

Pada bab ini penulis melakukan analisis dari hasil penelitian yang telah penulis lakukan. Hasil penelitian penulis kaji dengan teori yang penulis uraikan di bab sebelumnya sehingga ada keterkaitan antara teori yang menjadi acuan penelitian dan hasil yang telah penulis peroleh di lapangan. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka penulis dapat memberikan analisis sebagai berikut:

A. Pemanfaatan Media Sosial dalam Aktifitas Kampanye Calon Anggota Legislatif

Dari hasil penelitian diperoleh data bahwa calon legislatif memanfaatkan media sosial untuk keperluan kampanye pemilu legislatif 2019. Informasi diunggah oleh calon legislatif untuk menyampaikan informasi atau pesan politiknya kepada masyarakat. Hal ini disebut dengan komunikasi politik. Menurut McQuail bahwa komunikasi politik melihat dari segala bentuk pertukaran makna atau pesan yang disampaikan yang dimana ditingkat tertentu akan mempengaruhi atau dipengaruhi fungsi sistem

politik (Pawito, 2009: 2). Pernyataan tentang komunikasi politik tersebut sesuai dengan hasil penelitian yang penulis lakukan bahwa calon legislatif menyampaikan informasi politik dengan tujuan memberikan pengaruh politik kepada target sasaran pemilihnya. Melalui media sosial maka informasi politik dapat saling disebarluaskan, saling memberi dan menerima informasi politik baik dari masyarakat pengguna media sosial ataupun dari calon legislatif lainnya.

Hasil penelitian yang penulis lakukan dapat diketahui bahwa penggunaan media sosial sebagai media kampanye ditujukan kepada warga masyarakat dimana diharapkan dengan unggah informasi di media sosial maka pesan politik dapat tepat mensasar target yang diharapkan. Tujuannya adalah dengan informasi yang terus berulang dan kontinyu diharapkan dapat memberikan pengaruh sehingga mempengaruhi pilihan politik dari target. Hal ini sesuai dengan pendapat yang dinyatakan oleh Wahid (2016: 24) yang menyatakan bahwa komunikasi politik adalah “aktivitas politik yang dikomunikasikan kepada khalayak dengan muatan

pesan politik dalam berbagai bentuk yang ditujukan kepada khalayak atau publik sasaran untuk mempengaruhi, mengajak, dan membujuk mereka sehingga dapat mengubah pikiran sesuai yang direncanakan komunikator politik” (Wahid, 2016:24).

Informasi politik yang diunggah melalui media sosial diharapkan pula dapat tercipta interaksi yang aktif sehingga terjadi komunikasi dua arah baik dari calon legislatif dan juga masyarakat, followernya. Hal ini akan berdampak pada ketertarikan dari masyarakat terhadap apa yang disampaikan oleh calon legislatif sehingga memberikan pengaruh terhadap pilihan politiknya. Hal ini sesuai dengan pendapat yang disampaikan oleh Hamad (2004: 2) yang menyatakan bahwa “komunikasi politik bertujuan untuk mempengaruhi sikap khalayak melalui pesan-pesan yang disampaikan komunikator. Para aktor politik menyampaikan pesan politik dengan harapan publik turut terlibat dalam diskusi mengenai politik dan melakukan tindakan politik. Keterlibatan publik dapat mempengaruhi

pencapaian politik para aktor politik” (Hamad, 2004:2). Aktor politik dalam hal ini adalah calon legislatif yang dalam penelitian ini penulis wawancarai menyampaikan pesan politiknya melalui media sosial terlibat langsung dalam penyampaian informasi politik, dikarenakan tidak melibatkan orang lain dan mengelola akun media sosialnya sendiri untuk kepentingan kampanye politik.

Pada saat ini media sosial banyak digunakan oleh calon legislatif untuk menyampaikan pesan politiknya. Hal ini didukung dengan penelitian penulis kepada warga masyarakat yang menyatakan bahwa melihat pesan, informasi politik yang diunggah oleh calon legislatif di media sosial. Media sosial merupakan sarana yang dapat dipergunakan untuk pergaulan sosial untuk saling berinteraksi, menyampaikan pesan dan menerima pesan. Hal ini sesuai dengan pengertian dari media sosial yang dikemukakan oleh Kaplan dan Michael Haenlein (2010 : 59) yang menyatakan bahwa “Media sosial (*social media*) adalah saluran atau sarana pergaulan sosial

secara *online* di dunia maya (*internet*). Para pengguna (*user*) media sosial berkomunikasi, berinteraksi, saling kirim pesan, dan saling berbagi (*sharing*), dan membangun jaringan (*networking*)”.

Media sosial merupakan sarana yang digunakan untuk pergaulan antar penggunanya. Antar pengguna dapat saling komunikasi, menjalin pertemanan, mengirimkan pesan. Dipilihnya media sosial untuk sarana kampanye politik dikarenakan media sosial lebih murah, efektif dan efisien dalam proses komunikasi politik berbeda dengan media konvensional yang jangkauannya terbatas dan membutuhkan biaya yang besar (Wahid, 2016: 92).

Kampanye politik yang dilakukan oleh calon legislatif berupa pesan politik. Pesan politik yang disampaikan dapat berupa ajakan untuk memilih, informasi seputar pemilu, kegiatan yang dilakukan oleh calon legislatif. Hasil penelitian yang penulis lakukan dapat diketahui bahwa narasumber penelitian diketahui melakukan update informasi seputar kegiatan yang dilakukan selama masa kampanye. Hanya saja informasi

yang diberikan masih kurang karena dalam foto yang diunggah tidak disertakan dengan keterangan yang informatif hanya berupa uraian singkat kegiatan dan hastag. Menurut penulis tentu saja informasi ini dirasa kurang membantu bagi follower untuk mengetahui secara jelas kegiatan yang dilakukan oleh calon legislatif. Hanya saja memang dari gambar yang diupload sudah cukup mewakili kegiatan yang dilakukan akan tetapi kurang informatif.

Penggunaan media sosial oleh calon legislatif kiranya perlu dilakukan pengawasan dan evaluasi terhadap apa yang telah diunggah di media sosial. Pengawasan bertujuan untuk melakukan monitoring apakah kegiatan pemanfaatan media sosial sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Hal ini dikarenakan setiap akun yang dipergunakan untuk kampanye diawasi oleh Bawaslu, walaupun memang tidak semua akun didaftarkan karena banyak calon legislatif yang menggunakan akun media sosial pribadinya. Hal inilah yang menjadi kelemahan sehingga pengawasan kurang maksimal.

Dari hasil penelitian yang telah penulis lakukan terhadap narasumber penelitian yang merupakan calon legislatif diperoleh hasil bahwa narasumber berupaya untuk meningkatkan interaksi dengan pengikutnya di akun instagram. Hal tersebut dilakukan dengan melakukan upload kegiatan, membalas pesan dan komentar yang masuk ke akun media sosialnya. Sebisanya terdapat interaksi yang aktif antara calon legislatif dengan pengikutnya walaupun hasil dirasa kurang maksimal.

Dari uraian hasil penelitian penulis dapat memberikan pendapat bahwa penggunaan media sosial oleh calon legislatif yang tidak dikelola oleh admin khusus maka calon legislatif harus mampu untuk membagi waktu dengan kegiatan kampanye konvensional yang membutuhkan banyak tenaga dan waktu. Pada penelitian ini dimana penulis mendapatkan narasumber calon legislatif yang mengelola akun instagram pribadinya untuk kampanye politik pengelolaannya dirasa kurang maksimal. Hal ini dikarenakan kurang kontinyu dalam update pesan/informasi politik.

Dapat penulis analisis bahwa penggunaan media sosial sebagai media kampanye politik pada dasarnya memiliki keunggulan. Keunggulan tersebut adalah dari karakteristik yang dimiliki oleh media sosial, dimana informasi dapat cepat menyebar, mudah akses, biaya murah dan lebih efektif karena tidak perlu adanya tatap muka dengan follower. Informasi yang diunggahpun dapat tersimpan dalam halaman akun media sosial. Hanya saja dari penelitian yang penulis lakukan, akun media instagram yang digunakan untuk sarana kampanye politik kurang dimaksimalkan sehingga hasil yang diharapkan tidak sesuai dengan tujuan. Berbagai hambatan menjadi alasannya, diantaranya adalah tidak diberlakukannya admin khusus yang menangani konten dari media sosial yang dimiliki oleh calon, waktu calon legislatif terbatas untuk upload konten kampanye dikarenakan sibuk kampanye turun ke lapangan, konten yang diunggah pun salah-olah seadanya tidak dipersiapkan secara khusus sehingga kurang informatif kepada followernya.

Hasil penelitian yang penulis lakukan ini mendukung penelitian sebelumnya yang pernah dilakukan sebelumnya. Penelitian yang sudah pernah dilakukan sebelumnya yaitu yang diteliti oleh Fariha (2017) yang berjudul “Strategi Kampanye Melalui Media Sosial di Instagram (Studi Kasus Strategi Pemenangan Anies-Sandi pada Pilkada DKI Tahun 2017). Hasil penelitian diperoleh hasil bahwa media sosial merupakan salah satu media yang dapat digunakan sebagai media kampanye namun kampanye melalui media sosial bukanlah sebagai faktor penentu kemenangan. Media sosial khususnya instagram hanya berfungsi untuk menginformasikan berbagai macam kampanye yang dilakukan oleh pasangan calon, dan memperkenalkan paslon kepada netizen agar mendapatkan informasi yang cukup mengenai paslon. Hal ini sesuai dengan penelitian yang penulis lakukan, bahwa penggunaan media sosial oleh calon legislatif dapat membantu untuk menyampaikan informasi profil calon, informasi pesan politik. Dampaknya masyarakat, follower dapat menjadi mengenal

program, profil calon legislatif, akan tetapi tidak secara langsung dapat memberikan pengaruh bagi masyarakat/follower untuk memilih yang bersangkutan. Oleh karena itu media kampanye dengan media sosial bersifat sebagai pendukung disamping kampanye secara konvensional dimana calon harus dekat langsung dengan pemilihnya.

B. Pengawasan Aktifitas Kampanye Melalui Media Sosial

Hasil penelitian yang telah penulis lakukan dapat diketahui bahwa dalam melaksanakan aktifitas kampanye politik melalui media sosial dilakukan pengawasan oleh pihak yang berwenang yaitu Bawaslu. Dari hasil wawancara dengan narasumber diperoleh informasi bahwa Bawaslu Kota Yogyakarta melakukan pengawasan terhadap akun media sosial resmi yang didaftarkan oleh calon legislatif, partai politik sebagai media kampanyenya. Akun media sosial ini didaftarkan dan kemudian diawasi oleh Bawaslu.

Aturan mengenai hal-hal yang tidak diperolehkan diinformasikan melalui media sosial

sudah diatur dalam ketentuan peraturan yang berlaku dan sudah disosialisasikan kepada calon legislatif dan partai politik. Hanya saja di masyarakat pada saat pemilihan umum legislatif tahun 2019 khususnya di wilayah Kota Yogyakarta tidak semua partai politik dan calon legislatif mendaftarkan akun media sosial yang digunakan untuk kampanye. Padahal dari hasil peneluran yang penulis lakukan akun media sosial untuk kampanye calon legislatif banyak digunakan.

Dari hasil pengawasan yang dilakukan oleh Bawaslu diperoleh informasi bahwa belum ada pelanggaran yang dilakukan oleh calon legislatif yang akun media sosialnya diawasi oleh Bawaslu. Hal ini mengindikasikan bahwa calon legislatif tertib dalam penggunaan media sosial untuk digunakan sebagai media kampanye. Hal ini juga didukung dengan hasil wawancara penulis dengan masyarakat dimana diperoleh hasil bahwa masyarakat yang menggunakan media sosial belum menemukan informasi yang tidak benar, yang meresahkan masyarakat di akun media sosial milik calon legislatif yang pernah dibaca sebelumnya pada saat kampanye pemilihan umum tahun 2019 yang lalu. Hal ini mengindikasikan bahwa

masyarakat juga ikut serta secara aktif melakukan pengawasan terhadap informasi kampanye politik yang disebarluaskan melalui akun media sosial.

Penulis dapat memberikan pendapat bahwa pengawasan menjadi hal penting untuk dilakukan. Pengawasan berfungsi sebagai kontrol sosial, sehingga informasi yang diunggah, disebarluaskan adalah informasi yang benar. Masyarakat pada saat ini sudah pintar untuk memilah informasi yang diperoleh melalui media sosial sehingga dan bijak dalam penggunaannya karena sudah ada aturan yang mengatur terkait dengan penggunaan media sosial. Pada saat pelaksanaan pemilu tahun 2019 yang lalu pun penulis melihat di media sosial banyak yang berusaha untuk menyebarkan, membuat konten di akun media sosial yang dapat memecah belah persatuan dan kesatuan bangsa demi naiknya popularitas calon ataupun partai politik yang diduga dilakukan oleh oknum tidak bertanggungjawab. Akan tetapi hal tersebut pada akhirnya sudah ditangani oleh pihak yang berwajib. Hal ini juga menjadi pembelajaran bagi masyarakat bahwa penggunaan media sosial disamping memiliki manfaat juga ada hal

yang dapat mendatangkan hal negatif. Informasi yang positif dapat dimanfaatkan menambah pengetahuan.

Pada penelitian ini dari hasil penelitian yang telah dilakukan, penulis dapat melakukan analisis SWOT. Analisis SWOT adalah analisis kondisi internal maupun eksternal. Analisis internal meliputi penilaian terhadap faktor kekuatan (*Strength*) dan kelemahan (*Weakness*). Sementara, analisis eksternal mencakup faktor peluang (*Opportunity*) dan tantangan (*Threat*). Menurut Jogiyanto (2005:46), analisis SWOT adalah akronim untuk “*Strengths*” kekuatan, “*Weakness*” kelemahan, “*Oportunities*” peluang dan “*Threats*” ancaman biasa digunakan untuk mengevaluasi kesempatan dan tantangan di lingkungan internal . Berikut ini adalah analisis yang telah penulis lakukan terkait dengan SWOT pemanfaatan media sosial sebagai media kampanye oleh calon anggota legislatif di Kota Yogyakarta pada pemilu tahun 2019:

Tabel 4.1 SWOT Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Kampanye oleh Calon Anggota Legislatif di Kota Yogyakarta pada Pemilu Tahun 2019

<i>Strength</i>	Media sosial memiliki karakteristik sebagai media yang dapat menyampaikan informasi dengan cepat, akses mudah dan efisien. Calon legislatif juga dapat mengelola sendiri akun media sosial yang dimiliki.
<i>Weakness</i>	Kelemahan yang dimiliki dalam penggunaan media sosial sebagai media kampanye adalah waktu yang dimiliki oleh calon yang terbatas sehingga informasi yang diunggah sedikit, informasi kurang informatif, interaksi pasif
<i>Opportunity</i>	Calon legislatif berpeluang untuk menggunakan admin khusus yang mengelola akun media sosial secara lebih terencana seperti persiapan konten informasi kampanye
<i>Threat</i>	Ancaman yang dimiliki adalah pada saat ini untuk aktifitas kampanye calon legislatif tetap harus melakukan kampanye secara langsung dengan masyarakat dengan tujuan masyarakat mengenal langsung dan dekat dengan masyarakat. Oleh karena itu bisa jadi media sosial tidak digunakan untuk kampanye karena sifatnya sebagai media pendukung bukan utama untuk keperluan kampanye politik.

Sumber: Hasil Penelitian, 2019

Dari uraian analisis SWOT tersebut di atas penulis dapat memberikan analisis bahwa untuk keunggulan yang ada terkait dengan pemanfaatan media sosial adalah media sosial memiliki karakteristik yang tidak dimiliki oleh media konvensional lainnya

seperti media cetak, brosur. Karakteristik tersebut dapat dilihat dari kecepatan, jangkauan, konten yang dapat disebarluaskan, media sosial memiliki kelebihan akan hal tersebut. Kelemahan yang ada adalah dalam memanfaatkan media sosial dibutuhkan waktu yang cukup untuk pengelolaan akun sehingga bagi calon legislatif yang mengelola sendiri harus dapat membagi waktu sehingga akun yang dimiliki dapat terjadi interaksi yang aktif. Peluang yang dimiliki adalah dalam pemanfaatan media sosial dimungkinkan bagi calon legislatif untuk menggunakan admin khusus untuk pengelolaan konten kampanyenya. Tantangan yang dimiliki dalam pemanfaatan media sosial dalam kampanye politik adalah pada saat ini calon legislatif menganggap bahwa media sosial adalah sebagai media kampanye pendukung bukan menjadi media utama untuk berkampanye kepada masyarakat yang menjadi target pemilih.