

Media Sosial Dalam Kampanye Pilkades Serentak Tahun 2021 (Strategi Komunikasi Pada Desa Aeng Batu Batu Kecamatan Galesong Utara Kabupaten Takalar)

Siti Apriani¹⁾, Syukri²⁾, Dian Muhtadiyah Hamna³⁾

^{1,2,3}Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Makassar

*E-mail: sitiapriani0101@gmail.com

Abstract

This research aims to determine communication strategies on social media in the 2021 simultaneous village head election campaign in Aeng Batu-Batu Village, North Galesong District, Takalar Regency. This research is qualitative research using observation and interview data collection methods. The research results in this research show that campaigns are communication activities aimed at influencing other people so that they have insight, attitudes and behavior in accordance with the wishes or wishes of the disseminator or provider of information. Social media in the simultaneous village head elections plays a very important role in terms of political campaigns because in these elections, which are limited by the Covid-19 pandemic, social media plays a very important role in terms of political campaigns. Digital democracy guarantees freedom of speech, so that internet or information technology users can express their opinions without significant control. Each citizen can conclude or convey his ideas. Political campaigns aim to attract a sympathetic audience in order to increase political participation before the general election. The victory or defeat of a village head candidate is largely determined by the communication strategy in the political campaign being carried out.

Keywords: *Social Media, Campaigns, Village Elections*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi di media sosial dalam kampanye pemilihan kepala desa serentak tahun 2021 di Desa Aeng Batu- Batu Kecamatan Galesong Utara Kabupaten Takalar. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan metode pengumpulan data observasi dan wawancara. Adapun hasil penelitian dalam penelitian ini menunjukkan bahwa, kampanye sebagai aktivitas komunikasi yang ditujukan untuk mempengaruhi orang lain agar ia memiliki wawasan, sikap, dan perilaku sesuai dengan kehendak atau keinginan penyebar atau pemberi informasi. Media sosial dalam pemilihan kepala desa serentak sangat berperan dari segi kampanye politik dikarenakan pada pemilihan tersebut yang dibatasi pandemi covid-19 membuat media sosial sangat berperan dari segi kampanye politik. Dengan demokrasi digital menjamin adanya kebebasan berbicara, sehingga pengguna internet atau teknologi informasi dapat mengekspresikan pendapat dirinya tanpa kontrol yang signifikan. Setiap warga bisa menyimpulkan atau menyampaikan gagasan-gagasannya. Kampanye politik bertujuan menarik simpatik khalayak dalam rangka meningkatkan partisipasi politik saat menjelang pemilihan umum. Menang atau kalahnya seorang calon kepala desa sangat ditentukan oleh strategi komunikasi dalam kampanye politik yang dilakukan.

Kata kunci: *Media Sosial, Kampanye, Pilkades*

1. Pendahuluan

Pemilihan kepala desa serentak tahun 2021 yang dilaksanakan di Desa Aeng Batu-Batu Kecamatan Galesong Utara Kabupaten Takalar pada tanggal 17 November menjadikan media sosial diminati oleh semua golongan masyarakat di Desa Aeng Batu-Batu. Hal ini dikarenakan masyarakat tidak ingin ketinggalan untuk memberikan dukungannya melalui kolom komentar.

Kampanye media sosial pada saat pemilihan kepala desa pada tahun 2021 di Desa Aeng Batu-Batu Kecamatan Galesong Utara Kabupaten Takalar sebenarnya dari masing-masing calon kandidat sudah terlaksana dengan baik, tapi tidak dengan akun-akun pendukung fanatik dari calon kandidat masing-masing yang terlihat lebih mengarah ke saling menjatuhkan dan menyebarkan ujaran kebencian kepada kandidat tim lawannya. Hal inilah yang membuat strategi komunikasi dalam kampanye sangat diperlukan untuk menentukan khalayak. Pada pemilihan kepala desa serentak di Desa Aeng Batu-Batu terdapat beberapa media yang berpengaruh dalam pemilihan kepala desa diantaranya media sosial Facebook dan Youtube.

Strategi komunikasi politik pada dasarnya merupakan langkah-langkah dalam melakukan komunikasi politik berkaitan dengan pembuatan, penyebaran, penerimaan, dan dampak-dampak informasi berkontent politik, baik melalui interaksi antar manusia maupun media massa (Syiam, 2023). Adapun strategi komunikasi setiap calon kepala desa dimedia sosial pada saat pemilihan kepala desa serentak yaitu mengunggah sebuah poster atau baliho dan video singkat melalui media sosial facebook dan youtube masing-masing menuliskan sebuah *caption* yang didalamnya berisi doa dan dukungan serta memberikan sebuah nasehat kepada masyarakat agar kiranya dalam pemilihan

ini dapat berjalan dengan baik tanpa saling menjatuhkan lawan satu sama lain (Heryanto, 2018).

Kampanye politik sudah dikenal sejak era pemilu pertama Indonesia tahun 1955, kemudian berlanjut pada pemilu era Orde Baru, hingga saat ini. Pengerahan atau mobilisasi massa secara ribuan orang secara nyata (*tangible*) menjadi identitas kampanye politik konvensional. Namun, pemilu sekarang ini seakan menjadi tonggak mulai berubahnya pola kampanye yang demikian (Harahap, 2020). Kampanye politik tidak lagi soal rapat akrab atau konvoi-konvoi kendaraan di jalan raya secara nyata, tetapi mulai dilakukan melalui cara-cara yang berbeda, bahkan tidak secara nyata (*intangibile*).

Kampanye di era teknologi informasi dan komunikasi juga dilakukan melalui *internet*. Sebuah blog atau situs, atau bahkan hanya sebuah akun *twitter* atau *facebook*, dapat dipergunakan untuk merekayasa suatu citra kelompok kepentingan politik tertentu (Mustika, 2019). Hal ini kemudian berkembang dan dipergunakan untuk pengenalan sebuah gagasan atau ide politik tertentu kepada khalayak atau suatu kelompok tertentu yang diharapkan mendapatkan *feedback*, timbal balik, atau tanggapan. Kampanye melalui media daring saat ini merupakan bentuk kampanye yang paling banyak dikerjakan oleh hampir semua kelompok pemangku kepentingan politik. Format pengemasan (Indrawan, 2019).

informasinya pun beragam dan berlapis-lapis, dari penggunaan situs, blog, koran dan majalah daring, serta dilengkapi juga dengan pembuatan akun media sosial (Dulah, 2014).

Media sosial dijadikan sebagai wadah untuk saling bertukar pendapat. Diberbagai platform tidak jarang untuk dijadikan sebagai forum diskusi. Namun karena terlalu bebas untuk siapa saja mengakses media sosial tersebut, sering sekali dijadikan wadah saling menyerang

antar golongan. Di Indonesia sendiri sudah terdapat undang-undang yang mengatur informasi elektronik dan transaksi elektronik. Artinya, pengguna internet termasuk media sosial harus lebih berhati-hati dalam berselancar, perlu ditekankan kembali bahwasanya dalam bermedia sosial juga tidak boleh lepas dari kode etik media sosial (Purwanto, 2021).

Komunikasi dalam kampanye merupakan sebuah perangkat untuk menyampaikan pesan-pesan kampanye pada masyarakat sekaligus untuk mempengaruhi dan mempersuasi khalayak luas. Kegiatan kampanye secara umum, merupakan kegiatan persuasif yang bertujuan untuk mempengaruhi pola pikir, mendorong masyarakat untuk menerima dan melakukan sesuatu atas dasar sukarela dan tanpa paksaan.

Pencoblosan pada Pemilihan Kepala Desa (Pilkades) serentak tahun 2021 yang dilaksanakan di 51 Desa yang terdapat di Kabupaten Takalar telah usai dan berjalan aman, lancar dan sesuai tahapan serta tetap mengedepankan protokol kesehatan. Kondisi ini bisa dilaksanakan berkat dukungan dan *support* dari seluruh elemen yang terlibat dalam proses awal yang dimulai dari penjaringan calon hingga pelaksanaan pencoblosan.

Kepala bidang pemerintahan desa dinas sosial pemberdayaan masyarakat desa, menuturkan pilkades yang sempat ditunda beberapa tahun terakhir akan dilaksanakan tahun 2021. Masa jabatan kepala desa khususnya didesa Aeng Batu Batu adalah 5 tahun ditambah pelaksana tugas 2 tahun dan sesudahnya dapat dipilih kembali untuk 2 kali masa jabatan berikutnya. Kepala desa dan perangkat desa biasanya dari penduduk setempat atau bertempat tinggal di wilayah tersebut (Larunga et al., 2022).

Desa Aeng Batu-Batu merupakan Desa yang terletak di Kecamatan Galesong Utara Kabupaten Takalar yang pada tahun

2021 merupakan desa yang mengikuti pemilihan kepala desa serentak. Pemerintah kabupaten Takalar melalui dinas sosial pemberdayaan masyarakat desa (Pemdes) akan menggelar pemilihan kepala desa (Pilkades) serentak di 51 Desa yang tersebar di 9 kecamatan diantaranya Galesong Utara 7 desa, Galesong 10 desa, Galesong Selatan 9 desa, Sanrobone 4 desa, Manggarabombang 9 desa, Mappakasunggu 2 desa, Tanakeke 3 desa, Polongbangkeng Utara 5 desa, dan Polongbangkeng selatan 2 desa.

Pemilihan kepala desa yang dilaksanakan di Desa Aeng Batu-Batu Kecamatan Galesong Utara Kabupaten Takalar pada tanggal 17 November 2021 merupakan pemilihan yang berbeda dari tahun sebelumnya dikarenakan kampanye politik yang dibatasi oleh pandemi covid membuat perbedaan dari kampanye politik tahun sebelumnya. Beberapa tahun yang lalu kampanye *offline* lebih berpengaruh dibandingkan kampanye di media sosial hal ini dikarenakan masyarakat awam belum mengenal baik media sosial. Namun seiring dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi mediasosial seperti Facebook, Whatsapp dan Youtube kini dikenal oleh masyarakat luas terkhusus pada usia remaja hingga usia dewasa (Zurani et al., 2022). Sehingga kampanye di media sosial menjadi kampanye utama dalam pemilihan kepala desa serentak oleh para calon kandidat kepala Desa Aeng Batu-Batu.

Adapun tujuan penelitian ini untuk mengetahui strategi komunikasi pada media sosial dalam kampanye pemilihan kepala desa serentak tahun 2021 di Desa Aeng Batu-Batu Kecamatan Galesong Utara Kabupaten Takalar. State of the art penelitian ini menampilkan kebaruan dari berbagai aspek yang diangkat dari penelitian sebelumnya. Penelitian terdahulu seperti yang dilakukan oleh Sartika Sari (2021) dengan judul "Efektivitas Kampanye Politik di Media Sosial pada Pemilihan Kepala Daerah Tahun 2018

di Kecamatan Sajoanging Kabupaten Wajo," (Sartikasari et al., 2021) menekankan pada pengukuran efektivitas kampanye di media sosial Facebook, yang hasilnya menunjukkan bahwa pelaksanaan kampanye tersebut belum maksimal. Sementara itu, Nur Alfiyani (2018) dalam jurnalnya yang berjudul "Media Sosial sebagai Strategi Komunikasi Politik," membahas strategi komunikasi politik yang direncanakan dengan matang oleh Mudzakkir Ali Djamil, menggunakan berbagai media kampanye dan pendekatan personal untuk mengatasi hambatan komunikasi. Penelitian lain oleh Rosnaeni (2019) berjudul "Pemasaran Politik Melalui Media Sosial (Studi: Perilaku Pemilih Pemula terhadap Pemasaran Politik Calon Gubernur Sulawesi Selatan Tahun 2018)" (Kuada & Tulung, 2023), menemukan bahwa remaja cenderung menggunakan Facebook dalam merespons pemasaran politik, karena aplikasi tersebut lebih familiar dan mudah diakses.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan kurang lebih selama 2 (dua) bulan mulai 14 Juni sampai 14 Agustus 2022. Adapun lokasi penelitian yaitu dilaksanakan di Desa Aeng Batu-Batu Kecamatan Galesong Utara Kabupaten Takalar. Jenis penelitian yang digunakan metode kualitatif pendekatan deskriptif analisis, adapun sumber data yaitu data primer dan data sekunder. Informan penelitian merupakan orang atau pihak yang berkaitan dengan penelitian yang dapat memberikan informasi mengenai berbagai kondisi yang ada dilokasi penelitian sehingga dapat memberikan data yang akurat kepada peneliti. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu observasi dan wawancara, teknik analisis data yang digunakan yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Teknik pengabsahan data yaitu teknik triangulasi.

3. Hasil dan Pembahasan

Dalam penelitian ini terdapat tiga informan yang nantinya akan memberikan informasi terkait pemilihan kepala desa serentak yang dilaksanakan di Desa Aeng Batu-Batu Kecamatan Galesong Utara Kabupaten Takalar. Adapun informan dalam penelitian ini diantaranya calon kepala desa terpilih, tim sukses dan masyarakat Desa Aeng Batu-Batu. Berikut nama beserta identitas informan pada penelitian ini.

No	Nama Informan	Identitas Informan
1	Syarifa Ratu Yuliani, S.Pd.Dg. Sali	Calon kepala desa terpilih Desa Aeng Batu - Batu Kecamatan Galesong Utara Kabupaten Takalar.
2	Irawan Septian, SE.	Tim sukses nomor urut 3 pada pemilihan kepala desa serentak tahun 2021 di desa Aeng Batu - Batu Kecamatan Galesong Utara Kabupaten Takalar dan merupakan ketua karang taruna Desa Aeng Batu - Batu
3	Nuryanti Tahir, S.Kep., Ns., M.Kes.	Masyarakat desa Aeng Batu - Batu Kecamatan Galesong Utara Kabupaten Takalar dan merupakan Dosen Ilmu Keperawatan Universitas Patria Artha.

a. Menentukan Khalayak

Kampanye politik secara langsung lebih diutamakan di Desa Aeng Batu-Batu karena tidak semua masyarakat, terutama lansia, menggunakan media sosial. Namun, pandemi COVID-19 memaksa perubahan dari kampanye offline ke kampanye online. Wawancara dengan calon kepala desa terpilih menegaskan bahwa meskipun kampanye secara langsung dianggap lebih efektif dalam membangun ikatan dengan masyarakat, kampanye online tetap berjalan dengan baik dan mendapat respons positif dari masyarakat melalui media sosial seperti status dan komentar.

b. Pemilihan Media Sosial

Facebook dan YouTube merupakan dua media sosial yang paling berpengaruh dalam kampanye Pilkades 2021. Facebook lebih dominan karena digunakan oleh berbagai kalangan,

sedangkan YouTube berfungsi sebagai media promosi yang menarik kaum milenial. Kesimpulannya, meskipun kedua media memiliki peran penting, Facebook lebih berpengaruh dalam mendukung kemenangan kandidat karena fitur-fiturnya yang komprehensif dan mampu menciptakan komunikasi lebih intens.

c. **Pengkajian Tujuan Pesan Komunikasi**

Pesan kampanye politik di media sosial bertujuan untuk menyampaikan informasi politik, membentuk citra politik, dan meningkatkan partisipasi politik. Media sosial memberi kebebasan kepada pengguna untuk mengekspresikan pendapat mereka, namun seringkali menyebabkan perselisihan antar pendukung. Wawancara dengan tim sukses dan masyarakat menunjukkan bahwa pengguna media sosial di desa ini cenderung agresif dalam mendukung calon mereka, menunjukkan bahwa pendidikan dan pemahaman tentang etika media sosial masih perlu ditingkatkan.

d. **Peranan Komunikator dalam Komunikasi**

Media sosial berperan penting dalam kampanye Pilkades serentak karena pembatasan akibat COVID-19. Aktivitas politik yang biasanya dilakukan secara langsung terpaksa beralih ke media sosial, yang membantu menyebarkan informasi, mengorganisir tim sukses, dan mempromosikan kandidat. Wawancara dengan calon kepala desa dan tim sukses menegaskan bahwa media sosial sangat efektif dalam mendukung kampanye, memudahkan koordinasi, dan mencapai khalayak yang lebih luas.

Untuk mencapai efektivitas komunikasi, terutama dalam konteks kampanye politik, diperlukan strategi komunikasi yang terstruktur. Arifin (1994) menjelaskan bahwa langkah-langkah penting yang harus diambil oleh komunikator meliputi:

a) **Menentukan Khalayak**, komunikator harus memahami dengan baik pola pikir,

pengalaman, pengetahuan, serta norma-norma sosial dari khalayak. Ini memastikan pesan dapat disesuaikan dan diterima dengan baik.

b) **Pemilihan Media Komunikasi**, pemilihan media yang tepat sangat penting untuk menyampaikan pesan secara efektif. Media massa, seperti media sosial, memungkinkan pesan disampaikan secara luas dan cepat, meski bersifat satu arah.

c) **Pengkajian Tujuan Pesan**, tujuan komunikasi harus jelas, seperti memberikan informasi, membantu, menyelesaikan masalah, atau mengevaluasi perilaku. Tujuan ini akan menentukan strategi yang digunakan dalam menyusun dan menyampaikan pesan.

d) **Peranan Komunikator**, komunikator harus mampu merancang pesan yang menarik, relevan, dan mudah dimengerti oleh khalayak. Pesan yang efektif dapat membangkitkan kebutuhan khalayak dan memberikan solusi yang sesuai.

Dalam konteks kampanye politik selama pandemi COVID-19, media sosial menjadi alat utama untuk komunikasi politik. Kandidat dapat memanfaatkan platform seperti Facebook dan YouTube untuk mempromosikan program dan prestasi mereka. Ini memungkinkan pemilih mengumpulkan informasi dan menentukan pilihan politik mereka secara lebih efektif, sehingga meningkatkan elektabilitas kandidat.

4. **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bagian sebelumnya, maka peneliti dapat menarik kesimpulan mengenai media sosial dalam kampanye pilkades serentak tahun 2021 studi pada desa Aeng Batu- Batu Kecamatan Galesong Utara Kabupaten Takalar. Adapun kesimpulannya yaitu sebagai berikut. Strategi komunikasi dalam politik merupakan salah satu kunci keberhasilan dalam mengumpulkan suara. Seiring berjalannya waktu dan perkembangan teknologi komunikasi yang juga begitu

pesat, munculnya media-media baru atau yang dikenal dengan media sosial menyebabkan terjadinya pergeseran dalam kampanye. Banyak yang menggunakan media sosial pada saat kampanye untuk menarik massa sebanyak-banyaknya dan untuk dipilih oleh masyarakat.

5. Ucapan Terima Kasih

Kami memberikan apresiasi setinggi-tingginya bagi semua pihak yang telah membantu dalam proses jurnal ini.

Daftar Pustaka

- Harahap, I. H. (2020). Kampanye Pilpres 2019 melalui media sosial dan pengaruhnya terhadap demokrasi Indonesia. *KOMUNIKOLOGI: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 17(01).
- Heryanto, G. G. (2018). *Media Komunikasi Politik*. IRCiSoD.
- Indrawan, J. (2019). Cyberpolitics Sebagai Perspektif Baru Memahami Politik di Era Siber [Cyberpolitics as A New Perspective in Understanding Politics in The Cyber Era]. *Jurnal Politika Dinamika Masalah Politik Dalam Negeri Dan Hubungan Internasional*, 10(1), 1-16.
- Kuada, C. M., & Tulung, T. (2023). Peran media sosial sebagai sarana marketing politik partai solidaritas indonesia (psi) Provinsi Sulawesi Utara. *Sam Ratulangi Politics Review (SRPolRev)*, 1(1).
- Larunga, H. L., Labatjo, R., & Mustikowati, E. (2022). SYARAT DOMISILI PADA PENCALONAN KEPALA DESA DAN PENGANGKATAN PERANGKAT DESA SETELAH PUTUSAN MAHKAMAH KONSTITUSI NOMOR 128/PUU-XIII/2015. *Jurnal Yustisiabel*, 6(1), 38-54.
- Mustika, R. (2019). Pergeseran Peran Buzzer Ke Dunia Politik Di Media Sosial. *Diakon: Jurnal Media Dan Komunikasi*, 2(2), 144-151.
- Purwanto, H. (2021). *Media Sosial Bebas Awas Kebablas: Kumpulan Opini*. Harry Purwanto.
- Sartikasari, S., Hardi, R., & Hartaman, N. (2021). Efektivitas Kampanye Politik Di Media Sosial Pada Pemilihan Kepala Daerah Tahun 2018 Di Kecamatan Sajoanging Kabupaten Wajo. *Kybernology: Journal of Government Studies*, 1(1), 16-33.
- Syiam, D. A. (2023). *Lobi dan Negosiasi dalam Proses Komunikasi Politik*.
- Zurani, I., Musfar, T. F., & Habibie, D. K. (2022). Peningkatan Kapasitas Kewirausahaan Di Bidang Digital Marketing. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 3(5), 3118-3132.