

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Di negara demokrasi melaksanakan pemilu adalah sebuah keniscayaan, pemilu sebagai kedaulatan masyarakat untuk memilih wakil dan pemimpinnya di periode mendatang, sesuai dalam pasal 1 ayat 2 UUD 1945 Disebutkan kedaulatan berada di tangan rakyat dan dilaksanakan menurut undang undang dasar, tentu melaksanakan pemilu dengan baik akan menghasilkan kualitas pemimpin yang baik juga. transfer kekuasaan secara damai itulah ciri pemilu.

Pemilu tidak lepas dari proses berkampanye dan pemungutan suara di mana ribuan masyarakat akan berkumpul untuk melaksanakan hak haknya, pemilu sangat di nanti nanti oleh masyarakat, pemilu memberikan ruang kebebasan individu untuk bersuara terkait dengan calon pemimpinnya. namun pemilu di tahun 2020 ini sangatlah berbeda indonesia bahkan dunia sedang menghadapi virus yang sangat mematikan yaitu pandemi covid-19, lebih dari 60 negara membatalkan pemilu karena menimbang beberapa resiko terkait kesehatan dan integritas pemilu.

Di indonesia pemilu akan tetap di laksanakan, keputusan ini menuai pro dan kontra ketika proposal ini di tulis pun terdapat penyelenggara pemilu yang masih terpapar covid-19, namun pemangku kepentingan memutuskan tetap melakukan pemilu walaupun terjadi penundaan, Hingga terbentuknya Peraturan Komisi Pemilihan Umum (PKPU) No 5 Tahun 2020 tentang pelaksanaan pilkada lanjutan dalam kondisi bencana NonAlam Covid-19 mengakibatkan pelaksanaan pilkada dilanjutkan kembali setelah tertunda akibat Covid-19 namun dengan memperhatikan setiap tahapan pilkada dengan menggunakan protocol kesehatan.

Di tengah wabah pandemi covid-19 proses kampanye dalam pemilu pun diatur pada Pasal 58 Ayat (1) PKPU bahwa partai politik atau gabungan partai politik, pasangan calon, tim kampanye, dan atau pihak lain mengutamakan metode kampanye pertemuan terbatas dan pertemuan tatap muka dan dialog dilakukan melalui media sosial dan media daring. Kendati dianjurkan untuk dilakukan via daring, KPU masih memperbolehkan metode kampanye ini bisa dilakukan secara langsung. Hal itu tertuang dalam Pasal 58 Ayat (2). Dalam hal pertemuan terbatas dan pertemuan tatap muka dan dialog sebagaimana dimaksud pada Ayat (1) tidak dapat dilakukan melalui media sosial dan

media daring, pertemuan terbatas dan pertemuan tatap muka dan dialog dilakukan dengan (secara langsung) ketentuan sebagai berikut, demikian bunyi Pasal 58 Ayat (2)

Media baru adalah kekuatan yang berkembang dalam studi tentang keterlibatan sipil. Ada banyak tingkatan analisis dalam pembahasan baru efek media mulai dari ekonomi global hingga penggunaan pribadi dari Internet (Norris, 2001). Hardiman (2010; 7) menyebut, pada perkembangannya yang disebut media sebagai sarana untuk memberikan ruang kepada publik untuk berbicara meliputi surat kabar, televisi, radio, majalah, iklan, mural, karikatur, hingga perkembangan terbaru yaitu ruang maya (*cyberspace*). Hardiman (2010; 198) menyebut jejaring komunikasi dalam *cyberspace*, entah itu lewat komputer atau telepon selular dewasa ini telah menunjukkan tingkat keperdulian tertentu terhadap persoalan-persoalan publik, sehingga *cyberspace* juga dapat menjadi salah satu jenis ruang publik dalam era teknologi informasi dan komunikasi kontemporer. Kemunculan *cyberspace* dianggap sebagai sesuatu yang berdampak besar pada partisipasi demokratis warga, sehingga turut memperluas pengertian ruang publik. Supelli (2010; 329-348) mengajak kita memikirkan kemungkinan partisipasi demokratis di dunia maya.

Menurut Maswardi Rauf (1993) dalam (Andriadi, 2016:69) komunikasi politik merupakan kegiatan politik yang menyampaikan pesan-pesan politik oleh aktor-aktor politik kepada sekelompok manusia yang terlibat dalam kegiatan politik. Tentu saja komunikasi politik kepada sekelompok manusia tersebut berorientasi politik atau ideologi tertentu untuk memperoleh kekuasaan. Disamping itu, komunikasi politik secara luas bisa dilakukan orang-orang yang bukan bagian dari politisi, contohnya menghubungi para politisi untuk menyampaikan aspirasi politik, menulis atau mengikuti diskusi politik di media massa. Intinya kegiatan-kegiatan itu berupaya mengkomunikasikan pesan politik kepada khalayak luas (McNair, 2011).

Penerapan komunikasi politik salah satunya pada kegiatan kampanye dimana kampanye merupakan kegiatan persuasif yang memanfaatkan kekuatan komunikasi verbal dan non verbal yang berdampak pada politik, sosial dan ekonomi. Leslie B. Snyder menjelaskan kriteria kampanye dalam perspektif komunikasi adalah bersifat terorganisir dan terstruktur, penyampaian pesan secara langsung kepada khalayak, disampaikan dalam jangka waktu yang ditentukan dan ada target yang ingin dicapai Ruslan (1997) dalam (Andriadi, 2016:71-72). Kampanye politik diaplikasikan oleh aktor-aktor politik pada pemilihan umum dan/atau pemilihan kepala daerah sebagai pembentukan opini positif publik agar terpilih dalam demokrasi elektoral.

Menurut data (APJII, 2017) pengguna internet berdasarkan usia 19 – 34 tahun sebesar 49,52% dari 143,26 juta jiwa pengguna internet di Indonesia. Ini berarti pengguna internet mayoritas berasal dari kalangan muda dan pemilih muda yang melek internet dan update informasi secara online. Dari data APJII tersebut menyatakan bahwa 87,13% masyarakat Indonesia menggunakan media sosial sebagai gaya hidup, namun hanya 36,94% memanfaatkan internet dalam kegiatan sosial politik.

Melihat tahapan pada pilkada serentak kali ini sangat menarik karena belum pernah dilakukan sebelumnya, dimana kampanye dilakukan dengan tidak bertatap muka demi terhindar dari wabah Covid 19. Dengan demikian, salah satu yang dapat dilakukan oleh para pasangan calon kepala daerah sebagai penunjang proses kampanye dengan pemanfaatan media sosial atau virtual sebagai sarana dalam mensosialisasikan visi dan misi serta mengajak masyarakat untuk mendukung dan terlibat pada pemilihan umum. Proses yang sedemikian rupa sangat menarik untuk diteliti bagaimana kampanye virtual ini bisa menarik perhatian masyarakat sehingga keterlibatan publik dalam mendukung para calon kepala daerah sangat tinggi atautkah kampanye virtual di tengah pandemi masih kurang maksimal sehingga kampanye dengan tatap muka masih sangat dominan pengaruhnya, Peneliti melakukan metode dengan analisis data menggunakan *artificial intelligence* yaitu *Nvivo 12 plus* dengan mengamati keterlibatan publik dalam kontestasi pilkada yang berupa interaksi masyarakat dengan calon kepala daerah di media sosial, melalui situs jejaring sosial facebook, twiiter, dan Instagram dengan menggunakan desain multi-metode untuk mempelajari lebih lanjut konten online yang dilakukan oleh tim sukses calon kepala daerah atau akun pribadi calon kepala daerah dalam berkampanye di pilkada Sleman 2020.

1.2 Permasalahan Penelitian

Dari beberapa opini yang sering disampaikan oleh para akademisi, politisi, atau praktisi bahwa media sosial sebagai salah satu strategi baru dalam melakukan kampanye politik dan dianggap efektif dalam mendapatkan suara dari pemilih. Dalam situasi pilkada serentak 2020 dengan situasi pandemic Covid-19 mengakibatkan pelaksanaan pilkada menggunakan protocol kesehatan dan juga melarang adanya kerumuman masa yang begitu besar. Pemilu biasanya melibatkan pertemuan besar berskala nasional, tidak hanya pada Hari Pemungutan Suara tetapi juga, misalnya, selama kampanye dan kegiatan pendaftaran pemilih. Kegiatan-kegiatan ini meningkatkan jumlah kontak langsung (tatap muka) sehingga muncul risiko transmisi penyakit baik secara langsung maupun tidak langsung.

Media sosial menjadi salah satu alternatif para peserta pilkada dalam melakukan promosi atau kampanye dalam mendapatkan suara pemilih. media sosial bisa berkontribusi pada keberhasilan politik. Ini karena media sosial membuat kandidat dalam sebuah pemilihan bisa berinteraksi dengan para calon pemilih dengan skala dan intensitas yang tak bisa dicapai lewat pola kampanye tradisional seperti kampanye dari pintu ke pintu, brosur, bahkan peliputan oleh media cetak dan televisi (Perbawani et al., 2018).

Media sosial juga unggul karena memberi kesempatan para calon pemilih untuk berdialog dua arah dengan kandidat, tidak seperti model kampanye tradisional yang cenderung searah, dari kandidat ke calon pemilih. Sifat komunikasi politik antara kandidat dan calon pemilih bisa menjadi multiarah, seperti dari kandidat ke pemilih, pemilih ke kandidat, atau antarpemilih. Media sosial sebagai salah satu sarana informasi yang sangat banyak dimanfaatkan oleh masyarakat dimasa sekarang. Media sosial menurut mempunyai empat manfaat bagi aktifitas politik suatu partai maupun kandidat yaitu sebagai *Information, service, access to political power and space*. (Informasi, pelayanan, akses kekuatan politik dan ruangan) (Heryanto, 2018; MTA et al., 2019).

Argument mengenai media sosial dapat menjadi salah satu kekuatan dalam mendapatkan suara dari pemilih tidak dapat dikatakan menjadi salah satu kunci utama para kandidat dalam memfokuskan kampanye melalui digital. Melihat segmen dari masyarakat beragam dan minimnya keterlibatan masyarakat dalam mengomentari dan berdialog melalui media sosial merupakan menjadi salah satu masalah bagi kandidat dalam kampanye di media sosial. Dan pada akhirnya para kandidat hanya menjadikan media sosial sebagai formalitas dan lebih menekankan pada cara kampanye konvensional ditengah situasi pandemic Covid-19.

1.3 Rumusan masalah

Berdasarkan perjalanan latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan bahwa permasalahan dalam penelitian ini sebagai berikut

1. Apakah media sosial dapat meningkatkan keterlibatan politik di masyarakat dalam kampanye virtual di Pilkada Sleman 2020 dalam situasi pandemi Covid-19?
2. Apakah kampanye dengan tatap muka atau konvensional lebih berdampak terhadap keterlibatan politik masyarakat sleman dibanding menggunakan media daring saat pandemi covid 19 dengan melihat partisipasi masyarakat secara langsung?

1.4 Tujuan Masalah

Tujuan dari penelitian ini diantaranya sebagai berikut:

1. Mengetahui seberapa efektif media sosial sebagai sarana keterlibatan politik masyarakat dalam pelaksanaan Pilkada Sleman 2020 di tengah situasi Pandemi Covid-19.
2. Melakukan perbandingan cara berkampanye para kandidat peserta Pilkada Sleman baik secara online atau offline di situasi Pandemi Covid-19.
3. Mengetahui isu-isu apa saja yang diangkat oleh masing-masing peserta Pilkada sleman 2020 melalui media sosial

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Bagi dunia akademik dapat dijadikan sebagai referensi dalam perkembangan ilmu pengetahuan tentang gambaran keterlibatan politik masyarakat Kab. Sleman di media sosial pada pilkada 2020 ditengah situasi Covid-19
2. Memberikan kajian positif pengetahuan tentang peran media sosial sebagai sarana berkampanye pada pilkada Kab.sleman 2020 di tengah situasi Covid-19.

1.6 Tinjauan konsep

Pada penelitian ini, terdapat beberapa kajian yang dijadikan panduan tentang pentingnya penelitian mengenai seberapa efektif media sosial dapat menarik perhatian masyarakat untuk terlibat dalam interaksi politik melalui saluran-saluran media sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram di Kabupaten Sleman dan membandingkan apakah para kandidat lebih dominan melakukan kampanye secara online atau offline dalam situasi pandemic Covid-19.

Pada situasi seperti ini, topik ini sangat menarik karena banyak para praktisi, politisi, dan akademisi menilai bahwa kampanye virtual atau menggunakan media sosial dinilai sangat efektif dalam menarik partisipasi masyarakat untuk terlibat berinteraksi dan lebih efisien dalam hal waktu, tenaga dan biaya kampanye pada Pilkada kali ini. Adanya pandemic ini merupakan momentum yang sangat tepat untuk menggunakan dan menerapkan media sosial sebagai salah satu sarana baru dalam menjalankan strategi politik bagi kandidat peserta Pilkada Kab.Sleman. Disisi lain terdapat dilema dikalangan publik apakah media sosial dapat dibenarkan dapat menarik interaksi dan pelibatan masyarakat dalam pembahasan politik khususnya di Pilkada Sleman 2020. Maka dari itu penelitian ini akan melihat seberapa efektif media sosial dapat menarik keterlibatan masyarakat dalam interaksi politik di akun media sosial pribadi kandidat dan tim sukses kandidat.

1.1.1 Ruang Publik

Ruang publik adalah konsep yang disampaikan oleh Habermas pada tahun 1989 dalam bukunya *'The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society'*. Ruang publik itu merupakan ruang yang tercipta dari kumpulan orang-orang tertentu (*private people*) dalam konteks kalangan borjuis yang diciptakan untuk me wacanakan sesuatu dan sebagai bentuk penyikapan terhadap otoritas publik (Habermas, 1962/1989:27). Ranah publik borjuis dalam penafsirannya muncul sekitar tahun 1700 berfungsi untuk menjembatani keprihatinan privat individu dalam kehidupan sosial, ekonomi dan keluarga yang dihadapkan pada tuntutan dan keprihatunan kehidupan sosial dan publik. Ini termasuk fungsi menengahi kontradiksi antara kaum borjuis dan proletar, mengatasi kepentingan-kepentingan dan opini pribadi guna menemukan kepentingan-kepentingan bersama dan untuk mencapai konsensus yang bersifat sosial. Ranah publik ini terdiri dari organ-organ informasi dan perdebatan politik seperti surat kabar dan jurnal, serta institusi diskusi politik seperti parlemen, klub,

balai pertemuan dan ruang-ruang publik lain dimana diskusi sosio politik berlangsung. Ruang publik yang diangkat Habermas adalah ruang bagi diskusi kritis, terbuka bagi semua orang yang berkumpul membentuk sebuah publik dimana 'nalar publik' bekerja sebagai pengawas kekuasaan negara.

Setelah membuat sketsa model ranah publik borjuis, opini publik, Habermas kemudian menganalisis kemunduran ruang publik ini di abad ke-20 yaitu bangkitnya kapitalisme negara, industri udaya dan posisi yang semakin kuat di pihak perusahaan ekonomi dan bisnis besar dalam kehidupan publik. Dalam ulasannya, ekonomi dan organisasi pemerintah telah mengambil alih ruang publik dimana warga negara hanya diberi kekuasaan untuk menjadi konsumen bagi barang, layanan, administrasi politik dan pertunjukan publik. Jadi menurut Habermas, pada tahap awal perkembangan borjuis, opini publik dibentuk oleh konsensus dan perdebatan politik terbuka berkaitan dengan kepentingan bersama dalam upaya membentuk konsensus yang menghargai kepentingan umum. Sementara itu di era kapitalisme opini publik diatur oleh elit politik, ekonomi, media yang memegang sistem kontrol. Disini pula teori tindakan komunikatif (1981) muncul untuk mengkritik proses demokrasi sepihak yang dipimpin oleh kekuatan rasionalisasi ekonomi dan administratif. Aspirasi Habermas ini memposisikannya sebagai pengkritik atas kemerosotan ruang publik di masa kontemporer dan imbauan pembaruan demokrasi. Menurutnya demokrasi hanya berkembang subur apabila institusi-institusi memungkinkan warga negara untuk memperdebatkan masalah-masalah yang menjadi kepentingan publik. Aktor dibekali kapasitas wacana, mengakui persamaan sosial dasar antar satu dengan yang serta pembicaraan mereka tidak terdistorsi oleh ideologi aktor lainnya.

Ruang publik terkait erat dengan berbagai konsep seperti demokrasi, opini publik, partisipasi politik dan komunikasi politik. Hardiman (2010; 8) mengatakan bahwa ruang publik merupakan konsep kunci untuk memahami demokrasi dalam masyarakat kompleks yang terglobalisasi di awal abad ke-21. Ruang publik dibentuk oleh masyarakat warga (*civil society*) yang saling menghormati atas hak satu sama lain. Istilah ruang publik memiliki arti normatif, yakni mengacu pada peranan masyarakat warga dalam demokrasi. Ruang publik dalam arti normatif – disebut juga ruang publik politis – adalah suatu ruang komunikasi para warga untuk ikut mengawasi jalannya pemerintahan. Ruang publik berkaitan erat dengan komunitas bahasa dan akal sehat yang terbentuk melewati interaksi dan komunikasi sosial.

Ruang publik, berakar dari definisi Immanuel Kant tentang Pencerahan sebagai perubahan sikap manusia dari ketergantungan pada tuntutan otoritas menuju pada kemandirian berfikir dan menggunakan akalinya secara publik menyiratkan pengertian ‘publik’ pada abad ke-18. Dalam konteks berdemokrasi maka publik bukan lagi pejabat atau institusi politis, melainkan masyarakat warga (*civil society*) yang kritis dan berorientasi pada kepentingan moral universal umat manusia. Jadi, pernyataan-pernyataan seorang cendekiawan, sastrawan atau penulis yang menyangkut kepentingan moral universal itu harus disebut ‘publik’, sementara pernyataan yang penuh dengan kepentingan parsial dari para pejabat politis disebut ‘privat’, sekalipun publik kerap digunakan untuk membenarkan maksud-maksud privat itu.

Jadi dalam hal ini, masyarakat warga (*civil society*) berpasangan dengan konsep ruang publik. Masyarakat warga adalah tujuan kepublikan, dan masyarakat warga adalah para aktor komunikasi dalam ruang publik (Hardiman, 2010; 9). Masyarakat warga (*civil society*) bisa ditelusur dari berbagai ahli yang membahasnya dari John Locke, Jean-Jacques Rousseau, Hegel dan Gramsci. Locke menekankan pada masyarakat warga yang melakukan kontrol terhadap kekuasaan negara, sementara Rousseau pada partisipasi aktif dalam proses-proses demokratis langsung. Karena peran aktif dalam demokrasi langsung muncul kendala, maka Hegel menawarkan pemahaman berbeda yaitu masyarakat warga dimengerti sebagai wilayah tersendiri yang tidak langsung terkait dengan politik dan merupakan ruang gerak pada aktor yang mengejar kepentingan diri. Dalam pemikittannya, Hegel menyebut masyarakat warga kehilangan peran politisnya dalam perubahan sosial yang kemudian dibangkitkan kembali dalam pemikiran neo-Marxis abad ke-20 khususnya dalam pemikiran Gramsci. Saat itu masyarakat warga justru menjadi arena kepentingan politis dan hegemoni kelompok-kelompok untuk merebut kekuasaan negara.

Masyarakat warga (*civil society*) adalah hal yang penting dalam perbincangan tentang ruang publik karena ruang publik adalah panggung bagi gerakan-gerakan partisipasi politis dalam negara hukum demokratis, sementara aktor-aktor gerakan ini tidak lain adalah para anggota masyarakat warga (Hardiman, 2010; 10). Mereka adalah individu-individu dalam sebuah komunitas politis yang memiliki hak sebagai warga negara termasuk didalamnya hak melakukan partisipasi politik. Hasil pemikiran mereka dalam berpartisipasi dalam politik ini disebut opini umum (*public opinion*). Opini umum (Hardiman, 2010; 12). bisa dibayangkan sebagai kumpulan pandangan-pandangan, pendapat-pendapat, ide-ide, penilaian-penilaian yang berlaku di dalam masyarakat luas

dan semua ini seolah-olah bertahan dalam ruang dan waktu, yakni memiliki taraf obyektifitas tertentu.

1.1.2 Ruang Publik Virtual

Hardiman (2010; 7) menyebut, pada perkembangannya yang disebut media sebagai sarana untuk memberikan ruang kepada publik untuk berbicara meliputi surat kabar, televisi, radio, majalah, iklan, mural, karikatur, hingga perkembangan terbaru yaitu ruang maya (*cyberspace*). Hardiman (2010; 198) menyebut jejaring komunikasi dalam *cyberspace*, entah itu lewat komputer atau telepon selular dewasa ini telah menunjukkan tingkat keperdulian tertentu terhadap persoalan-persoalan publik, sehingga *cyberspace* juga dapat menjadi salah satu jenis ruang publik dalam era teknologi informasi dan komunikasi kontemporer. Kemunculan *cyberspace* dianggap sebagai sesuatu yang berdampak besar pada partisipasi demokratis warga, sehingga turut memperluas pengertian ruang publik. Supelli (2010; 329-348) mengajak kita memikirkan kemungkinan partisipasi demokratis di dunia maya. Bisa dibayangkan ini adalah sosok mutakhir ruang publik digital yang bisa jadi memberikan solusi kebuntuan ruang publik yang porak poranda akibat kekuatan-kekuatan pasar di berbagai area kehidupan.

Menurut Supelli internet yang mempesona karena merupakan kombinasi dari berbagai ruang nyata seperti perpustakaan, galeri, bioskop, papan iklan, pos, bank dan lain sebagainya telah memungkinkan orang masuk untuk bertindak di dalamnya sehingga memunculkan komunitas maya (*cybercommunity*). Di ruang maya ini orang menemukan sebuah dunia baru yang oleh Gibson (1988: 49, dalam Supelli, 2010: 337) sebagai 'kerangkeng tak terhingga' dimana kita bisa mengembara tanpa ujung dan tanpa batas namun memenjarakan kita ke kawasan non fisik hingga sulit membebaskan diri. Ruang maya ini digunakan oleh kenyataan maya (*virtual reality*) untuk merepresentasikan ruang fisik, namun disisi lain ruang maya justru menarik pengguna menjauhi tubuhnya sendiri. Ini pula yang menjadi tantangan ruang publik virtual dalam menjalankan perannya, ketika manusia dalam sebuah relasi sosial yang termediasi oleh komputer (*Computer Mediated Communication*) dimana orang berhadapan secara tidak langsung, dengan identitas yang bisa disamarkan, data-data yang bisa dimanipulasi dan berbagai tingkah yang begitu berbeda dengan ruang nyata.

Barber (2006: 6) menyebut bahwa diskusi online sangat relevan dengan konsep dan esensi demokrasi dalam konteks membentuk hubungan antara pemimpin dan warga negara dan juga antar warga negara. Sebelumnya Dewey (1991) berargumen bahwa masalah demokrasi adalah kurangnya kesempatan warga untuk berkomunikasi satu sama

lain. Struktur horizontal internet yang menghubungkan warga satu sama lain telah memberikan peluang munculnya debat. Disinilah esensi demokrasi muncul, saat warga memiliki kapasitas dan kesempatan yang sama dalam berkomunikasi. Dahberg (2001) adalah peneliti lain yang menyadari potensi internet untuk mendorong debat politik dan partisipasi warga.

1.1.3 Partisipasi Politik dan Warga Digital (*Digital Citizenship*)

Para sarjana yang mempelajari partisipasi politik percaya bahwa partisipasi politik adalah inti demokrasi. Dalam pandangan George Moyser (2003), partisipasi warga negara adalah jantungnya demokrasi, karena tanpa suara mereka tidak ada demokrasi yang sesungguhnya. Demokrasi, dengan kata lain, secara substansial adalah keterlibatan (*engagement*) aktif warga negara dalam proses pembuatan kebijakan pemerintah yang mempengaruhi kehidupan mereka. Partisipasi politik mungkin tampak terlihat sederhana, yaitu bagaimana warga negara mengambil bagian dalam proses perumusan dan penerapan kebijakan publik. Pandangan tersebut berguna untuk menunjukkan menunjukkan persyaratan bahwa partisipasi politik harus melibatkan beberapa derajat efektivitas dan intensionalitas minimal dalam memberikan kontribusi bagi pembuatan kebijakan publik. Namun demikian, dalam pandangan Moyser, aktivitas politik yang dimobilisasi oleh elit politik, seperti yang dapat terjadi dengan aksi politik dan demonstrasi, tidak dapat dianggap sebagai partisipasi politik. Peran warga negara dalam partisipasi politik sebenarnya telah menjadi perdebatan, apakah yang sebenarnya disebut sebagai “partisipasi politik”? bagaimana seseorang individu telah dianggap ikut terlibat dalam partisipasi politik? Sebagai contoh, misalkan apakah partisipasi politik merupakan keterlibatan individu atau kelompok? Apakah mengungkapkan kepentingan politik, atau bahkan diskusi politik di kalangan keluarga atau teman, merupakan bagian dari partisipasi politik? Apakah mengungkapkan dukungan atau penolakan secara verbal terhadap kebijakan pemerintah merupakan partisipasi politik? Serta pertanyaan mengenai bagaimana dengan tindakan yang tampaknya melanggar prinsip-prinsip demokrasi, seperti kekerasan politik, atau aksi diam, atau bahkan “jahit mulut”? apakah aktifitas-aktifitas tersebut menjadi bagian dari apa yang kita sebut sebagai partisipasi politik? Tidak ada jawaban yang mudah untuk pertanyaan-pertanyaan tersebut, para ahli yang berbeda memiliki kesimpulan yang berbeda-beda mengenai apa yang disebut sebagai partisipasi politik, di Amerika partisipasi bahkan dikaitkan dengan peningkatan tingkat pengetahuan politik. Namun demikian mengikuti pandangan George Moyser, untuk menjawab persoalan mengenai apakah yang dapat digolongkan sebagai partisipasi politik dapat

dijawab pada dua tingkatan (level) : pertama, apa yang disebut partisipasi politik selalu melibatkan informasi yang baik yang digunakan oleh warga negara yang bertanggung jawab dan dan terbuka untuk kepentingan bersama. Dalam konteks ini, partisipasi politik hanya – dan hanya – terjadi jika dilakukan secara bertanggung jawab untuk menghasilkan informasi yang baik. Dengan demikian, partisipasi berkaitan dengan upaya untuk meningkatkan pengetahuan politik (*political knowledge*). Ketiga, berkaitan dengan dampak yang muncul dari partisipasi politik terhadap pengambilan kebijakan publik. Mungkin agak sulit untuk mengukur dampak yang muncul dari partisipasi politik, mengingat kita menganut sistem demokrasi perwakilan. Namun demikian, setidaknya kita dapat membuat semacam batasan minimal, bahwa partisipasi politik harus memiliki dampak, setidaknya untuk meningkatkan kesadaran politik dan serta memberikan pengetahuan kepada publik. Media baru, dengan sifatnya yang terbuka dan interaktif, merupakan bentuk baru dari partisipasi politik. Internet bahkan memiliki potensi untuk meningkatkan partisipasi yang lebih besar dalam masyarakat demokratis. Teknologi informasi (ICT) memiliki banyak aspek yang disebut sebagai “*positive externalities*”, yaitu manfaat sosial “sampingan” yang yang didapat oleh individu yang menggunakan teknologi. Dan ini dapat mendorong terjadinya partisipasi politik jika informasi yang tersedia secara online membantu warga mendapatkan lebih banyak informasi tentang politik dan lebih cenderung untuk berpartisipasi, dan masyarakat mendapatkan keuntungan dari partisipasi deliberatif yang lebih luas dalam proses demokrasi. Partisipasi di dunia maya inilah yang kemudian menciptakan terciptanya “warga digital” (*digital citizenship*), yang oleh Karen Mossberger, dkk (2008) didefinisikan sebagai kemampuan untuk berpartisipasi dalam masyarakat online. Secara lebih luas dapat juga dikatakan bahwa “warga digital” mereka yang sering menggunakan teknologi, yang menggunakan teknologi untuk informasi politik untuk memenuhi kewajiban mereka sebagai warga negara, dan yang menggunakan teknologi di tempat kerja untuk keuntungan ekonomi. Dengan demikian apa yang disebut partisipasi politik online mencakup diskusi politik melalui email grup, dan posting komentar di Blog. Sementara itu, bentuk-bentuk sosial media lain, seperti facebook ataupun twitter dinilai juga menjadi sara partisipasi politik online, ketika media ini digunakan untuk memberikan informasi politik, atau setidaknya mengandung informasi politik (townner 2013) . Partisipasi melalui memang berbeda dalam banyak hal dengan partisipasi yang dilakukan melalui media-media tradisional. Salah satunya adalah melalui internet Individu dapat membangun hubungan yang lebih aktif dan signifikan terhadap lembaga-lembaga resmi,

dan pada akhirnya mereka merasa diberdayakan untuk mengekspresikan pendapat mereka secara lebih terbuka dan bebas. Pada saat yang sama, sebagaimana dikatakan Homero Gil de Zúñiga, dkk (2010), internet juga dapat membawa elit politik dan masyarakat lebih dekat bersama-sama, sehingga lebih mudah untuk mengekspresikan pandangan kepada para pejabat terpilih maupun kepada jurnalis. Kemudahan komunikasi di Internet yang paling penting adalah menurunkan biaya partisipasi online. Dengan kemudahan-kemudahan tersebut setiap warga bisa dengan mudah untuk terlibat aktif dalam partisipasi online, mengirim e-mail ke seorang politikus ataupun menandatangani petisi online, dengan harapan bahwa pesan-pesan politik mereka akan sampai untuk bisa merubah keputusan-keputusan yang terkait dengan kebijakan publik. Dengan kemudahan ini juga setiap orang dapat membuat pesan politik dan mempostingnya ke facebook, twitter dan instagram, kadang-kadang menghasilkan penonton hingga jutaan. Hal-hal inilah yang tidak bisa dilakukan ketika orang hendak melakukan partisipasi politik melalui media tradisional, seperti televisi, radio, ataupun media cetak.

1.1.4 Media Sosial

Media sosial mainstream saat ini yang paling banyak digunakan atau diakses oleh warga Indonesia diantaranya sebagai berikut :

a. Facebook

sebuah layanan jejaring sosial berkantor pusat di Menlo Park, California, Amerika Serikat yang diluncurkan pada bulan Februari 2004. Per September 2012, Facebook memiliki lebih dari satu miliar pengguna aktif, lebih dari separuhnya menggunakan telepon genggam. Pengguna harus mendaftar sebelum dapat menggunakan situs ini. Setelah itu, pengguna dapat membuat profil pribadi, menambahkan pengguna lain sebagai teman, dan bertukar pesan, termasuk pemberitahuan otomatis ketika mereka memperbarui profilnya. Selain itu, pengguna dapat bergabung dengan grup pengguna dengan ketertarikan yang sama, diurutkan berdasarkan tempat kerja, sekolah atau perguruan tinggi, atau ciri khas lainnya, dan mengelompokkan teman-teman mereka ke dalam daftar seperti "Rekan Kerja" atau "Teman Dekat".

b. Twitter

Twitter adalah layanan jejaring sosial dan mikroblog daring yang memungkinkan pengguna untuk mengirim dan membaca pesan berbasis teks hingga 140 karakter akan tetapi pada tanggal 07 November 2017 bertambah hingga 280 karakter yang dikenal dengan sebutan kicauan (tweet). Twitter didirikan pada bulan Maret 2006 oleh Jack Dorsey, dan situs jejaring sosialnya diluncurkan pada bulan Juli. Sejak

diluncurkan, Twitter telah menjadi salah satu dari sepuluh situs yang paling sering dikunjungi di Internet, dan dijuluki dengan "pesan singkat dari Internet." Di Twitter, pengguna tak terdaftar hanya bisa membaca kicauan, sedangkan pengguna terdaftar bisa menulis kicauan melalui antarmuka situs web, pesan singkat (SMS), atau melalui berbagai aplikasi untuk perangkat seluler.

Twitter mengalami pertumbuhan yang pesat dan dengan cepat meraih popularitas di seluruh dunia. Hingga bulan Januari 2013, terdapat lebih dari 500 juta pengguna terdaftar di Twitter, 200 juta di antaranya adalah pengguna aktif. Lonjakan penggunaan Twitter umumnya berlangsung saat terjadinya peristiwa-peristiwa populer. Pada awal 2013, pengguna Twitter mengirimkan lebih dari 500 juta kicauan per hari, dan Twitter menangani lebih dari 1,6 miliar permintaan pencarian per hari. Hal ini menyebabkan posisi Twitter naik ke peringkat ketiga sebagai situs jejaring sosial yang paling sering dikunjungi di dunia, dari yang sebelumnya menempati peringkat dua puluh dua.

Tingginya popularitas Twitter menyebabkan layanan ini telah dimanfaatkan untuk berbagai keperluan dalam berbagai aspek, misalnya sebagai sarana protes, kampanye politik, sarana pembelajaran, dan sebagai media komunikasi darurat. Twitter juga dihadapkan pada berbagai masalah dan kontroversi seperti masalah keamanan dan privasi pengguna, gugatan hukum, dan penyensoran.

Twitter dimiliki dan dioperasikan oleh Twitter, Inc., yang berbasis di San Francisco, dengan kantor dan peladen tambahan terdapat di New York City, Boston, dan San Antonio. Hingga Mei 2015, Twitter telah memiliki lebih dari 500 juta pengguna, 302 juta di antaranya adalah pengguna aktif.

c. Instagram

Sebuah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna mengambil foto, mengambil video, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik Instagram sendiri.[10] Satu fitur yang unik di Instagram adalah memotong foto menjadi bentuk persegi, sehingga terlihat seperti hasil kamera Kodak Instamatic dan polaroid. Hal ini berbeda dengan rasio aspek 4:3 atau 16:9 yang umum digunakan oleh kamera pada peranti bergerak.

1.1.5 Demokrasi Digital

Teori sosial dan politik yang umum dipelajari hari ini sebagian besar merupakan warisan pemikiran dari revolusi industri yang berlangsung sekitar dua abad lalu. Jarang disadari bahwa gelombang revolusi berikutnya yang lebih dahsyat sedang

berlangsung saat ini. Revolusi ini diyakini akan mengubah serta melahirkan teori dan praktik sosial baru yang mungkin belum pernah terprediksikan sebelumnya. Revolusi yang memiliki dampak sangat luas dan dalam pada peradaban manusia. Gelombang perubahan inilah yang disebut dengan revolusi digital. Ditandai dengan kehadiran internet yang masif dan perlahan menggantikan berbagai perangkat teknologi jadul (jaman dulu).

Gilardi (2016), dalam penelitian terbarunya tentang digital democracy, menjelaskan dengan gamblang tentang bagaimana teknologi digital ini juga memengaruhi proses demokrasi itu sendiri. Mobilisasi politik, strategi kampanye, polarisasi opini publik, hingga perangkat dan saluran tata kelola pemerintahan pun mulai berubah. Tidak hanya di Barat, tetapi juga di belahan dunia mana pun di saat teknologi digital mulai mendominasi. Tidak hanya pada praktik politik dalam demokrasi kontemporer, revolusi teknologi digital ini juga secara langsung telah memengaruhi bagaimana ilmu-ilmu sosial direproduksi dan disebarluaskan. Big data, sains kompleksitas, crowd sourcing, mesin pembelajaran baru, hingga kurikulum ilmu sosial di berbagai perguruan tinggi rujukan dunia pun turut beradaptasi dengan revolusi digital ini. Demokrasi digital ialah era baru dalam sejarah manusia sekaligus masa depan dunia itu sendiri.

Bila melihat lebih dalam lagi, hasil penelitian Jae Min (2010) tentang the democratic divide menunjukkan 43% dari pengguna internet di Amerika Serikat teridentifikasi sebagai political internet user, yaitu mereka yang secara sadar dan aktif menggunakan internet untuk mendapatkan informasi politik maupun untuk menyalurkan aspirasi politiknya. Mereka juga aktif dan bergabung dalam kelompok diskusi politik di dunia maya. Profil netizen (istilah pembanding untuk citizen) yang aktif sebagai political internet user itu masih sangat dipengaruhi faktor demografis seperti gender (laki-laki), pendidikan (tinggi), usia (muda), dan pendapatan (menengah atas).

Untuk Indonesia, tentu saja profil demografis netizen tadi perlu ditambah dengan variabel geografis kewilayahan. Desa dan kota, atau Jawa dan luar Jawa. Berbeda dengan negara maju, Indonesia masih mengalami kesenjangan digital level pertama, di saat infrastruktur jaringan masih belum benar-benar merata dengan kualitas yang sama baik. Jaringan internet masih terkonsentrasi di perkotaan meskipun, di sisi lain, dalam buku *The New Urban Sociology* (2015) dikatakan bahwa saat ini separuh dari penduduk dunia telah tinggal di perkotaan. Diprediksi, pada 2030 nanti, sekitar 60%

penduduk dunia akan tinggal di perkotaan. Ini akan menjadi pertama kalinya dalam sejarah populasi penduduk dunia. Komposisi warga yang semakin banyak tinggal di perkotaan ini merupakan revolusi berikutnya yang makin menguatkan peran demokrasi digital di masa depan. Demokrasi digital tak lain ialah demokrasi rasa kota. Demokrasi dengan karakteristik urbanisme. Dahulu, ketika mayoritas penduduk dunia masih tinggal di perdesaan, demokrasi langsung atau demokrasi rasa desa dapat berjalan. Demokrasi yang kental dengan tatap muka, musyawarah langsung, rapat-rapat konsolidasi, hingga interaksi langsung antaranggota masyarakat. Dalam demokrasi digital, media percakapan dan rapat tatap muka itu telah digantikan perangkat telepon pintar yang menghapus hambatan sekat dan jarak. Orang terhubung dan teralienasi sekaligus dengan sistem sosial kemasyarakatan yang ada. Persis seperti demokrasi ala pilkada Jakarta kemarin, di saat kemenangan politisi akan sangat ditentukan dengan kemenangannya merebut simpati netizen, bahkan dari netizen yang tidak memiliki hak pilih sekalipun. Suara pemilih tidak lagi terbatas pada ruang administratif kependudukan karena opini pemilih bisa sangat dipengaruhi respons dari warga di luar arena pertarungan. Meski demikian, spekulasi dalam demokrasi digital ini semakin terukur dan secara ekonomi semakin efisien. Sebagai negara demokrasi dengan penduduk muslim terbesar di dunia, Indonesia beruntung memiliki Pancasila yang menjadi dasar dalam berdemokrasi. Jika mampu melewati polarisasi demi polarisasi politik sebagai keniscayaan demokrasi digital ini, kita akan bergerak lebih maju dari pada Amerika Serikat yang justru sedang mempertanyakan kembali demokrasi mereka. Munculnya profil Donald Trump ke pentas politik tertinggi negara adidaya itu telah menjadi antiklimaks politik yang absurd bagi publik Amerika. Kencangnya isu SARA dalam konteks demokrasi digital harus disikapi sebagai hal wajar. Ia akan selalu muncul, sebab internet merupakan media dan saluran yang sangat terbuka. Demokrasi digital ialah era di saat semua suara bisa didengarkan dan direspons. Era di mana urusan privat bisa dengan cepat menjadi konsumsi publik dan begitu pula sebaliknya. Layaknya ciri orang kota, demokrasi digital akan senantiasa sibuk, macet, dan tidak pernah tidur.

1.7 Metodologi Penelitian

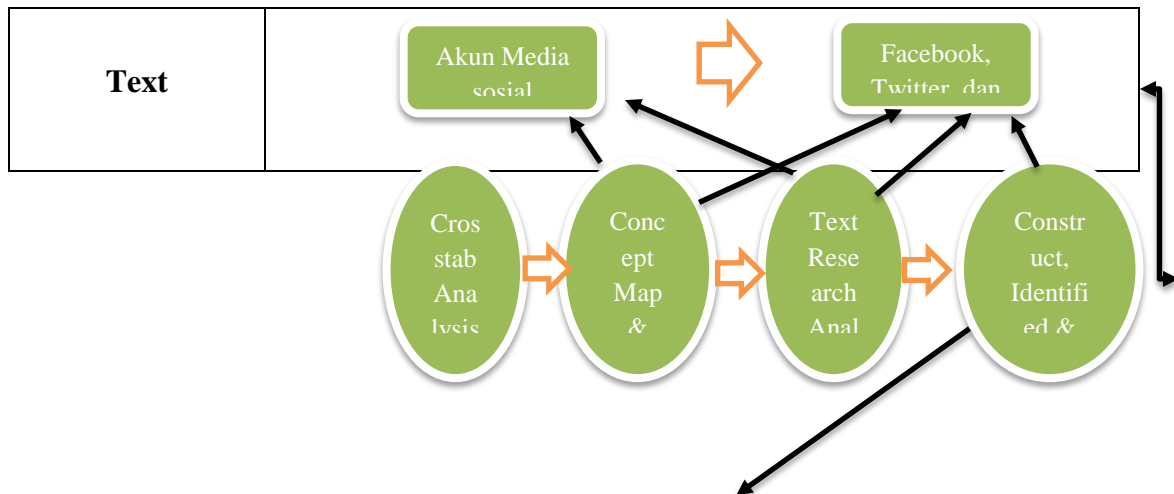
Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Menurut Creswell, penelitian kualitatif merupakan penelitian yang menganalisis dan menafsirkan teks dan wawancara yang bermaksud menemukan makna suatu fenomena. Penelitian kualitatif dilakukan dengan membandingkan dan memberikan informasi yang kredibel yang dapat diperoleh pemrosesan data dilakukan dengan menggunakan perangkat lunak NVivo 12 plus. Software NVivo merupakan salah satu program manajemen data kualitatif yang populer saat ini (Zamawe, 2015). Selain itu, software NVivo juga bisa membantu mengidentifikasi permasalahan dari artikel tersebut dengan memberikan tema dan coding, dan juga membantu mengidentifikasi hubungan antara tema atau permasalahan tersebut (Anggraini, 2015).

Pat Bazeley & Kristi Jackson (2013) mengatakan menggunakan Nvivo dalam melakukan analisis data kualitatif membantu dalam hal :

1. Mengatur data, Dalam mengatur dan mencatat banyak informasi yang masih berantakan yang masuk ke dalam sebuah data kualitatif. Hal ini bukan hanya file dari wawancara, kuisioner, observasi lapangan tetapi juga publikasi penelitian berupa jurnal, gambar, diagram, audio, video, halaman web, sumber dokumen lainnya, catatan, gagasan yang ditulis dalam memo, informasi tentang sumber data dan peta konsep dari apa yang ada didalam data.
2. Mengatur ide-ide, Dalam mengatur dan menyediakan akses yang lebih cepat ke konsep dan teori yang dihasilkan dalam proses penelitian, serta data yang mendukung, sementara pada saat yang sama mempertahankan akses ke konteks data tersebut berasal.
3. Data Query, Query data adalah berfungsi untuk mengajukan pertanyaan sederhana atau kompleks terhadap data dan memiliki program mengambil dari database semua informasi yang relevan untuk menentukan jawaban dari pertanyaan mereka. Hasil query disimpan untuk memungkinkan pencarian atau interogasi lebih lanjut dan pencarian menjadi bagian dari proses penelitian yang sedang berlangsung.
4. Data visual, Data visual untuk menunjukkan isi atau kasus, gagasan konsep, strategi sampling, waktu dan lain-lain. Hal ini dilakukan pada berbagai proses interpretasi secara visual mewakili hubungan antara variabel yang saling interaktif dalam tampilan.

5. Laporan dari data, Pada bagian ini menggunakan isi database kualitatif, termasuk informasi tentang sumber data asli, gagasan dan perkembangan pengetahuan peneliti dan proses dengan hasil yang tercapai.

Sumber data untuk penelitian ini dikonsentrasikan pada data sekunder yaitu menggunakan media sosial seperti facebook, twitter, dan Instagram. Analisis Nvivo 12 plus dalam penelitian ini menggunakan fitur analisis crosstab, analisis peta konsep, dan analisis penelitian teks (Brandão, 2015). Analisis crosstab digunakan untuk proses pembuatan



tabel kontingensi dari distribusi frekuensi variable multivariat, disajikan dalam format matriks. Sedangkan Concept Map adalah memetakan pemikiran dalam suatu konsep dan proposisi berdasarkan variabel. Sedangkan penggunaan analisis penelitian teks adalah untuk mencari makna, kata-kata, dan konteks yang terkait dengan masalah penelitian dalam partisipasi perempuan dalam politik di Indonesia.

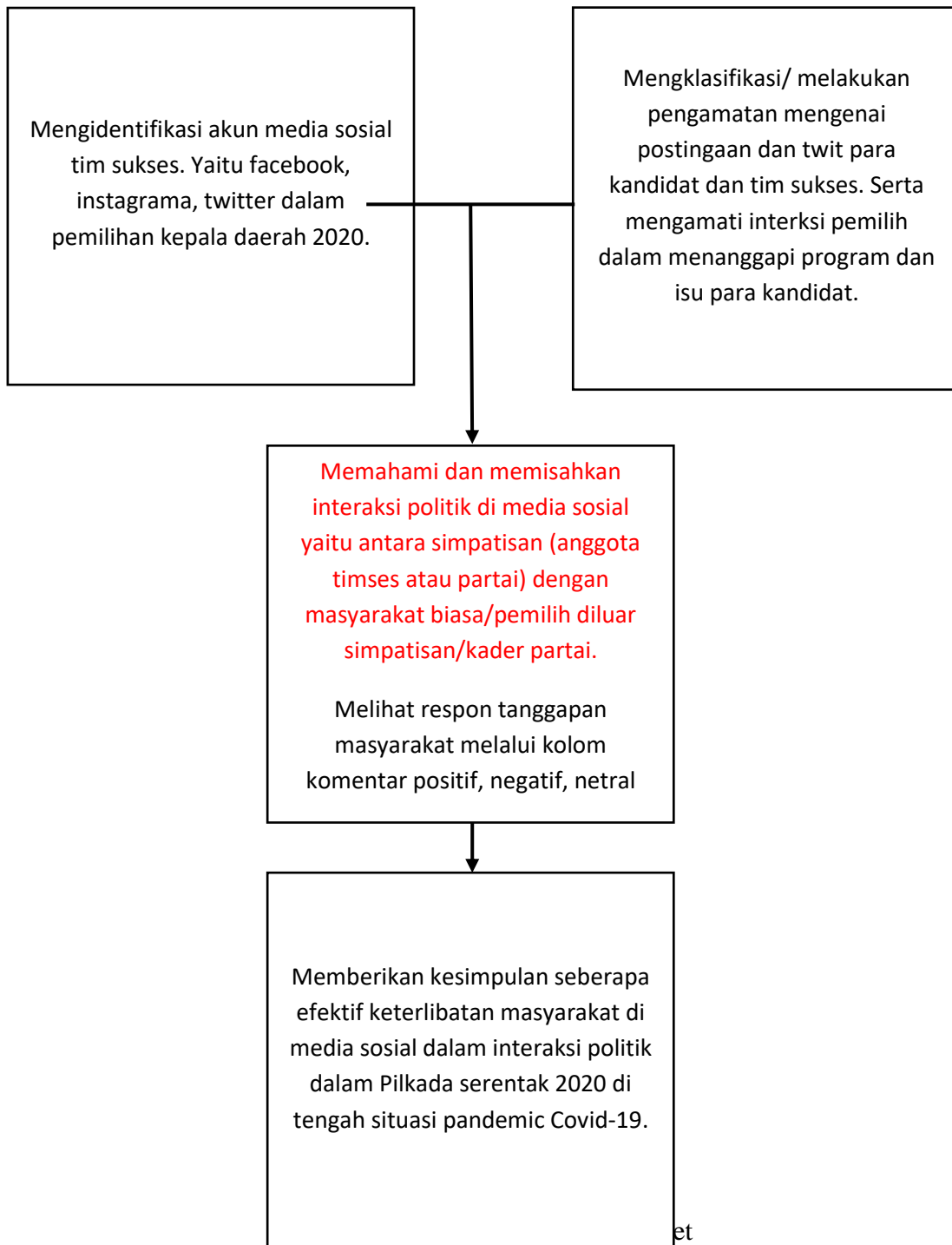
Analisis dilakukan dalam tiga tahap, pertama yaitu capture media sosial yang digunakan oleh calon kepala daerah untuk melihat seberapa banyak konten yang di produksi dan isu apa yang menjadi topik pembahasan dalam konten kampanye di pilkada 2020. Langkah ketiga adalah analisis data dengan perangkat lunak Nvivo 12 Plus, membaca teks dan konten yang memiliki kesamaan dengan data lain, menemukan item yang saling terkait, mencari makna, kata-kata, dan konteks yang saling di akun media sosial calon kepala daerah atau tim sukses ,tahap ketiga adalah menyimpulkan dan memaknai konten media sosial yang telah dianalisis. Nvivo digunakan untuk menganalisis data kualitatif demi menghasilkan hasil

yang lebih profesional (AlYahmady & Al Abri, 2013:185).

Analysis with Nvivo 12	
Discourse Analysis	Interpretative schemes

Tabel 3. 1 Analisis Menggunakan Software *Nvivo 12+*

Penelitian ini dilakukan dengan mengamati Pemilihan Kepala Daerah 2020 Kabupaten Sleman. Kegiatan penelitian di atas dapat pula digambarkan dalam capaian dan target sebagai berikut:



1.8 Data Pemanding

Dalam penelitian diperlukan data pemanding yang bertujuan untuk mengetahui keterlibatan publik dalam kegiatan kampanye *daring* melalui media sosial. Data pemanding tersebut dibuat untuk dibanding dengan data online yang didapat dari NVIVO 12 untuk mendapatkan penilaian tentang keefektifan media sosial dalam keterlibatan politik Pilkada 2020 Kab. Sleman lebih objektif. Pada data pemanding tersebut parameter yang diambil diantaranya sebagai berikut :

- a. Apakah publik tahu tentang akun media sosial resmi para calon kandidat Bupati dan Wakil Bupati Kab. Sleman?
- b. Apakah publik mengikuti informasi yang keluar dari akun media sosial resmi para calon kandidat Bupati dan Wakil Bupati Kab. Sleman yang bersifat kampanye yang berisikan tentang isu/topik yang diangkat?
- c. Sejauh mana publik memahami informasi yang keluar dari akun media sosial resmi para calon kandidat Bupati dan Wakil Bupati Kab. Sleman?

Untuk mendapatkan data parameter yang maksimal maka diperlukan survey langsung kepada masyarakat Kab. Sleman dengan menggunakan metode/cara menyebarkan kuisisioner langsung kepada masyarakat melalui Google Form yang berisikan pertanyaan-pertanyaan tentang *Engagement* masyarakat dengan media sosial para calon kandidat Bupati dan Wakil Bupati Kab. Sleman.