

## EFEKTIVITAS KAMPANYE POLITIK DI MEDIA SOSIAL PADA PEMILIHAN KEPALA DAERAH TAHUN 2018 DI KECAMATAN SAJOANGING KABUPATEN WAJO

Sartikasari<sup>1\*</sup>, Rudi Hardi<sup>2</sup>, Nursaleh Hartaman<sup>3</sup>

Program Studi Ilmu pemerintahan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik<sup>123</sup>

Universitas Muhammadiyah Makassar

\*E-mail: [sartikasari772@gmail.com](mailto:sartikasari772@gmail.com)

### ABSTRACT

*This study aims to find out the Effectiveness of Political Campaigns On Social Media In the 2018 Regional Head Elections In Sajoanging Subdistrict, Wajo Regency. Using qualitative method with phenomenological type. Data sources, namely primary and secondary, the number of informants 7 (seven) people. Data collection using observation, interview and documentation. Data analysis includes data reduction, data presentation, and conclusion drawing. The results showed that the Effectiveness of Political Campaigns On Social Media In the 2018 Regional Head Elections In Wajo District at 1.) Aspects of duties and functions are: KPU directs candidates for vice regent candidates to include social media accounts during file registration. 2.) Aspects of the Plan or program are: KPU will still allow campaigning on social media in the future. 3.) Aspects of the provisions and regulations are: Candidates for regents and vice regents collect their social media accounts then if there is a violation of the political campaign on social media, Bawaslu will immediately follow up and then handed over to the police. 4.) Aspects of ideal objectives and conditions are: bawaslu will form a cyber team to deal with political campaign violations on social media*

**Keywords:** *Effectiveness, Political Campaigns, Social Media*

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Efektivitas Kampanye Politik Di Media Sosial Pada Pemilihan Kepala Daerah Tahun 2018 Di Kecamatan Sajoanging Kabupaten Wajo. Menggunakan metode kualitatif dengan tipe fenomenologi. Sumber data, yaitu primer dan sekunder, jumlah informan 7 (tujuh) orang. Pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara serta dokumentasi. Analisis data meliputi Reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Efektivitas Kampanye Politik Di Media Sosial Pada Pemilihan Kepala Daerah Tahun 2018 Di Kabupaten Wajo pada 1.) Aspek tugas dan fungsi yaitu : KPU mengarahkan kandidat calon bupati wakil bupati untuk menyertakan akun media sosial saat pendaftaran berkas. 2.) Aspek Rencana atau program yaitu : KPU akan tetap memperbolehkan berkampanye di media sosial kedepannya. 3.) Aspek ketentuan dan peraturan yaitu : Kandidat calon bupati dan wakil bupati mengumpulkan akun media sosialnya kemudian

jika terjadi pelanggaran pada kampanye politik di media sosial, bawaslu akan segera menindaklanjuti kemudian diserahkan ke kepolisian. 4.) Aspek tujuan dan kondisi ideal yaitu : bawaslu akan membentuk tim siber untuk menangani pelanggaran kampanye politik di media sosial

**Kata Kunci:** Efektivitas, Kampanye Politik, Media Sosial

## PENDAHULUAN

Kata Efektif berasal dari bahasa Inggris, yaitu *effective* yang berarti berhasil atau sesuatu yang dilakukan berhasil dengan baik. Paramitha (2015) mengungkapkan bahwa “Efektivitas adalah salah satu ukuran yang menyatakan seberapa jauh target telah tercapai, makin besar persentase yang di capai, makin tinggi efektivitasnya”. Robbin dalam (Abdillah et al., 2020; Indrawati et al., 2017) Efektivitas sebagai tingkat pencapaian organisasi dalam jangka panjang. Efektivitas dapat di definisikan sebagai tingkat ketepatan dalam memilih atau menggunakan suatu metode untuk melakukan sesuatu . (efektif :*do right things*).

Kampanye adalah aktivitas komunikasi yang ditujukan untuk mempengaruhi orang lain agar ia memiliki wawasan, sikap, dan perilaku sesuai dengan kehendak atau keinginan penyebar atau pemberi informasi (Nur, 2019). Dalam pasal 1 angka 35 Undang-undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2017 Tentang Pemilihan Umum, Kampanye Pemilu adalah kegiatan peserta pemilu atau pihak yang di tunjuk oleh peserta pemilu untuk meyakinkan Pemilihan dengan menawarkan visi, misi, program, dan/atau citra diri peserta Pemilu, dalam Undang-undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2017 Tentang Pemilihan Umum Pasal 267 (1) dikatakan bahwa Kampanye Pemilu merupakan bagian dari pendidikan politik masyarakat dan dilaksanakan secara bertanggung jawab. Jadi berdasarkan pada definisi diatas Kampanye adalah sebuah *purpose to something*.

Kampanye politik menurut Arnold Steinberg adalah cara yang digunakan para warga negara dalam demokrasi untuk menentukan siapa yang akan memerintah mereka. Politik adalah “Praktik atau pekerjaan menjalankan urusan politik”, yaitu “melaksanakan atau mencari kekuasaan dalam urusan pemerintahan”. Kampanye politik adalah suatu usaha yang terkelola, terorganisir

untuk mengikhtiarkan orang dicalonkan, dipilih, atau dipilih kembali dalam suatu jabatan resmi (HR & Harakan, 2017; Nasution, 2016).

Menurut Prisgunanto (2014) dalam komunikasi politik yang menjadi isu penting adalah imej yang ada pada sosok politik tersebut. Tiap anggota partai politik biasanya dipromosikan seara intens dan habis-habisan (Hartaman et al., 2020). Menurut Mayfield dari *I crossing*, media social merupakan media dimana user dapat membuat konten dan aplikasi serta memungkinkan user tersebut untuk berinteraksi dan bertukar wawasan dengan user lain (Ardha, 2014).

Media sosial online, disebut jejaring sosial online bukan media massa online karena media sosial memiliki kekuatan sosial yang sangat mempengaruhi opini publik yang berkembang di masyarakat (Azmin, 2018). Penggalangan dukungan atau gerakan massa bisa terbentuk karena kekuatan media online karena apa yang ada di dalam media sosial, terbukti mampu membentuk opini, sikap dan perilaku publik atau masyarakat. Fenomena media sosial ini bisa dilihat dari kasus Prita Mulyasari versus Rumah Sakit Omni International. Inilah alasan mengapa media ini disebut media sosial bukan media massa (Watie, 2016).

Sebelum tahun 2005, Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah dipilih oleh Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD). Sejak berlakunya Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah, Kepala Daerah dipilih langsung oleh rakyat melalui Pemilihan Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah. Pilkada pertama kali dilaksanakan pada bulan Juni 2005 di Kabupaten Kutai Kartanegara, Kalimantan Timur. Sejak berlakunya Undang-undang Nomor 22 Tahun 2007 tentang penyelenggara pemilihan umum, Pilkada dimasukkan dalam rezim pemilu, sehingga secara resmi bernama Pemilihan Umum Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah atau disingkat Pemilukada. Pemilihan Kepala Daerah pertama yang diselenggarakan berdasarkan undang-undang ini adalah Pilkada DKI Jakarta 2007. Serangkaian Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 beserta perubahan-perubahannya tersebut menyebutkan adanya perubahan susunan dan kewenangan pemerintahan daerah. Susunan pemerintahan daerah menurut Undang-undang ini meliputi pemerintahan daerah provinsi, pemerintahan daerah kabupaten, dan DPRD.

Kabupaten Wajo merupakan salah satu daerah yang penduduknya gemar menggunakan media sosial di setiap harinya, hal ini pun dijadikan sebagai peluang besar bagi orang yang ingin masuk ke dalam dunia politik untuk mempengaruhi proses pengambilan keputusan para pemilih. Seperti pada tahun 2018 pada pemilihan Bupati dan Wakil Bupati, kampanye politik sangat gencar dilakukan oleh masing-masing pasangan calon tidak terkecuali di media sosial. Saat itu benar terjadi beberapa pelanggaran dalam berkampanye, seperti berkampanye di luar waktu yang di tentukan dan banyaknya akun-akun media sosial yang menyebarkan berita yang tidak pasti kebenarannya (hoax) hingga banyaknya ujaran kebencian yang terlontar dari masing-masing pendukung kedua pasangan calon Bupati dan Wakil Bupati tersebut

Adapun fokus dalam penelitian ini adalah Efektivitas Kampanye Politik Di Media Sosial Pada Pemilihan Kepala Daerah Tahun 2018 Di Kabupaten Wajo. Seperti yang di jelaskan bahwa Efektivitas adalah suatu keadaan yang mengandung pengertian mengenai terjadinya suatu efek atau akibat yang dikehendaki. Kalau seseorang melakukan perbuatan dengan maksud tertentu atau mempunyai maksud sebagaimana yang dikehendaki, maka orang tersebut dikatakan efektif. Dalam penelitian ini akan melihat hubungan antara efektivitas kampanye dan perilaku pemilih ditinjau dari teori Ramlan Surbakti tentang perilaku pemilih melalui 3 pendekatan yaitu pendekatan sosiologis, pendekatan psikologis dan pendekatan rasional.

Berdasarkan uraian Latar Belakang diatas penulis tertarik untuk menganalisis lebih dalam terkait Efektivitas Kampanye Politik Di Media Sosial Pada Pemilihan Kepala Daerah Tahun 2018 Di Kabupaten Wajo..

#### **METODE PENELITIAN**

Penelitian dilakukan di Kantor Komisi pemilihan Umum (KPU) Kabupaten Wajo. Tipe penelitian ini adalah kualitatif yang memberikan gambaran secara jelas mengenai bagaimana proses dan efektivitas kampanye politik di media sosial pada pemilihan Kepala Daerah tahun 2018 di Kabupaten Wajo. Informan yang diambil oleh peneliti sebanyak 7 informan pokok yaitu Kepalan Sub Bagian Teknis Pemilu dan Hupmas, Koordinator Divisi SDM dan

Organisasi, Tim Pemenangan Pammase, Tim Pemenangan Barakka dan masyarakat yang diwawancara dan dimintai informasi mengenai bagaimana proses dan efektivitas kampanye politik di media sosial pada pemilihan Kepala Daerah tahun 2018 di Kabupaten Wajo. Informan digunakan dengan purposive sampling yaitu memilih orang-orang yang dianggap paling mengetahui dan dapat memberikan informasi sesuai dengan tujuan penelitian agar mendapatkan data yang akurat. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian kualitatif yang memungkinkan diperoleh data detail dengan waktu yang relatif lama. Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data.

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Efektivitas artinya berhasil atau tepat guna. Efektivitas dapat di definisikan sebagai komunikasi yang prosesnya mencapai tujuan yang direncanakan sesuai dengan biaya yang dianggarkan, waktu yang ditetapkan dan jumlah personil yang ditentukan. Menurut pengertian diatas mengartikan bahwa indikator efektivitas dalam tercapainya sasaran atau tujuan yang telah ditentukan sebelumnya merupakan sebuah pengukuran dimana suatu target telah tercapai sesuai dengan apa yang telah direncanakan. Kampanye dikatakan berhasil dengan baik apabila memadukan cara-cara online dan offline. Media sosial dalam hal ini dapat diintegrasikan kedalam strategi perencanaan kampanye secara keseluruhan. Efektivitas media sosial tidak hanya karena jumlah penggunaanya yang massif. Karakteristik media sosial sendiri merupakan kekuatan. Media sosial adalah sarana untuk komunikasi dimana setiap individu saling mempengaruhi karena setiap orang memiliki pengaruh di sekelilingnya.

Penggunaan media sosial tidak sekedar sarana untuk mempererat tali silaturahmi namun sudah membahas pada isu-isu politik, kebijakan pemerintah, perilaku para tokoh publik. Media sosial telah menjadi bagian dalam setiap kehidupan masyarakat termasuk ranah politik yang bisa dimanfaatkan untuk sarana komunikasi, mempromosikan diri, sosialisasi, termasuk promosi partai politik untuk membangun citra partai. Pemanfaatan media sosial untuk berpolitik biasanya akan terlihat ketika akan diselenggarakannya pemilu untuk kampanye

politik. Berikut adalah foto pasangan calon kandidat dan beberapa postingan kampanye politik dari akun pendukungnya masing-masing :



Sumber : Media Sosial Facebook

Dilihat dari gambar diatas menunjukkan bahwa berkampanye di media sosial pada saat pemilihan kepala daerah di Kabupaten Wajo pada tahun 2018 lalu 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. Lantas bagaimanakah peran KPU dan Bawaslu dalam mengambil andil pada pemilihan kepala daerah tahun 2018 lalu, apakah sistem dan pelaksanaannya sudah berjalan dengan baik, berikut adalah hasil wawancara penulis dengan KPU, Baswalu dan pandangan masyarakat

sendiri terkait sistem dan pelaksanaannya dengan menggunakan teori Muasaroh (2010)

Pada penelitian ini Efektivitas kampanye politik di media sosial pada pemilihan Kepala Daerah tahun 2018 di Kabupaten Wajo dapat dilihat dari 4 aspek yaitu : (1) Aspek tugas dan fungsi, (2) Aspek rencana atau program, (3) Aspek ketentuan dan peraturan, (4) Aspek tujuan dan kondisi ideal. Adapun hasil dari penelitian yang terkait dengan efektivitas kampanye politik di media sosial pada pemilihan Kepala Daerah tahun 2018 di Kabupaten Wajo adalah sebagai berikut :

### **1. Aspek Tugas dan Fungsi**

Aspek tugas atau fungsi merupakan indikator yang bertujuan untuk melihat apakah pemerintah dalam hal ini KPU sudah melaksanakan tugas dan fungsinya dalam penyelenggaraan kampanye politik di media sosial pada pemilihan kepala daerah tahun 2018 di Kecamatan Sajoanging Kabupaten Wajo. Aspek tugas atau fungsi yaitu individu atau organisasi maupun lembaga dapat dikatakan efektif jika dapat melaksanakan tugas dan fungsinya dengan baik sesuai dengan ketentuan. Oleh karena itu setiap individu, organisasi atau lembaga sekalipun harus mengetahui tugas dan fungsinya dengan baik sehingga dapat diimplementasikan.

Pihak KPU Kabupaten Wajo sudah memberikan arahan dan aturan agar pada saat mendaftarkan diri sebagai calon kandidat juga harus menyertakan akun media sosialnya yang resmi agar dari pihak KPU, Bawaslu ataupun pihak kepolisian bisa mengawasi segala aktivitas kampanye calon kandidat beserta tim suksesnya di media sosial. Akan tetapi pada akhirnya kandidat calon Bupati dan Wakil Bupati tidak maksimal dalam berkampanye di akun media sosial yang telah di daftarkan kepada KPU. Sementara dari pihak Bawaslu hanya mengawasi jalannya kampanye baik itu yang bersifat secara langsung maupun yang berkampanye di media sosial. Tetapi mengenai aturan-aturan kampanye dan pemilu telah diatur langsung oleh KPU yang mempunyai wewenang tersebut.

Berdasarkan dari hasil penelitian bahwa pada aspek tugas dan fungsi, KPU dilihat dari pelaksanaan pemilihan kepala daerah tahun 2018 yang lalu di

Kabupaten Wajo telah menjalankan tugas dan fungsinya sebagaimana mestinya mulai dari memberikan arahan dan aturan mengenai pendaftaran diri calon kandidat hingga pada waktu penghitungan suara.

## **2. Aspek Rencana atau Program**

Aspek rencana atau program yaitu keefektifan penyelenggaraan kampanye politik di media sosial yang telah direncanakan oleh pemerintah. Aspek rencana atau program yang dimaksud adalah dapat dikatakan efektif jika memiliki rencana yang akan dilaksanakan untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai karena tanpa rencana atau program maka tujuan tidak akan tercapai. Perencanaan merupakan unsur utama yang harus terlebih dahulu dilakukan. Hal ini dimaksudkan agar tujuan yang ingin di capai dapat dijalankan dengan maksimal dan lebih efektif. Perencanaan dibuat untuk menyusun program-program atau hal apa saja yang akan dilakukan kedepannya.

KPU merencanakan untuk tetap mengizinkan dilaksanakan kampanye politik di media sosial dengan beberapa syarat dan ketentuan yang tertuang pasal 69 undang-undang pilkada yang berisi tentang tidak boleh mempersoalkan dasar Negara, menghina seseorang, menghasut, mengadu domba, memfitnah, menggunakan ancaman kekerasan, mengganggu keamanan, serta larangan lainnya. Dan ini telah disetujui dan di sampaikan langsung oleh pihak kepolisian Kabupaten Wajo yang mengizinkan dilaksanakan kampanye politik di media sosial asalkan tidak menimbulkan isu SARA dan perpecahan di masyarakat. Kemudian dari Pihak Bawaslu akan selalu menjalankan apa yang sudah menjadi tugas mereka termasuk mengawasi jalannya kampanye politik baik itu secara langsung maupun di media sosial, jika memang ada yang melakukan pelanggaran maka dari Bawaslu akan menindaklanjuti ke pihak yang berwajib.

Mayoritas orang merasa bahwa berkampanye di media sosial lebih efektif jika dibandingkan dengan baliho atau spanduk karena masyarakat lebih percaya dengan postingan-postingan di media sosial. namun kampanye politik di media sosial tidak berpengaruh apapun terhadap mereka yang sudah berumur, dikarenakan memiliki beberapa kendala seperti tidak paham tentang bersosial media dan tidak semua orang memiliki *Smartphone*.

Menarik kesimpulan dari beberapa hasil analisis diatas mengenai aspek rencana atau program yaitu KPU pada dasarnya akan tetap memperbolehkan kampanye politik di media sosial asal tetap mematuhi peraturan yang telah ditetapkan dan tetap akan diawasi oleh Bawaslu

### **3. Aspek Ketentuan atau Peraturan**

Aspek ketentuan dan peraturan yaitu ketentuan dan peraturan dalam penyelenggaraan kampanye politik di media sosial pada pemilihan kepala daerah tahun 2018 di Kabupaten Wajo. Peraturan dibuat untuk menjaga kelangsungan suatu kegiatan sesuai dengan rencana. Regulasi atau ketentuan adalah sesuatu yang harus dilakukan agar suatu kegiatan dianggap telah mampu berjalan dengan efektif

Pada saat pemilihan kepala daerah tahun 2018 ada beberapa laporan pelanggaran yang masuk ke kantor Bawaslu dan yang terlapor berhasil di undang datang ke kantor Bawaslu untuk dimintai keterangan akan tetapi karena pihak yang melaporkan tidak memiliki cukup bukti maka orang yang dilaporkan tidak ditindak lanjuti ke kepolisian. Adapun laporan yang masuk ke kantor Bawaslu yaitu pelanggaran pada saat kampanye langsung bukan di media sosial. Karena menurut pernyataan diatas pihak Bawaslu sedikit memiliki kendala dalam melacak akun-akun yang menyebarkan berita bohong atau mengeluarkan ujaran kebencian terhadap pasangan calon bupati dan wakil bupati pada saat itu.

Pada aspek ketentuan dan peraturan dalam kampanye politik di media sosial telah diatur dalam Undang-undang no. 23 tahun 2018 tentang kampanye pemilu, pengaturan kampanye di media sosial hanya sebatas mengatur pendaftaran akun milik peserta pemilu. Seperti yang dikatakan KPU syarat yang harus dilakukan dalam berkampanye di media sosial yaitu hanya cukup mengumpulkan akun media sosial yang resmi dari calon kandidat, sementara itu mengenai pengawasan berkampanye di media sosial adalah wewenang dari Bawaslu.

### **4. Aspek tujuan atau kondisi ideal**

Aspek tujuan atau kondisi ideal yaitu target yang ingin dicapai dari penyelenggaraan kampanye politik di media sosial pada pemilihan Kepala Daerah

kedepannya. Yang di maksud dengan tujuan atau kondisi ideal adalah target yang ingin dicapai dari kegiatan yang berorientasi pada hasil proses yang direncanakan.

Bawaslu membentuk tim siber yang bertujuan untuk mencegah pelanggaran kampanye politik di media sosial dan jika terjadi pelanggaran, Bawaslu bisa segera menindaklanjuti. Adapun harapan dari Bawaslu yakni semoga mereka bisa tetap bekerja sesuai dengan aturan yang telah ditetapkan. sementara itu KPU akan memaksimalkan kampanye politik di media sosial agar lebih efektif dan bisa berdampak positif untuk pemilu atau pilkada kedepannya, dan juga penyampaian terkait kampanye politik di media sosial bisa lebih mudah di akses oleh masyarakat. Berdasarkan aspek tujuan dan kondisi ideal dapat disimpulkan bahwa tujuan dari KPU bahwa kedepannya akan lebih memaksimalkan pelaksanaan kampanye politik di media sosial sehingga memiliki dampak yang lebih baik pada pemilu mendatang, sedangkan dari Bawaslu akan membentuk tim siber untuk mengawasi jalannya kampanye di media sosial.

### **Proses Kampanye Politik Di Media Sosial Pada Pemilihan Kepala Daerah Tahun 2018 Di Kabupaten Wajo**

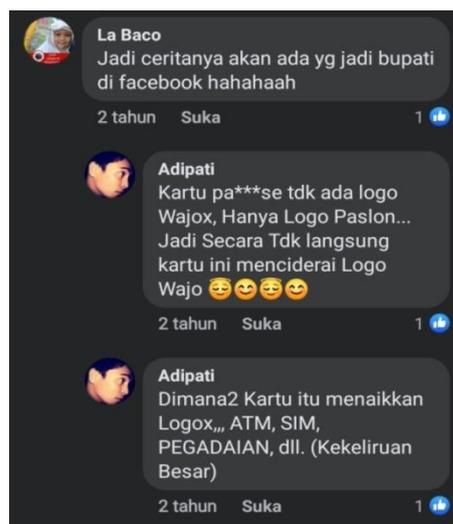
Media sosial sebagai salah satu sarana informasi yang sangat banyak dimanfaatkan oleh masyarakat di masa sekarang, media sosial mempunyai empat manfaat bagi aktivitas politik suatu partai manapun kandidat yaitu sebagai informasi, pelayanan, akses kekuatan politik dan ruangan.

Media sosial cukup memiliki peran pada pemilihan kepala daerah pada tahun 2018 di Kabupaten Wajo. Masing-masing tim sukses dari masing-masing calon saling beradu strategi kampanye melalui internet terutama di media sosial. Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan informan FD selaku Kepala sub bagian teknis pemilu dan hupmas ada beberapa langkah yang harus dilakukan untuk kandidat calon kepala daerah agar bisa berkampanye di media sosial, adapun beberapa aturannya sebagai berikut:

1. Calon atau tim kampanye dapat membuat akun media sosial untuk keperluan kampanye selama masa kampanye atau bisa dijadikan akun resmi.

2. Ketentuannya adalah kandidat calon pada saat melakukan pendaftaran juga harus menyertakan akun resmi pasangan calon kandidat dan juga menyertakan akun tim pendukungnya.
3. Pengumpulan akun resmi media sosial kepada KPU paling lambat satu hari sebelum masa kampanye dimulai
4. Setelah akun resmi terdaftar di KPU, maka akun tersebut juga akan diserahkan kepada Bawaslu dan Kepolisian untuk diawasi selama masa kampanye berlangsung
5. Berkampanye di media sosial oleh akun resmi hanya dapat dilakukan 14 hari sebelum dimulai masa tenang
6. Jumlah konten kampanye di media sosial untuk setiap pasangan calon paling banyak lima konten untuk setiap akun resmi setiap harinya selama masa iklan kampanye
7. Tetap mematuhi ketentuan iklan berkampanye seperti tidak boleh menghina seseorang, menghasut, mengadu domba, memfitnah dan larangan lainnya.

Namun, sepertinya ada beberapa oknum yang menyalahgunakan media sosial sebagai sarana berkampanye. Berikut adalah beberapa contoh pelanggaran dalam berkampanye di media sosial yang dilakukan oleh masing-masing akun pendukung kedua calon kandidat :





Sumber : Media Sosial Facebook

Dalam pemilihan kepala daerah tahun 2018 di Kabupaten Wajo, media cukup berperan penting pada saat itu. Karena media harus mempertimbangkan mana berita yang layak di beritakan dan mana berita yang harus di revisi terlebih dahulu, karena berita dengan sumber yang tidak pasti dapat menuai perbedaan yang dapat membuat ricuh, seperti banyaknya masyarakat yang saling menghujat bahkan ingin saling menjatatuhkan antar calon bupati dan wakil bupati di media seperti grup facebook. Adapun komentar-komentar yang dilakukan oleh tim sukses dari masing-masing calon kandidat, mereka bersaing dengan memuji satu sama lain.

Dari hasil riset dengan tim pemenang dari kandidat nomor urut satu, dapat diketahui bahwa ada beberapa hal atau cara yang penting untuk dilakukan ketika mulai akan berkampanye di media sosial khususnya di *facebook*. yaitu :

### 1. Penyebaran postingan kegiatan kampanye

Akun “Pammase Wajo” yang juga menjadi akun grup untuk pendukung kandidat nomor urut satu adalah contoh salah satu dari banyaknya akun pendukung yang bisa dilihat menyebarkan beberapa postingan terkait dukungannya terhadap kandidat nomor urut satu tersebut dengan memasang foto kandidat calon bupati dan wakil bupati dalam profil facebooknya dan juga memasang slogan “Lebih Amanah Lebih Sejahtera”. Berikut adalah postingan dari akun tersebut



## 2. Postingan Visi Misi dan Program

Visi misi pasangan calon dalam pemilihan kepala daerah itu sangat penting. Visi dan misi menjadi pegangan untuk masyarakat yang akan memilih pemimpin di daerahnya sendiri, karna sejatinya pemilih yang rasional adalah ia yang menentukan pilihan berdasarkan visi dan misi dan juga termasuk program pasangan calon yang seharusnya menjadi acuan bagi pemilih yang rasional.

Visi misi dan program yang akan disampaikan di masyarakat oleh tim kampanye melalui media sosial harus tepat sasaran yaitu untuk meningkatkan popularitas dan elektabilitas pasangan calon

## 3. Pentingnya Relawan dan Pengikut di Media Sosial

Beberapa cara kampanye yang dilakukan Pammase, Relawan dan pengikutnya lah yang termasuk penting dalam berkampanye politik di media sosial ini. Terbukti pada saat Pemilihan Kepala Daerah tahun 2018 banyak relawan yang berpartisipasi dalam kampanye ini yang jumlahnya mencapai ribuan, tidak hanya itu akun-akun yang mengkampanyekan pasangan calon kandidat nomor urut satu ini juga mempunyai pengikut yang lumayan banyak. Sebagai contoh salah satu akun “Barisan Muda Pammase” merupakan salah satu akun relawan yang sampai saat ini masih aktif dengan diikuti kurang lebih 6.733 orang dan akun ini masih aktif mengunggah kegiatan pasangan kandidat Pammase yang saat ini telah menjadi

Bupati dan Wakil Bupati periode 2019-2024. Berikut adalah contoh postingan dari akun tersebut :



Sumber : Media Sosial Facebook

Dari berbagai proses yang telah dijalankan dan strategi-strategi kampanye yang sudah disusun dan di implementasikan di lapangan, pada akhirnya pasangan nomor urut satu yaitu Dr. H. Amran Mahmud S.Sos. M.Si dan H. Amran S.E menang atas Baso Rahmanuddin dan Anwar Sadat dengan meraih sebanyak 130.035 suara (57,95 persen) sedangkan pasangan nomor urut dua hanya meraih 94.340 suara (42,05 persen). Adapun suara sah sebanyak 224.375 dan suara tidak sah sebanyak 3.299. Dari 14 kecamatan, pasangan nomor urut satu menang di 13 kecamatan dan 1 kecamatan lainnya dimenangkan oleh pasangan nomor urut dua.

Berikut tabel rekapitulasi Pemilihan Kepala Daerah Tahun 2018 Di Kabupaten Wajo :

**Tabel 1. Hasil Rekapitulasi**

No.	Kecamatan	Jumlah Suara	
		PAMMASE	BARAKKA
1	Majauleng	9.969	8.863
2	Maniangpajo	5.838	3.670
3	Penrang	4.738	4.451
4	Takkalalla	7.025	5.395
5	Bola	5.760	5.464
6	Pammana	10.484	8.102
7	Gilireng	3.308	3.628
8	Sajoanging	5.484	5.207
9	Tanasitolo	15.544	8.178
10	Keera	6.629	5.170
11	Pitumpanua	12.343	11.285
12	Belawa	10.718	7.281
13	Sabbangparu	8.543	6.465
14	Tempe	23.652	10.444

*Sumber: KPU Kabupaten Wajo*

Efektif ada tidaknya suatu kegiatan yang dilakukan tergantung dari bagaimana cara pemerintah atau lembaga melaksanakan kegiatan tersebut. Tujuan dari penulis melakukan penelitian ini yaitu untuk mengetahui efektivitas kampanye politik di media sosial facebook pada pemilihan kepala daerah tahun 2018 di Kecamatan Sajoanging Kabupaten Wajo. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan menggunakan sumber data primer atau teknik

wawancara dan sekunder atau dikumentasi dan media lainnya. Teori yang digunakan adalah teori efektivitas yang dikemukakan oleh Muasaroh tahun 2010. Untuk mengukur efektivitas sebuah lembaga atau program kegiatan ada empat indikator yaitu dilihat dari Aspek Tugas dan Fungsi, Rencana atau Program, Ketentuan dan Peraturan, Tujuan dan Kondisi Ideal. Berdasarkan ke empat indikator tersebut, dapat disimpulkan bahwa efektivitas kampanye politik di media sosial facebook pada pemilihan kepala daerah tahun 2018 di Kecamatan Sajoanging Kabupaten Wajo belum optimal atau efektif dari segi sistem tapi pelaksanaannya yang belum maksimal.

Hal ini dikarenakan beberapa faktor yakni dari pemerintah atau pasangan calon bupati dan wakil bupati yang tidak terlalu mengutamakan kampanye politik di media sosial karena masyarakat juga lebih meminati kampanye politik secara langsung atau tatap muka dan faktanya hingga saat ini media sosial tidak memiliki pengaruh signifikan untuk kampanye yang sifatnya mobilisasi. Karena sistem kerja di media sosial bergerak perlahan dengan pembahasan yang lumayan berat terkait visi misi, ide, dan ideologi. Sedangkan pengguna media sosial tidak mudah dipengaruhi atau memahami kampanye hanya dengan media sosial.

## **KESIMPULAN**

Efektivitas Kampanye Politik di Media Sosial Pada Pemilihan Kepala Daerah tahun 2018 di Kabupaten Wajo khususnya di Kecamatan Sajoanging dapat dilihat melalui 4 aspek yaitu :

1. Aspek tugas dan fungsi yaitu : KPU mengarahkan kandidat calon bupati wakil bupati untuk menyertakan akun media sosial saat pendaftaran berkas
2. Aspek Rencana atau program yaitu : KPU tetap memperbolehkan berkampanye di media sosial kedepannya
3. Aspek ketentuan dan peraturan yaitu : Kandidat calon bupati dan wakil bupati mengumpulkan akun media sosialnya kemudian jika terjadi pelanggaran pada kampanye politik di media sosial, Bawaslu akan segera menindaklanjuti kemudian diserahkan ke kepolisian

4. Aspek tujuan dan kondisi ideal yaitu : Bawaslu membentuk tim siber untuk menangani pelanggaran kampanye politik di media sosial
5. Pada saat akan dilakukannya pemilihan kepala daerah tahun 2018 di Kabupaten Wajo, calon kandidat nomor urut 1 membentuk tim IT yang fokus untuk menangani atau mengamati hal-hal apa saja yang dibutuhkan dan apa saja yang menjadi kekurangan saat dilakukan kampanye politik di media sosial. Berbeda dengan tim dari calon kandidat nomor urut 2 yang merasa bahwa berkampanye secara langsung lebih efektif dibandingkan di media sosial. Oleh karena itu mereka lebih fokus memperbaiki strategi dalam berkampanye langsung.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, A., Deliarnoor, N. A., Yuningsih, N. Y., & Fatmawati, F. (2020). The Position of Auxiliary Organ in Government System of West Java Provincial Government. *Journal of Contemporary Governance and Public Policy*, 1(2), 67–81. <https://doi.org/10.46507/jcgpp.v1i2.11>
- Ardha, B. (2014). Social Media sebagai media kampanye partai politik 2014 di Indonesia. *Visi Komunikasi*, 13(1), 105–120.
- Azmin. (2018). Penggunaan Media Massa dan Media Sosial di Kalangan Mahasiswa Komunikasi. *Media Kajian Komunikasi Islam*, 1(1), 2018.
- Hartaman, N., Purwaningsih, T., & Nurmandi, A. (2020). The Aristocrats Power on Local Politic in The Regency of Bone 2013-2018. *Journal of Governance*, 5(1), 31–46. <https://doi.org/10.31506/jog.v5i1.7033>
- HR, F. S., & Harakan, A. (2017). Eksklusivitas Adat Dalam Bingkai Demokrasi di Indonesia. *Jurnal Agregasi: Aksi Reformasi Government Dalam Demokrasi*, 5(1).
- Indrawati, K. A. P., Sudiarta, N. I., & Suardana, W. I. (2017). Efektivitas Iklan Melalui Media Sosial Facebook Dan Instagram Sebagai Salah Satu Strategi Pemasaran Di Krisna Oleh-Oleh Khas Bali. *Analisis Pariwisata*, 17(2), 78–83.
- Muasaroh. (2010). *aspek-aspek efektivitas*. Yogyakarta : Literatur buku.
- Nasution, E. P. S. (2016). Strategi Kampanye Politik Dewan Pimpinan Cabang Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan Dalam Pemilihan Calon Walikota dan Wakil Kota Medan Tahun 2015. *FISIP Universitas Medan Area*. [http://repository.uma.ac.id/bitstream/123456789/1957/1/108510022\\_file1.pdf](http://repository.uma.ac.id/bitstream/123456789/1957/1/108510022_file1.pdf)

f

Nur, E. (2019). *UNTUK MEMENANGKAN CALON LEGISLATIF KOTA MAKASSAR The Communication Strategy of Success Team in Political Campaign to Win Legislative Candidates in Makassar*. 2(1), 120–128.

Prisgunanto. (2014). *Komunikasi Pemasaran Era Digital*. Prisani Cendikia.

Watie, E. D. S. (2016). Komunikasi dan Media Sosial (Communications and Social Media). *Jurnal The Messenger*, 3(2), 69.  
<https://doi.org/10.26623/themessenger.v3i2.270>