budiardjo, 2019) mempunyai Sistem Kepartaian disetiap masing-masing Partai meliputi:

a. Sistem Partai Tunggal

Merupakan partai yang memberi satu ruang politik untuk menjadi lembaga negara atau partai yang menjadi dominan dari partai lain untuk melanggengkan kekuasaan Pemerintah.

b. Sistem Dwi Partai

Pada umumnya sistem ini mendominasi dua partai besar yang berhasil menjalankan roda pemerintahan, sedangkan yang kalah menjadi oposisi pemerintahan. Oposisi dalam partai dapat berpengaruh dalam proses kelembagaan, tidak hanya melakukan kritik dan control politik dari kebijakan pemerintahan saja, tetapi juga berkontribusi pada persepsi

publik tentang individu dan tindakan mereka baik yang tergabung dari tindakan koalisi atau tidak tergabung. Sistem dwi partai umumnya diperkuat dengan digunakannya sistem distrik (single-member constituency), dimana setiap daerah pemilih hanya dapat memilih satu wakil saja (Pratama, 2022). Dengan demikian, sistem dwi-partai menjadi kokoh.

c. Sistem Multi Partai

Sistem ini berkembang di era modern yang digunakan oleh Indonesia karena terdapat banyak partai yang bersaing untuk mendapatkan kekuasaan pemerintahan. Dipilihnya Sistem Multi Partai di Indonesia dikarenakan terdapat keanekaragaman budaya politik disuatu negara (Ilham, 2017) dan lebih cocok pluralitas budaya politik dibandingkan daripada partai sebelumnya. Dengan adanya keanekaragaman tersebut, masyarakat membentuk partai politik agar suara yang diwakili masyarakat dapat tersampaikan oleh partai politik.

4. Tipologi Partai Politik

Tipologi politik menurut (Muhadam & Teguh, 2015) diklasifikasikan menjadi 3 kriteria tertentu, karena yang diajukan berbeda-beda, berupa:

a. Asas dan Orientasi

Dari kriteria asas, ada tiga tipe penggolongan asas, yakni:

1) Partai Politik Pragmatis

Partai yang tidak terikat dalam doktrin manapun.

2) Partai Doktriner

Partai yang memiliki beberapa program dan adanya pengawasan dalam partai tersebut.

3) Partai Kepentingan

Partai yang dikelola atas dasar kepentingan tertentu.

b. Komposisi dan Fungsi

Berdasarkan komposisi, topologi partai terdapat tiga tipe, yaitu:

1) Partai Massa

Partai yang hanya mengandalkan anggota partainya dengan mobilisasi.

2) Partai Kader

Partai yang hanya mengandalkan kualitas anggotanya sebagai ketahanan utama.

3) Partai Catch-all

Partai yang hanya mewakili kepentingan bangsa secara keseluruhan.

c. Basis memenangkan Pemilu

Diklasifikasikan ada dua tipe berdasarkan kriteria tersebut, yaitu:

1) Partai Mayoritas

Partai yang sangat berpengaruh dalam politik sebuah negara untuk memenangkan sebuah pemilu.

2) Partai Minoritas

Partai yang tidak berpengaruh dalam politik saat pengambilan suara.

Dengan adanya perbedaan tipologi tersebut, tipologi partai guna memperjelas arah gerak suatu partai dan menjadikan acuan yang sangat penting yang bisa dipahami.

1.6.2 Strategi Pencalonan Calon Presiden

1. Definisi Strategi

Cara untuk memenangkan atau mencapai suatu tujuan, termasuk politik, adalah memahami strategi secara umum. Pada hakekatnya, strategi adalah seni dan ilmu memanfaatkan dan mengembangkan kekuatan seseorang (ideologis, politik, ekonomi, dan lain-lain) untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Strategi partai politik untuk berkomunikasi dengan masyarakat dan media harus efektif karena lawan politik dan masyarakat selalu menganalisis komunikasi partai politik. Kemudian, untuk menjangkau masyarakat sebanyak itu, strategi komunikasi politik perlu diterapkan dengan segala cara untuk meningkatkan minat terhadap partai politik dan kandidat. Strategi penghimpunan dan pengerahan massa pada masa pemilihan umum atau pembentukan opini publik. Untuk memenangkan suara dan mendukung kemenangan partai politik, strategi ini sangat penting.

Sebuah partai politik atau kandidatnya akan dapat mempengaruhi kebijakan politik di suatu negara melalui pemungutan suara, memastikan bahwa itu sesuai dengan tujuan dan cita-cita negara dan bahwa struktur sosial yang diinginkan terwujud. Orang Yunani menciptakan istilah "kepemimpinan strategis atas pasukan" atau "komandan pasukan" untuk menggambarkan konsep ini. Definisi ini juga terkait dengan metodologi masalah legislatif

dilakukan oleh kelompok ideologis, sistem politik memiliki alasan khususnya memenangkan keputusan politik dan mempertahankan kekuasaan. Strategi partai politik merupakan tahapan partai politik yang harus dimanfaatkan, mempengaruhi dan menarik orang. Politik bisa memenangkan pemilu dan semua kandidat yang diajukannya dengan urusan partai ini. Penulis studi ini memanfaatkan ide strategi politik. Firmanzah (2008:224) mendefinisikan strategi politik sebagai langkah-langkah yang diambil oleh partai politik untuk mengembangkan kesamaan visi, misi, isi dan narasi kampanye di media sosial dan seperangkat nilai yang mencerminkan aspirasi rakyat. Segmentasi, targeting dan positioning merupakan tahapan dari strategi politik.

2. Pencalonan Calon Presiden

Pencalonan calon presiden adalah proses formal di mana seseorang atau kelompok memilih seseorang sebagai calon untuk menjadi Presiden dalam suatu pemilihan presiden atau pemilihan umum yang diadakan di negara atau wilayah tertentu. Pencalonan adalah langkah awal dalam proses pemilihan dan merupakan bagian penting dari sistem demokrasi. Dalam sistem demokrasi, calon presiden biasanya diajukan oleh partai politik atau kelompok pemilih yang mendukungnya.

Calon presiden yang dipilih akan mewakili partai atau kelompok tersebut dalam kompetisi pemilihan presiden. Setelah calon diusulkan, mereka akan melalui tahap kampanye dan pemilihan umum untuk menarik dukungan dari pemilih dan akhirnya memenangkan jabatan presiden. Pencalonan calon presiden melibatkan berbagai persyaratan dan prosedur yang berbeda di setiap

negara, termasuk batas usia, kewarganegaraan, syarat pendidikan, jumlah dukungan yang diperlukan, dan lain-lain. Selain itu, calon juga harus mematuhi peraturan kampanye dan pemilihan yang ditetapkan oleh otoritas pemilihan setempat. Pencalonan calon presiden adalah elemen kunci dalam proses demokrasi yang memungkinkan warga negara untuk memiliki pilihan dalam memilih pemimpin mereka dan berpartisipasi dalam pengambilan keputusan politik negara mereka.

3. Strategi Pencalonan Calon Presiden

Strategi pencalonan calon presiden adalah rangkaian taktik dan rencana yang disusun oleh seorang individu atau partai politik untuk mengamankan nominasi sebagai calon presiden dalam pemilihan presiden. Tujuan dari strategi ini adalah untuk memaksimalkan peluang calon untuk mendapatkan dukungan dan suara dari pemilih, partai politik, dan kelompok pendukungnya. Ada beberapa elemen yang umumnya terkait dengan strategi pencalonan calon presiden:

a. Penelitian dan Analisis

Calon dan tim kampanyenya melakukan analisis mendalam tentang isu-isu yang penting bagi pemilih, kondisi politik dan ekonomi saat ini, serta kekuatan dan kelemahan calon lainnya. Informasi ini menjadi landasan untuk merancang pesan dan rencana kampanye yang efektif.

b. Membangun Koalisi dan Dukungan

Calon presiden berusaha membangun jaringan dukungan dari berbagai lapisan masyarakat, termasuk pemimpin partai, donatur,

kelompok kepentingan (stakeholder), dan pendukung basis. Dukungan ini membantu meningkatkan visibilitas dan memperluas basis pemilih calon.

c. Menentukan Isi dan Narasi Kampanye

Menentukan pesan yang kuat dan konsisten untuk dihadirkan kepada pemilih. Pesan kampanye ini biasanya menggambarkan visi, misi, dan janji-janji calon presiden untuk mencapai perubahan positif bagi masyarakat.

d. Menyusun Tujuan

Penentuan tujuan faktor penting dalam mencapainya suatu tindakan. Gregory (2004) menyebutkan ada 3 tingkat tujuan yang diterapkan saat kampanye berlangsung yaitu awareness, opini, dan sikap.

e. Segmentasi dan Identifikasi Sasaran atau Target

Meskipun fakta bahwa target publik bervariasi dari orang ke orang. Pengidentifikasi target membutuhkan pelapisan target primer, target layer satu, target layer dua, dan seterusnya yang digunakan untuk mengidentifikasi dan mengelompokkan target publik. Selain itu, identifikasi dan kategorisasi target dapat dilakukan baik melalui kondisi geografis maupun psikografis.

f. Membuat Strategi

Penentuan ini merupakan hal yang saling berhubungan. Strategi adalah cara yang digunakan sebuah organisasi mencapai tujuannya, dan taktik adalah metode yang digunakan organisasi untuk mencapai tujuannya dan Gregory (2004) mengatakan strategi merupakan hal yang

sangat penting yang menjadi pedoman sebelum menentukan sebuah taktik.

g. Alokasi Waktu

Menentukan waktu berfungsi untuk manajemen tugas yang dilakukan. Dalam keterampilan mengatur waktu, hal tersebut bisa mencapai produktivitas mencapai pada kualitas tujuan tersebut.

h. Menentukan Sumber Daya

Merupakan hal yang sangat penting, karena sumber daya merupakan salah satu pendukung keberhasilan dalam berbagai aspek kehidupan. Sumber daya yang dilakukan seperti sumber daya manusia dan sumber biaya.

i. Monitoring

Dalam monitoring ini terdapat prosedur untuk mengumpulkan data dan menyiapkan data untuk tujuan program. Suatu organisasi melakukan pengawasan untuk mengawasi rangkaian kegiatan program. Ketika pengawasan dilakukan, ada kepastian bahwa kesalahan awal dapat diselesaikan sehingga tidak menimbulkan risiko yang lebih tinggi.

j. Evaluasi

Evaluasi merupakan langkah terakhir mengukur suatu kegiatan untuk menguji kreativitas dan produktivitas. Evaluasi menjadikan tolak ukur keberhasilan suatu kegiatan. Dalam evaluasi, evaluasi dilakukan sebelum kegiatan, saat kegiatan, dan sesudah kegiatan.

k. Tinjauan

Apabila sebelumnya dilakukan evaluasi, maka tinjauan mengacu pada teknik untuk menentukan efektivitas strategi tertentu dengan serangkaian strategi program tersebut.

1.6.3 Media Sosial

1. Definisi Media Sosial

Dalam studi (Nasrullah, 2015) yang dikutip dari jurnal (Firdhausa & Apriani, 2021) mengatakan media sosial merupakan media di internet yang memungkinkan orang untuk berinteraksi dengan berbagi informasi, berkomunikasi dan bersosialisasi dengan orang lain untuk memfasilitasi jejaring sosial virtual. Lebih lanjut, tiga bentuk yang merujuk pada makna bersosialisasi adalah pengenalan (cognition), komunikasi (communicate) dan kerjasama (cooperation). Media sosial ini juga memiliki peran untuk pengetahuan masyarakat yang harus dilestarikan agar media sosial berkembang dengan sendirinya dan mencapai kesuksesan dalam pengetahuan setiap individu. Berikut beberapa pengertian media sosial menurut para ahli, menurut Phillip Kotler dan Kevin Keller media sosial adalah sarana berbagi informasi gambar, teks dan video konsumen dengan suatu perusahaan atau sebaliknya. Sedangkan menurut Joyce Kasman, media sosial merupakan platform internet yang memungkinkan individu untuk berbagi dengan berkomunikasi dengan komunitasnya.

Lalu menurut Mark Hopkins media sosial merupakan platform terbaru yang menyiratkan jejaring sosial yang di dalamnya berupa facebook, friendfeeds dan lain-lain yang berfungsi satu sama lain. Dari definisi di atas,

peneliti menggaris bawahi media sosial merupakan sebuah media yang instan yang mencakup semua komponen untuk berbagi dengan sesama makhluk sosial. Sehubungan dengan hal itu, Media sosial merupakan bagian penting yang tidak terpisahkan dari kehidupan modern dengan berbagai karakteristik yang menghasilkan berbagai media interaksi (Gunawan et al., 2021).

Oleh karena itu karakteristik media sosial tidak jauh beda dengan media lain, adapun karakteristik media yaitu:

- a. Jaringan
- b. Informasi
- c. Konten Pengguna
- d. Simulasi Sosial
- e. Interaksi
- f. Arsip

2. Jenis-jenis Media Sosial

Penggunaan media sosial kini menjadi gaya hidup masyarakat. Dengan adanya media sosial masyarakat bisa mendapatkan banyak informasi melalui platform tersebut. Penggunaan platform media sosial menjadi arus utama yang berfokus pada komunikasi publik dan berbagi media sosial yang terkait dengan aktivitas online. Menurut Ron Jones dalam jurnal (Kurniasih, 2016), platform media sosial diklasifikasikan sebagai berikut:

- a. Social News

Sebuah situs yang memperbolehkan penggunaanya berkomentar, seperti: Sphinn, Newsvine dan BallHype.

b. Social Sharing

Media yang dapat mengeshare beberapa video bahkan foto dengan orang lain, seperti: Instagram, Tiktok, dan Snapchat.

c. Social Networks

Social Networks merupakan sekumpulan orang yang terhubung untuk mencari jaringan informasi dengan lainnya, seperti: LinkedIn, Facebook, dan Twitter.

d. Social Bookmarking

Media yang bisa menyimpan bookmark yang bisa diakses dimanapun dan dibagikan oleh orang lain, seperti: Digg, Reddit dan Quora.

3. Media Sosial dalam Politik

Media sosial merupakan media yang sangat efektif untuk menyebarkan informasi. Penggunaan Media sosial dalam politik ini menjadikan hal yang sangat penting dalam membawa dampak ke publik melalui konten yang dibagikan. Informasi yang dibagikan oleh media sosial tidak hanya cepat dan efisien, tetapi memiliki kekuatan untuk mempengaruhi opini publik. Dengan adanya media untuk mempengaruhi opini publik, media sosial juga dijadikan untuk kepentingan politik yang memiliki kekuatan (Alam, 2019) dan opini publik ini sangat berpengaruh karena untuk menyatukan karakteristik yang dibuat oleh aktor politik maupun institusi. Dengan adanya media sosial, media sosial ini berfungsi untuk menyebarkan informasi untuk kampanye oleh partai politik untuk mencapai tujuannya, karena media sosial membantu untuk

mendapatkan keuntungan politik secara efisien dan efektif. (Rahmah, 2021) berpendapat bahwa para aktor politik menjadikan media sosial sebagai sarana mengetahui apa yang diinginkan masyarakat melalui media sosial mereka.

Media sosial ini benar-benar dimanfaatkan semaksimal mungkin oleh aktor politik, meskipun penggunaan media sosial memberikan banyak manfaat, media sosial juga terdapat kelemahan di dalam politik yaitu berupa harus mempunyai sumber daya memadai. Dengan adanya sumber daya yang memadai, media sosial yang digunakan oleh partai akan berhasil untuk mencapai tujuannya. Oleh karena itu, dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan aktor politik atau institusi harus mampu mengelola media sosial yang menjadikan media komunikasi secara efisien.

1.7 Definisi Konseptual

1. Strategi Pencalonan Presiden

Strategi pencalonan calon presiden adalah rangkaian taktik dan rencana yang disusun oleh seorang individu atau partai politik untuk mengamankan nominasi sebagai calon presiden dalam pemilihan presiden. Tujuan dari strategi ini adalah untuk memaksimalkan peluang calon untuk mendapatkan dukungan dan suara dari pemilih, partai politik, dan kelompok pendukungnya.

2. Partai Politik

Menurut Edmund Burke (2005) Partai Politik adalah salah satu dari banyak hal yang dapat dipelajari dari orang lain untuk mempengaruhi kebijakan nasional secara konsisten.

3. Media Sosial

Media sosial Menurut Phillip Kotler dan Kevin Keller, adalah sarana berbagi informasi gambar, teks dan video konsumen dengan suatu perusahaan atau sebaliknya.

1.8 Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan generalisasi dan sekelompok fenomena tertentu untuk menggambarkan berbagai fenomena yang sama (Singarimbun, 2005). Dari pengertian tersebut maka adapun definisi operasional pada penelitian ini adalah:

Tabel 1.1 Definisi Operasional

No	Variabel	Indikator
1	Strategi Pencalonan Calon Presiden	<ul style="list-style-type: none"> - Analisis Masalah - Menyusun Tujuan - Segmentasi dan Identifikasi Sasaran atau Target - Menentukan Isi Pesan Kampanye - Membuat Strategi - Alokasi Waktu - Menentukan Sumber Daya - Monitoring - Evaluasi - Tinjauan

1.9 Metode Penelitian

1.9.1 Jenis Penelitian

Dalam Penelitian ini dilakukan dengan jenis metode kualitatif. Namun dalam pengertiannya, Penelitian kualitatif menurut Moleong dalam (Suwarti et al., 2022) merupakan penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi,

tindakan, secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah. Penelitian kualitatif ini menggunakan data-data yang dikumpulkan dari hasil wawancara, observasi dan dokumentasi secara langsung oleh narasumber.

Dari hal tersebut, peneliti menggunakan metode kualitatif agar dapat meneliti lebih jauh mengenai Strategi Politik Pencalonan Calon Presiden melalui media social instagram digunakan oleh Partai Nasdem dengan observasi, wawancara juga dokumentasi sebagai data pendukung, serta peneliti menggunakan metode kualitatif yang bersifat deskriptif, yang tujuannya memperoleh gambaran yang lebih jelas serta pemahaman yang menyeluruh dengan berdasarkan kondisi unit analisis yaitu Partai Nasdem.

1.9.2 Lokasi Penelitian

Lokasi yang dipilih peneliti mengambil data yang mendukung proposal ini berupa wawancara atau observasi dengan Dewan Pimpinan Wilayah Partai Nasdem Provinsi Lampung lebih tepatnya berada di Jalan Jenderal Ahmad Yani No.28-20, Palapa, Kec. Tj. Karang Pusat, Kota Bandar Lampung, Lampung. **Alasan peneliti memilih lokasi tersebut,** karena Partai Nasdem Provinsi Lampung merupakan bagian dari yang mengatur media sosial Instagram @official_nasdem dengan pusat dan merupakan kepengurusannya di tingkat regional setingkat provinsi yang salah satunya merupakan kantor pertama yang diverifikasi oleh Kemenkumham dan Provinsi Lampung sebagai Contoh Wilayah

Representatif, yang bisa dianggap sebagai kota yang mewakili berbagai aspek demografi dan sosial di Indonesia.

Oleh karena itu, penelitian yang dilakukan di sana dapat memberikan gambaran yang cukup representatif tentang bagaimana peran akun Instagram dapat memengaruhi strategi pencalonan di berbagai wilayah Indonesia. Selain itu juga Kerjasama dengan DPW Nasdem Provinsi Lampung dapat memudahkan akses ke data dan informasi yang relevan untuk penelitian. Selain itu, kerjasama ini juga dapat memberikan perspektif yang lebih dalam tentang strategi yang dijalankan oleh partai tersebut dalam memanfaatkan media sosial. Dengan adanya wawancara mengenai Dewan Pimpinan Wilayah Lampung, peneliti mengharapkan jawaban yang sesuai mengenai permasalahan yang diteliti.

1.9.3 Jenis Data

1. Data Primer

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan sumber data primer. Data primer yang digunakan peneliti, melalui penelitian dengan terjun ke lapangan dengan melakukan wawancara maupun observasi terkait masalah yang akan diteliti. Dengan adanya data yang diambil, data tersebut memperkuat dalam pembuatan proposal ini, karena data yang digunakan didapatkan langsung oleh informan atau narasumber yang berhubungan dengan penelitian dengan tujuan untuk mengetahui strategi Pencalonan Calon Presiden melalui akun media sosial instagram yang dilakukan oleh DPW Partai Nasdem dengan mendapatkan data secara akurat berdasarkan dari sumbernya.

2. Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2016:137), sumber data yang peneliti tidak langsung memberikan data atau informasi kepada pengumpul data disebut sebagai data sekunder. Untuk melengkapi sebuah data primer, data sekunder diperlukan dalam penelitian ini. Data sekunder yang digunakan dengan mengamati akun Instagram @DPW_partainasdemlampung dengan menganalisa berbagai postingan dan tampilan kegiatan yang dilakukan dari akun media sosial tersebut dan mendapatkan berbagai sumber yang diperoleh dengan mengamati berbagai unggahan dari media sosial lain dan mencari dari beberapa jurnal, buku, website yang berkaitan dengan Strategi Pencalonan Calon Presiden melalui akun media sosial instagram guna untuk mengetahui strategi yang digunakan dari Partai Nasdem melalui media sosial.

Pengamatan dilakukan dalam jangka waktu Bulan September 2023 - Oktober 2023.

1.9.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengambilan data dilakukan guna mempermudah peneliti dalam memperoleh data yang dibutuhkan. Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah melalui wawancara dan dokumentasi.

1. Wawancara

Wawancara Menurut Sugiyono (2018:467), wawancara mendalam termasuk wawancara semistruktur. Penelitian ini menggunakan format wawancara semi terstruktur di mana peneliti bebas mengajukan pertanyaan apa pun yang mereka sukai tentang sumbernya. Dalam penelitian ini peneliti akan mewawancarai:

- a. Ketua DPW Nasdem Provinsi Lampung yakni Drs. Hi. Herman Hasanusi
- b. Wakil Ketua Bidang Media dan Komunikasi Publik DPW Partai Nasdem Provinsi Lampung yakni Rakhmat Husein DC
- c. Wakil Ketua Bidang Digital dan Siber yakni S. Pujiono
- d. Wakil Ketua Bidang Pemenangan Pemilu: Aryanto Yusuf

Untuk menjelaskan pandangan dan pengalaman dalam menggunakan media sosial instagram serta pendapat tentang strategi pencalonan calon presiden Partai Nasdem.

2. Dokumentasi

Teknik Dokumentasi menurut (Sugiyono, 2018:240) mendefinisikan teknik dokumentasi sebagai rangkaian kegiatan penelitian pelengkap yang meliputi observasi dan wawancara. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan rekaman audio dan suara serta dokumentasi gambar dan foto dalam kegiatan wawancara dengan informan.

1.9.5 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data menurut Sugiyono (2017:335) diartikan sebagai proses mengumpulkan data secara sistematis dari wawancara, dokumentasi, dan catatan yang kemudian dipelajari diambil dan dipilih yang dianggap penting, kemudian ditarik suatu kesimpulan sehingga mudah dipahami dan dimengerti.

1. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Memilih, menentukan, mengkategorikan atau mengatur data merupakan langkah dalam reduksi data. Peneliti akan lebih mudah memperoleh data tambahan dengan melakukan kegiatan yang mereduksi data.

Penyebabnya adalah proses memilih dan menghilangkan hal-hal yang bersifat dianggap tidak penting dalam reduksi data. Hal-hal yang dianggap tidak berhubungan dengan topik penelitian akan dihilangkan. Oleh karena itu, pendekatan reduksi data saat ini pada dasarnya terdiri dari meringkas data atau informasi yang dikumpulkan sebelumnya dan menarik kesimpulan. Reduksi data dilakukan Dalam penelitian kualitatif ini dengan terlebih dahulu menyederhanakan informasi atau data yang diperoleh dari wawancara kemudian menghasilkan tulisan atau transkrip yang lebih sederhana dan berhubungan langsung dengan fokus penelitian.

2. Penyajian data (*data display*)

Tahap penyajian data terjadi setelah tahap reduksi data. Proses dimana peneliti mulai menyederhanakan dan meringkas data sesuai dengan konteks informasi yang berkaitan langsung dengan fokus penelitian dikenal sebagai tahap reduksi data. Proses pemetaan hasil reduksi data ke dalam bentuk flowchart atau bagan alir, yang kemudian dapat berupa bagan atau uraian singkat, dimulai pada tahap selanjutnya yaitu tampilan data. Dengan demikian, peneliti akan memiliki waktu yang lebih mudah untuk melakukan pekerjaan selanjutnya.

3. Kesimpulan atau Verifikasi (*Conclusion drawing* atau verifikasi)

Pada titik ini, peneliti menarik kesimpulan atau memverifikasi informasi dan data yang mereka kumpulkan. Secara alami, sampai pada kesimpulan ini mempertahankan rumusan masalah yang telah ditetapkan sebelumnya. Oleh karena itu, tujuan dari penelitian dapat diselidiki.

Namun, kesimpulan ini hanya sementara jika bukti atau data baru ditemukan lebih dapat diandalkan selama pengumpulan data. Sehingga dapat sampai pada kesimpulan yang dapat dipercaya, akurat dan kredibel.