

**YAYASAN LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM (YLPI) RIAU
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**PEMANFAATAAN FACEBOOK SEBAGAI MEDIA KAMPANYE
CALON ANGGOTA DEWAN PERWAKILAH RAKYAT
DAERAH KABUPATEN SIAK SUNARTO
TAHUN 2019**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)
pada Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Islam Riau



DEWI RAHAYU LESTARI

NPM : 169110035
Konsentrasi : Media Massa
Program Studi : Ilmu Komunikasi

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
KOTA PEKANBARU
2021**

UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

PERSETUJUAN TIM PEMBIMBING

Nama : Dewi Rahayu Lestari
NPM : 169110035
Bidang Konsentrasi : Media Massa
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S. 1)
Judul Skripsi : Pemanfaatan Facebook Sebagai Media Kampanye Calon Anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kabupaten Siak Sunarto Tahun 2019

Format sistematika dan pembahasan materi masing - masing bab dan sub-bab dalam Skripsi ini, telah dipelajari dan nilai relatif telah memenuhi ketentuan-ketentuan normatif dan kriteria metode penelitian ilmiah. Oleh karena itu dinilai layak serta dapat disetujui untuk di sidangkan dalam ujian Komprehensif.

Pekanbaru, 29 Juli 2021

Turut Menyetujui :

Pembimbing

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Eka Fitri Qurniawati, M.I.Kom)

(Benni Handayani, M. I. Kom)

UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

PERSETUJUAN TIM PENGUJI SKRIPSI

Nama : Dewi Rahayu Lestari
NPM : 169110035
Bidang Konsentrasi : Media Massa
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S 1)
Hari/Tanggal Skripsi : Rabu / 07 Juli 2021
Judul Skripsi : Pemanfaatan Facebook Sebagai Media Kampanye Calon Anggota Dewan Perwakilan Daerah Kabupaten Siak Sunarto Tahun 2019

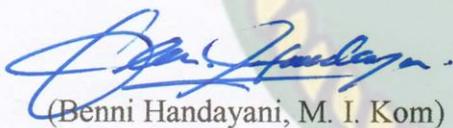
Naskah ini secara keseluruhan dinilai telah memenuhi ketentuan-ketentuan metode penelitian ilmiah, oleh karena itu tim penguji ujian komprehensif Fakultas Ilmu Komunikasi dapat menyetujui dan menerimanya untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana.

Pekanbaru, 02 Agustus 2021

Tim Penguji

Ketua,

Penguji,



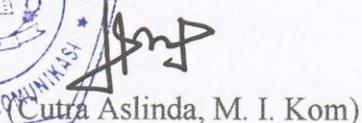
(Benni Handayani, M. I. Kom)



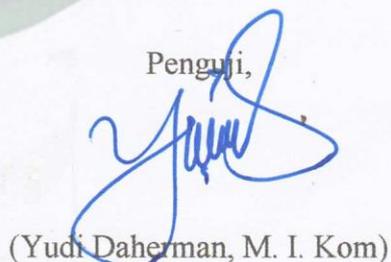
(Dyah Pithaloka, M.Si)

Mengetahui,
Wakil Dekan I

Penguji,



(Cutra Aslinda, M. I. Kom)



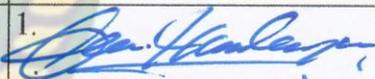
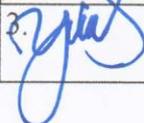
(Yudi Daherman, M. I. Kom)

UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

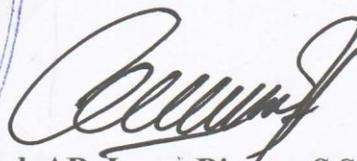
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Berdasarkan Surat keputusan Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau, Nomor : 0901/UIR-Fikom/Kpts/2021 Tanggal, 30 Juni 2021 maka di hadapan penguji pada hari ini, **Rabu** tanggal **07 Juni 2021 Jam : 11.00 – 12.00 WIB** bertempat di ruang **Aula** Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau telah dilaksanakan ujian skripsi atas mahasiswi:

Nama : **Dewi Rahayu Lestari**
NPM : 169110035
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Media Massa
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S-1)
Judul Penelitian : “Pemanfaatan Facebook Sebagai Media Kampanye Calon Anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kabupaten Siak Sunarto Tahun 2019”
Nilai Ujian : Angka : **"72,08"** ; Huruf : **"B"**
Keputusan Hasil Ujian : **Lulus**
Tim Penguji :

No	Nama	Jabatan	Tanda Tangan
1	Benni Handayani, M. I. Kom	Ketua	1. 
2	Dyah Pithaloka, M.Si	Penguji	2. 
3	Yudi Daherman, M. I. Kom	Penguji	3. 

Pekanbaru, 09 Juni 2021



Dr. Muhd. AR. Imam Rianzaan, S.Sos, M. I. Kom

HALAMAN PENGESAHAN

PEMANFAATAN FACEBOOK SEBAGAI MEDIA KAMPANYE
CALON ANGGOTA DEWAN PERWAKILAN RAKYAT
DAERAH KABUPATEN SIAK SUNARTO
TAHUN 2019

Yang diajukan oleh:

Dewi Rahayu Lestari
NPM : 169110035

Pada tanggal :

07 Juli 2021

Mengesahkan :



DEKAN FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

(Dr. Muhd. AR. Imam Riau, S.Sos, M. I. Kom)

Dewan Penguji

Tanda Tangan,

Benni Handayani, M. I. Kom

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Benni Handayani', written over a horizontal line.

Dyah Pithaloka, M.Si

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Dyah Pithaloka', written over a horizontal line.

Yudi Daherman, M. I. Kom

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dewi Rahayu Lestari
Tempat / Tanggal Lahir : Bengkalis / 07 Mei 1997
NPM : 169110035
Bidang Konsentrasi : Media Masa
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Alamat / No. Telp : Banjar Seminai Kecamatan Dayun Kabupaten Siak
Judul Skripsi : Pemanfaatan Facebook Sebagai Media Kampanye Calon Anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kabupaten Siak Sunarto Tahun 2019

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Karya tulis saya Skripsi adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas Islam Riau maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain, kecuali pengarahan Tim Komisi Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah dicantumkan sebagai acuan dalam daftar pustaka.
4. Bersedia untuk mempublikasikan karya tulis saya Skripsi di jurnal Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau.
5. Pernyataan ini sesungguhnya dan apabila kemudian hari terdapat penyimpangan dari apa yang saya nyatakan di atas (poin 1-3), maka saya bersedia menerima sanksi pembabatan nilai Skripsi dan atau pencabutan gelar akademik kesarjanaan saya dan sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Islam Riau.

Pekanbaru, 02 Agustus 2021

Yang menyatakan,



Dewi Rahayu Lestari

PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirobbil'alamin

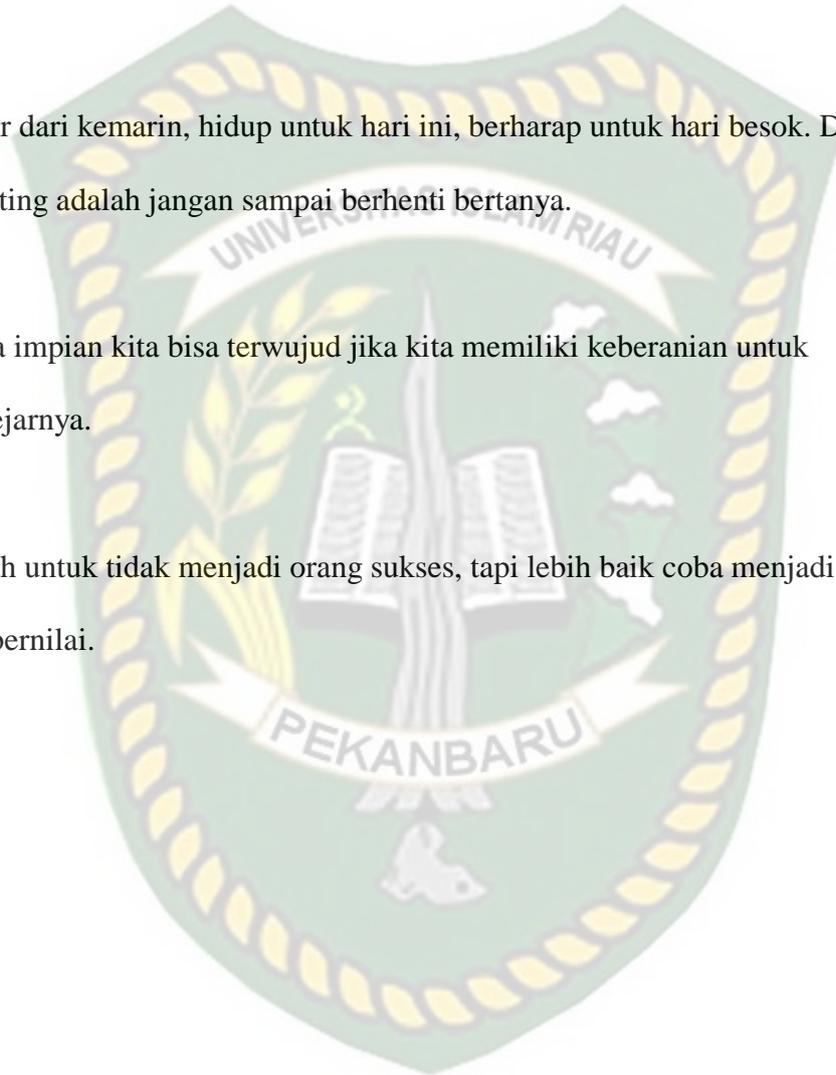
Sujud syukurku ku sembahkan kepada Mu Tuhan yang Maha Agung, takdir-Mu telah kau jadikan aku manusia yang senantiasa berpikir, berilmu, beriman dan bersabar dalam menjalani kehidupan ini. Semoga keberhasilan ini menjadi satu langkah awal bagi ku untuk meraih cita-cita besarku. Lantunan Al-Fatihah beriring Shalawat dalam silahku merintih, menadahkan doa dalam syukur yang tiada terkira, terima kasihku untuk Mu. Kupersembahkan sebuah karya kecil ini teruntuk dan terkhusus Ayahanda Saryono (Alm) dan Ibundaku Rumini serta kakakku Ewi Ramadhani, abangku Dedy Suhendri dan adikku Denis Febry Satriawan, yang tiada pernah hentinya selama ini memberiku semangat, doa, dorongan, dan kasih sayang serta pengorbanan yang tak tergantikan hingga aku selalu kuat menjalani setiap rintangan yang ada didepanku. Ayah, ibu, terimalah bukti kecil ini sebagai kado keseriusanku untuk membalas semua pengorbananmu. Dalam silah di lima waktu mulai fajar terbit hingga terbenam seraya tanganku menadah "Yaa Allah Yaa Rahman Yaa Rahim, terima kasih telah kau tempatkan aku diantara kedua malaikat Mu yang setiap waktu ikhlas menjaga, mendidik, membimbingku dengan baik. Yaa Allah berikanlah balasan setimpal syurga firdaus untuk mereka dan jauhkanlah mereka nanti dari panasnya sengat hawa api nerakaMu.

MOTTO

Belajar dari kemarin, hidup untuk hari ini, berharap untuk hari besok. Dan yang terpenting adalah jangan sampai berhenti bertanya.

Semua impian kita bisa terwujud jika kita memiliki keberanian untuk mengejarnya.

Cobaah untuk tidak menjadi orang sukses, tapi lebih baik coba menjadi orang yang bernilai.



KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat, hidayah dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai prasyarat untuk menyelesaikan Studi Strata-1 atau S1 pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi Universitas Islam Riau (UIR). Shalawat beriring salam penuh kerinduan kepada Nabi Besar Muhammad SAW, manusia mulia sepanjang zaman, beserta keluarga dan para sahabatnya yang telah membawa kita ke alam yang penuh ilmu pengetahuan dan peradaban.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan dan masih banyak terdapat kekurangan, baik dari segi tata bahasa, teknik penulisan, segi bentuk ilmiahnya, dan lain sebagainya. Oleh sebab itu, dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan berbagai kritik dan saran perbaikan demi kesempurnaannya.

Dalam penyusunan skripsi yang berjudul **Pemanfaatan Facebook Sebagai Media Kampanye Calon Anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kabupaten Siak Sunarto Tahun 2019**, tidak terlepas dari bantuan dan dorongan dari berbagai pihak yang memungkinkan skripsi ini dapat terselesaikan. Untuk itu, rasa terima kasih sedalam-dalamnya penulis sampaikan kepada:

1. Bapak Dr. Abdul Aziz. S.Sos. M.Si selaku pembimbing yang telah banyak membantu dan memberikan bimbingan serta mengorbankan waktu dalam penyelesaian Proposal ini.

2. Bapak-Bapak dan Ibu-Ibu Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau yang telah memberikan ilmu dan pengalaman yang sangat bermanfaat bagi penulis.
3. Bapak-bapak dan Ibu-Ibu Karyawan-Karyawati Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau.
4. Calon DPRD Kabupaten Siak Bapak Sunarto serta masyarakat pemilih yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini dengan data-data dan solusi yang penulis butuhkan.

Akhirnya kepada Allah SWT penulis memohon semoga bimbingan, bantuan, pengorbanan dan keikhlasan yang telah diberikan selama ini akan menjadi amal kebaikan dan mendapatkan balasan yang layak dari Allah SWT, Amin Yarabbal Alamin

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Pekanbaru, Mei 2021

Penulis

Dewi Rahayu Lestari

169110035

DAFTAR ISI

Cover	
Persetujuan Tim Pembimbing	
Lembar Pernyataan	
Halaman Persembahan	ii
Halaman Motto.....	iii
Kata Pengantar.....	iv
Daftar Isi	vi
Daftar Tabel.....	viii
Daftar Lampiran	ix
Abstrak	x
Abstract	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar belakang Masalah penelitian	1
B. Identifikasi Masalah Penelitian	9
C. Fokus Penelitian	9
D. Rumusan Masalah.....	9
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
A. Kajian Literatur.....	11
1. Komunikasi.....	11

2. Hambatan Komunikasi	16
3. Strategi Komunikasi	19
4. Kampanye di Media Sosial (<i>Online</i>)	24
5. Partisipasi Politik, Media Baru dan Demokrasi	26
6. Media Sosial	30
7. Pengertian Facebook	32
B. Defenisi Operasional	34
C. Penelitian Terdahulu yang Relevan	35
BAB III METODE PENELITIAN.....	38
A. Pendekatan Penelitian.....	38
B. Subjek dan Objek Penelitian.....	38
C. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	39
D. Sumber Data	40
E. Teknik pengumpulan data	41
F. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	42
G. Teknik Analisis Data	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN HASIL PEMBAHASAN	45
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	45
B. Hasil Penelitian.....	54
C. Faktor Penghambat	62
D. Pembahasan	62

BAB V PENUTUP	68
A. Kesimpulan	68
B. Saran	69

Daftar Pustaka

Lampiran



Dokumen ini adalah Arsip Miik :
Perpustakaan Universitas Islam Riau

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1.	Penelitian Terdahulu.....	35
Tabel 3.1.	Jadwal Kegiatan Penelitian.....	40



Abstrak

Pemanfaatan Facebook Sebagai Media Kampanye Calon Anggota DPRD Kabupaten Siak Sunarto Tahun 2019

Dewi Rahayu Lestari
NPM : 169110035

Penggunaan media sosial dapat diberdayakan untuk mendukung operasional suatu kegiatan. Hal ini juga berdampak pada anggota dewan yang juga menggunakan Facebook sebagai media sosial utama untuk berkomunikasi dengan masyarakat. Namun di satu sisi anggota dewan menyadari bahwa pesan terkait fungsi anggota dewan yang mereka bagi ke media sosial tidak mendapat respon sejauh yang mereka harapkan. Mereka menyadari bahwa pesan terkait fungsi anggota dewan yang mereka bagi cenderung dianggap tidak menarik untuk sebagian besar orang. Sehingga ketika orang hanya merespon dengan mengklik *Like* sudah dipandang sebagai respon yang sangat baik. Penelitian ini dilakukan dengan mengevaluasi kampanye yang telah dilakukan oleh Sunarto yang mana salah satunya dengan menggunakan media sosial *Facebook*. Adapun tujuan penelitian ini yaitu mengetahui pemanfaatan facebook sebagai media kampanye calon anggota DPRD Kabupaten Siak Sunarto Tahun 2019 dan faktor penghambatnya. Metode penelitian yang di gunakan adalah metode kualitatif. Dari hasil penelitian diketahui bahwa pemanfaatan facebook sebagai media kampanye calon anggota DPRD Kabupaten Siak Sunarto Tahun 2019 meskipun tidak dilakukan secara maksimal namun telah dilakukan secara proposional, dikarenakan tidak banyak calon pemilih di Dapil tersebut menggunakan sosial media disebabkan jaringan internet yang tidak merata. Calon pemilih yang umumnya berusia tua menjadi penghambat bagi Tim Sunarto untuk lebih gencar berkampanye lewat media sosial. Sementara masyarakat usia muda di Dapil tersebut umumnya merantau dan tidak tinggal disana.

Kata Kunci : Pemanfaatan, Media Sosial, Kampanye

Abstract

Utilization of Facebook as a Campaign Media for Candidates for DPRD Members Siak Sunarto Regency in 2019

Dewi Rahayu Lestari
NPM : 169110035

The use of social media can be empowered to support the operations of an activity. This also has an impact on board members who also use Facebook as the main social media to communicate with the public. However, on the one hand, the board members realized that the messages related to the function of the board members that they shared on social media did not get the response they had hoped for. They realized that the messages regarding the function of board members they shared tended to be considered unattractive to most people. So when people only respond by clicking Like, it is seen as a very good response. This research was conducted by evaluating the campaigns that have been carried out by Sunarto, one of which is by using the social media Facebook. The purpose of this study is to find out the use of Facebook as a campaign media for candidates for the 2019 Siak Sunarto Regency DPRD and the inhibiting factors. The research method used is a qualitative method. From the results of the study, it is known that the use of Facebook as a campaign media for candidates for members of the Siak Sunarto Regency DPRD in 2019 although it is not carried out optimally but has been carried out proportionally, because not many prospective voters in the electoral district use social media due to the uneven internet network. Prospective voters, who are generally old, are an obstacle for the Sunarto Team to campaign more aggressively through social media. Meanwhile, young people in the electoral district generally migrate and do not live there.

Keywords : Utilization, Social Media, Campaign

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) sebagai parlemen lokal di Indonesia memiliki peran yang penting dalam keberhasilan penyelenggaraan pemerintahan daerah. Undang-Undang No 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah menempatkan DPRD sebagai bagian dari penyelenggara pemerintahan daerah bersama pemerintah daerah. DPRD sendiri berperan sebagai lembaga perwakilan rakyat daerah sebagai unsur penyelenggara pemerintahan daerah yang memiliki fungsi pembentukan peraturan daerah (legislasi), anggaran, dan pengawasan.

Selain itu DPRD memiliki tugas: membentuk Perda yang dibahas dengan kepala daerah untuk mendapat persetujuan bersama, membahas dan menyetujui rancangan Perda tentang APBD bersama dengan kepala daerah, melaksanakan pengawasan terhadap pelaksanaan perda dan peraturan perundangan lainnya, peraturan kepala daerah, APBD, kebijakan pemerintah daerah dalam melaksanakan program pembangunan daerah, dan kerjasama internasional di daerah, mengusulkan pengangkatan dan pemberhentian kepala daerah/wakil kepala daerah kepada presiden melalui Mendagri bagi DPRD provinsi dan kepada Mendagri melalui Gubernur bagi DPRD kab/kota, memilih wakil kepala daerah dalam hal terjadi kekosongan jabatan wakil kepala daerah, memberikan pendapat dan pertimbangan kepada pemerintah daerah terhadap rencana perjanjian

internasional di daerah, memberikan persetujuan terhadap rencana kerja sama internasional yang dilakukan oleh pemerintah daerah, meminta laporan keterangan pertanggungjawaban kepala daerah dalam penyelenggaraan pemerintahan daerah, membentuk panitia pengawas pemilihan kepala daerah, melakukan pengawasan dan meminta laporan KPUD dalam penyelenggaraan pemilihan kepala daerah dan memberikan persetujuan terhadap rencana kerja sama antar daerah dan dengan pihak ketiga yang membebani masyarakat daerah.

Dalam rangka melaksanakan fungsi dan tugas tersebut DPRD menjangkau aspirasi masyarakat sebagaimana amanat dari Pasal 96 Undang-undang No 23 Tahun 2014. Untuk menjalankan fungsi tersebut anggota DPRD dituntut untuk mampu berhubungan dengan masyarakat secara berkesinambungan. Pola hubungan komunikasi antara anggota DPRD dapat dilakukan secara formal maupun informal.

Secara formal anggota DPRD melakukan komunikasi melalui masa reses yang telah diatur dalam Tata Tertib DPRD. Sedangkan secara informal anggota DPRD dapat berkomunikasi dengan masyarakat melalui media sosial atau pertemuan-pertemuan yang diselenggarakan oleh masyarakat yang kemudian didatangi oleh anggota DPRD.

Metode kampanye konvensional seperti pengerahan massa untuk rapat umum mulai terasa hampa. Di balik keramaian massa dengan berbagai atribut, terasa sepi makna. Keramaian ide, gagasan, dan visi-misi terasa mulai berpindah ke ruang-ruang maya. Diskusi, perdebatan, bahkan saling tuduh secara frontal begitu bebas terjadi di berbagai media sosial. Untuk kalangan yang relatif terdidik,

kampanye menggunakan media sosial lebih efektif ketimbang baliho dan spanduk. Orang yang relatif terdidik dan well inform ini tidak akan percaya isi baliho atau spanduk, tapi lebih percaya pada perkataan teman atau koleganya di media sosial. Di sini dapat dikatakan bahwa setiap orang dapat berpengaruh bagi orang lain. Maka, secara berseloroh, di media sosial tidak lagi berlaku one man one vote, tetapi satu orang bisa memiliki kekuatan setara puluhan, ratusan, atau ribuan lebih orang. Inilah kelebihan media sosial: efektif sebagai sarana pertukaran ide. Penyebaran berbagai ide, termasuk isi kampanye via media sosial, berlangsung amat cepat dan hampir tanpa batas (<https://nasional.kompas.com>).

Efektivitas media sosial tidak hanya karena jumlah penggunanya yang masif. Karakteristik media sosial sendiri juga merupakan kekuatan. Media sosial adalah sarana untuk komunikasi di mana setiap individu saling memengaruhi. Setiap orang memiliki pengaruh ke sekelilingnya. Pemberitaan di media massa bagi anggota dewan dipandang mampu meningkatkan perhatian pemerintah atau eksekutif atas isu yang disampaikan anggota dewan. Selain itu berkomunikasi melalui media massa juga sekaligus memberi kesempatan pada anggota ndewan untuk menyampaikan pada masyarakat bahwa mereka sedang memperjuangkan aspirasi masyarakat. Namun kelemahan dari komunikasi melalui media cetak adalah tidak interaktif. Sehingga anggota dewan tidak bisa mendapatkan masukan atau respon secara langsung (Setiadi, 2016).

Cara yang digunakan untuk berkomunikasi dengan masyarakat adalah melalui kegiatan tatap muka langsung dengan masyarakat seperti saat kegiatan reses anggota dewan. Kegiatan tatap muka memiliki kekurangan karena

membutuhkan waktu dan biaya yang relatif besar. Selain itu kegiatan tatap muka tidak bisa menjangkau orang banyak dari lokasi berbeda pada waktu yang sama. Berbagai kelemahan media komunikasi tersebut dilengkapi dengan kehadiran media social (Setiadi, 2016).

Media sosial memiliki sifat interaktif, murah, bisa menjangkau secara serentak ke banyak orang maupun personal. Melakukan komunikasi dengan baik melalui media social berarti juga bagian dari menjaga dan mempertahankan kepercayaan masyarakat. Tidak dapat dipungkiri bahwa politisi cenderung mencalonkan kembali dalam periode berikutnya ketika menjadi wakil rakyat. Hal ini membuat para wakil rakyat memiliki kesempatan yang baik untuk secara konsisten berkomunikasi dengan masyarakat.

Di samping dalam menjalankan fungsi sebagai anggota dewan, kehadiran media sosial mendekatkan anggota dewan dengan masyarakat yang diharapkan akan kembali memilih mereka sebagai wakil pada periode pemilihan berikutnya. Potensi media social yang besar sebagai media komunikasi yang murah, mudah, dan menjangkau banyak lapisan masyarakat di berbagai penjuru berpotensi menurunkan biaya kampanye yang selama ini dinilai terlalu mahal dibandingkan dengan pendapatan resmi anggota dewan bila terpilih.

Media sosial dikatakan efektif sebagai sarana berkomunikasi ketika tujuan komunikasi tercapai. Peneliti melihat pesan yang dikirimkan oleh anggota dewan dalam media sosial mereka termasuk kategori pesan persuasi. Karena anggota dewan melakukan komunikasi dengan media sosial dengan tujuan menjalankan fungsinya sekaligus menjaga kepercayaan masyarakat. Pesan dalam media social

sebagai pesan persuasi diarahkan untuk merubah sikap masyarakat sebagai *audiens* agar positif terhadap anggota dewan (Lailiyah, 2017).

Facebook merupakan media sosial media yang paling banyak digunakan mencakup banyak informasi yang dapat diberikan baik dari identitas maupun kegiatan-kegiatan yang dilakukan. Banyak masyarakat pada umumnya lebih mengenai media sosial facebook dibandingkan media lainnya. Berdasarkan penelitian Smart Insight per Januari 2019, 46 persen penduduk Bumi sudah terkoneksi dengan Internet dan 31 persennya sudah menjadi pengguna aktif social media. Secara lebih lengkap dapat dilihat pada tabel 1 pengguna sosial media di dunia pada tahun 2019.

Tabel 1. Pengguna Sosial Media Di Dunia Tahun 2019

No.	Jenis Media Sosial	Pengguna
1.	Facebook	1,59 miliar
2.	WhatsApp	1 miliar
3.	Facebook Messenger	900 juta
4.	QQ	853 juta
5.	WeChat	697 juta
6.	QZone	640 juta
7.	Tumblr	555 juta
8.	Instagram	400 juta
9.	Twitter	320 juta
10.	Baidu Teiba	300 juta
11.	Skype	300 juta
12.	Viber	249 juta
13.	Sina Weibo	222 juta
14.	LINE	215 juta
15.	Snapchat	200 juta
16.	YY	122 juta
17.	VKontakte	100 juta
18.	BBM	100 juta
19.	LinkedIn	100 juta
20.	Telegram	100 juta

Sumber: <http://www.smartinsight.com>

Hal ini menunjukkan penggunaan media social dapat diberdayakan untuk mendukung operasional suatu kegiatan. Hal ini juga berdampak pada anggota dewan yang juga menggunakan Facebook sebagai media sosial utama untuk berkomunikasi dengan anggota dewan. Anggota dewan menggunakan media sosial untuk beberapa kepentingan. *Pertama*, sebagai sarana mengkomunikasikan kinerja yang terkait fungsi dewan, yaitu, fungsi legislasi, pengawasan, dan anggaran. *Kedua*, media sosial sebagai media komunikasi dengan publik. Komunikasi dengan publik berfungsi untuk menyerap aspirasi, menyampaikan kinerja, dan sebagai bentuk pertanggungjawaban publik. *Ketiga*, sebagai sarana hiburan pengguna yang berfungsi untuk saluran ekspresi diri dan informasi aktivitas pribadi maupun keluarga (Hikmat, 2018).

Media sosial digunakan sebagai media sosialisasi atas aktivitas informan dalam menjalankan fungsi anggota dewan. Fungsi legislasi dan pengawasan adalah fungsi yang banyak dikomunikasikan melalui media sosial. Fungsi anggaran hanya dilakukan oleh satu informan. Selain digunakan terkait fungsi anggota dewan, media sosial juga digunakan informan untuk mengkomunikasikan hal di luar kedewanan seperti berbagi informasi kegiatan, berbagi pandangan pribadi soal isu yang hangat diperbincangkan di masyarakat, maupun untuk berbagi sarana hiburan bagi sang pemilik akun.

Namun di satu sisi anggota dewan menyadari bahwa pesan terkait fungsi anggota dewan yang mereka bagi ke media sosial tidak mendapat respon sejauh yang mereka harapkan. Mereka menyadari bahwa pesan terkait fungsi anggota dewan yang mereka bagi cenderung dianggap tidak menarik untuk sebagian besar

orang. Sehingga ketika orang hanya merespon dengan mengklik *Like* sudah dipandang sebagai respon yang sangat baik.

Penelitian ini dilakukan dengan mengevaluasi kampanye yang telah dilakukan oleh Sunarto yang mana salah satunya dengan menggunakan media sosial *Facebook*. Sunarto sebelumnya adalah sebagai penghulu atau kepala desa selama dua periode dikampungnya yaitu Desa Berumbang Baru dan selama menjabat banyak perkembangan serta manfaat bagi masyarakat desa. Untuk lebih meningkatkan pembangunan desa serta manfaat yang lebih banyak lagi maka Sunarto bertekad untuk menjadi anggota DPRD.

Bagi informan, sifat interaktif dari media sosial membuat mereka dengan cepat bisa melihat respon *feedback* dari masyarakat informan. Meskipun informan anggota dewan mengakui bahwa respon dan *feedback* dari masyarakat terkait kinerja yang mereka sosialisasikan di media sosial belum sebaik yang mereka harapkan. Informan konstituen dalam jaringan media sosial anggota dewan menilai positif sosialisasi kegiatan dan gagasan terkait kinerja dewan. Mereka melihat komunikasi antara dewan dan rakyat yang diwakili bisa sangat cair melalui media sosial. Informan anggota dewan seringkali bertanya pendapat masyarakat, masyarakat pun tidak canggung menyampaikan aspirasinya.

Penilaian positif informan masyarakat semakin baik ketika aspirasi yang mereka sampaikan di media sosial ditindaklanjuti melalui solusi nyata oleh informan anggota dewan. Media sosial bisa menjadi bagian dari alat personal *branding* untuk anggota dewan. *Personal branding* merupakan proses dimana orang dan karir mereka dipandang sebagai *brand* dan dibedakan tujuannya dari

manajemen reputasi dan manajemen kesan. Ia secara langsung ditujukan untuk menciptakan *brand* ekuitas dan aset yang membedakan ia dari orang lain. Biasanya upaya *branding* membutuhkan dukungan finansial yang ekstensif untuk mendukung promosi dalam menciptakan *brand awareness* dan selanjutnya *brand loyalty*. Media sosial dengan struktur ideologis dan teknologinya memberi kesempatan pada orang untuk mempromosikan dirinya sendiri sebagai *brand* dengan cara yang relative mudah dan efisien (Karaduman, 2013:39).

Semakin sering pesan diulang, semakin besar peluang seseorang untuk memikirkan konten pesan. Semakin seseorang mendapatkan gangguan, semakin rendah peluang orang untuk memikirkan pesan yang tengah berlangsung atau dikirimkan. Pesan yang tertulis menyajikan kesempatan yang lebih besar pada seseorang untuk mengelaborasi pesan dibandingkan dengan pesan audio. Hal itu terjadi karena orang dapat memroses pesan tertulis dengan cara mereka sendiri. Jika pesan tidak utuh atau jika orang tidak memiliki skema atau *framework* untuk dihubungkan dengan kepercayaan yang telah ada, maka kemampuan proses informasi tidak dapat muncul. Meskipun motivasi memproses informasi telah mencukupi.

Berdasarkan latar belakang dan masalah tersebut maka dapat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai : **Pemanfaatan Facebook Sebagai Media Kampanye Calon Anggota DPRD Kabupaten Siak Sunarto Tahun 2019.**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang dipaparkan diatas penulis berusaha memberikan identifikasikan masalah sebagai berikut :

1. Masyarakat lebih banyak mengetahui calon anggota DPRD ini melalui kampanye masal yang dilakukan dimasing-masing desa.
2. Tidak banyak masyarakat yang mengetahui kampanye yang dilakukan Sunbarto ini melalui Facebook.

C. Fokus Penelitian

Adapun fokus dalam penelitian ini adalah pemanfaatan Facebook sebagai media kampanye calon anggota DPRD Kabupaten Siak Sunarto Tahun 2019 dan faktor penghambatnya.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah :

1. Bagaimana pemanfaatan Facebook sebagai media kampanye calon anggota DPRD Kabupaten Siak Sunarto Tahun 2019.
2. Apa faktor penghambat dalam pemanfaatan Facebook sebagai media kampanye calon anggota DPRD Kabupaten Siak Sunarto Tahun 2019.

E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Suatu penelitian harus memiliki tujuan yang jelas. Hal ini diperlukan untuk mengetahui apa yang sebenarnya dicari oleh peneliti sehingga memberikan

arahan dalam melangkah sesuai dengan maksud penelitian. Maka tujuan yang akan dicapai dari penelitian ini adalah :

- a. Untuk mengetahui dan mendapatkan gambaran mengenai pemanfaatan Facebook sebagai media kampanye calon anggota DPRD Kabupaten Siak Sunarto Tahun 2019.
- b. Untuk mengetahui faktor penghambat dalam pemanfaatan Facebook sebagai media kampanye calon anggota DPRD Kabupaten Siak Sunarto Tahun 2019.

2. Kegunaan Penelitian

a. Secara Teoritis

1. Dapat menambah pengetahuan, pengalaman dan pemahaman terhadap permasalahan yang diteliti.
2. Dapat memberikan sumbangan berarti bagi perkembangan ilmu komunikasi khususnya di Konsentrasi media masa dalam hal ini mengenai pemanfaatan media sosial.

b. Secara Praktis

1. Dapat memberikan jawaban terhadap permasalahan yang diteliti.
2. Dapat memberi masukan bagi para pihak yang berkepentingan dan referensi bagi penelitian berikutnya.
3. Diharapkan penelitian ini mampu memberikan sumbangan pemikiran kepada calon DPRD dalam meningkatkan antusias masyarakat yang mengikuti kampanye.

BAB II

TINJAUAN KEPUSTAKAAN

A. Kajian Literatur

1. Komunikasi

Manusia adalah makhluk sosial, dan tindakannya yang pertama dan yang paling penting adalah tindakan sosial. Suatu tindakan untuk saling mempertukarkan pengalaman, saling mengutarakan perasaan atau saling mengekspresikan serta menyetujui sesuatu pendirian atau keyakinan. Oleh karena itu, di dalam tindakan sosial haruslah terdapat elemen-elemen yang umum, yang sama-sama diBaiki dan dipahami oleh sejumlah orang yang merupakan kumpulan masyarakat. Untuk menghubungkan sesama anggota masyarakat maka diperlukan komunikasi (Tinambunan, 2010:21).

Komunikasi merupakan aktifitas manusia yang sangat penting, bukan hanya dalam kehidupan organisasi, namun dalam kehidupan manusia secara umum. Tiada hari tanpa komunikasi, sepanjang detak jantung masih ada. Bahkan orang yang melakukan meditasipun pada hakekatnya sedang melakukan komunikasi. termasuk orang yang sedang bertapa di suatu tempat yang dianggap keramat.

Komunikasi menurut Harahap (2016:2) adalah suatu proses penyampaian pesan dari seseorang kepada orang lain melalui proses tertentu sehingga tercapai apa yang dimaksudkan atau diinginkan oleh kedua belah pihak. Di dalam komunikasi terkandung maksud atau tujuan yang jelas antara si penyampai atau

pengirim pesan (komunikator) dengan si penerima pesan (komunikan). Maksud dan tujuan yang jelas antara kedua belah pihak akan mengurangi gangguan atau ketidakjelasan, sehingga komunikasi yang terjadi akan berjalan secara efektif.

Komunikasi dapat didefinisikan sebagai penyampaian informasi antara dua orang atau lebih. Komunikasi merupakan suatu proses yang vital dalam organisasi karena komunikasi diperlukan bagi efektifitas kepemimpinan, perencanaan, pengendalian, koordinasi, latihan, manajemen konflik, serta proses-proses organisasi lainnya. Komunikasi interpersonal biasanya didefinisikan sebagai komunikasi utama dan menggambarkan peserta yang saling bergantung satu sama lain dan memiliki sejarah bersama. Hal ini dapat melibatkan suatu percakapan atau individu berinteraksi dengan banyak orang dalam masyarakat. Ini membantu kita memahami bagaimana dan mengapa orang berperilaku dan berkomunikasi dengan cara yang berbeda untuk membangun dan menegosiasikan realitas sosial. Sementara komunikasi interpersonal dapat didefinisikan sebagai area studi sendiri, itu juga terjadi dalam konteks lain seperti kelompok dan organisasi (Sarwono, 2009:12).

Ilmu komunikasi menurut kamus komunikasi adalah proses penyampaian pesan dalam bentuk lambang bermakna sebagai paduan pikiran dan perasaan berupa ide, informasi, kepercayaan, harapan, imbauan dan sebagainya, yang dilakukan seseorang kepada orang lain, baik langsung secara tatap muka maupun tak langsung melalui media, dengan tujuan mengubah sikap pandangan atau perilaku. (Berasal dari bahasa Latin "*communication*" yang berarti pergaulan,

persatuan, peran serta kerjasama bersumber dari istilah “*communis*” yang berarti sama makna (Effendy, 2010:9).

Komunikasi itu sendiri merupakan pembagian dan pertukaran ide, informasi, pengetahuan, sikap atau perasaan di antara dua orang atau lebih yang mempunyai dan menggunakan tanda atau simbol-simbol yang ada (Liliweri, 2011:37). Jadi antara orang-orang yang terlibat dalam komunikasi harus terdapat kesamaan pengertian, jika tidak terjadi kesamaan makna, maka komunikasi tidak berlangsung dengan baik.

Secara umum istilah teori dalam ilmu sosial mengandung beberapa pengertian, yaitu (Effendy, 2010:9):

1. Teori adalah abstraksi dan realitas
2. Teori terdiri dari sekumpulan prinsip - prinsip dan definisi - definisi yang secara konseptual mengorganisasikan aspek - aspek dunia empiris secara sistematis
3. Teori terdiri dari asumsi - asumsi, proposisi - proposisi, dan aksioma - aksioma dasar yang saling berkaitan
4. Teori terdiri dari teorema - teorema, yakni generalisasi - generalisasi yang diterima / terbukti secara empiris

Dari pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa teori pada dasarnya merupakan "konseptualisasi atau penjelasan logis dan empiris tentang suatu fenomena". Teori memiliki 2 ciri umum, yaitu:

1. Semua teori adalah "abstraksi" mengenai suatu hal. Dengan demikian teori sifatnya terbatas.
2. Semua teori adalah konstruksi ciptaan individual manusia. Oleh sebab itu sifatnya relatif tergantung pada cara pandang si pencipta teori.

Proses pengembangan atau pembentukan teori umumnya mengikuti model pendekatan eksperimental yang lazim dipergunakan dalam ilmu pengetahuan alam. Komunikasi dapat ditinjau dari beberapa karakteristik Baik dengan bidang dan permasalahannya. Menurut Effendy (2012:6) komunikasi dapat ditinjau dari komponen, bentuk, sifat, teknik, tujuan, fungsi dan modelnya :

1. Komponen Komunikasi

- a) Komunikator (*Communicator*)
- b) Pesan (*Message*)
- c) Media
- d) Komunikan (*Communican*)
- e) Efek (*Effect*)

2. Bentuk Komunikasi

- a) Komunikasi Personal (*Interpersonal Communication*)
- b) Komunikasi Kelompok (*Group Communication*)
- c) Komunikasi Massa (*Mass Communication*)
- d) Komunikasi Media (*Medio Communication*)

3. Sifat Komunikasi

- a) Tatap muka (*face to face*)
- b) Bermedia (*mediated*)

- c) Verbal
 - d) Nonverbal
4. Teknik Komunikasi
- a) Komunikasi Informatif (*Informative Communication*)
 - b) Komunikasi Persuasif (*Persuasive Communication*)
 - c) Komunikasi Instruktif/Koersif (*Instructive/coershe Communication*)
 - d) Hubungan Manusiawi (*Human Relations*)
5. Tujuan Komunikasi
- a) Perubahan sikap (*Attitude Change*)
 - b) Pembahan pendapat (*Opinion Change*)
 - c) Perubahan prilaku (*Behavior Change*)
 - d) Perubahan sosial (*Social Change*)
6. Fungsi komunikasi
- a) Menyampaikan informasi (*to inform*)
 - b) Mendidik (*to educate*)
 - c) Menghibur (*to entertain*)
 - d) Mempengaruhi (*to influence*)
7. Model Komunikasi
- a) Komunikasi satu tahap (*One step flow communication*)
 - b) Komunikasi dua tahap (*Two step flow communication*)
 - c) Komunikasi multi tahap (*Multi step flow communication*)

Berdasarkan karakteristik komunikasi tersebut diatas maka komunikasi dapat dikelompokkan atas beberapa bagian baik dengan permasalahannya.

2. Hambatan Komunikasi

Menurut Effendi (2010:11) bahwa ada beberapa faktor penghambat komunikasi diantaranya:

1. Hambatan sosial-antri-psikologi

Proses komunikasi berlangsung dalam konteks situasional (*situational context*). Ini berarti komunikator harus memperhatikan situasi ketika komunikasi dilangsungkan, sebab situasi amat berpengaruh terhadap kelancaran komunikasi.

a. Hambatan sosiologis

Seorang sosiolog Jerman bernama Ferdinand Tönnies mengklasifikasikan kehidupan manusia dalam masyarakat menjadi dua jenis pergaulan yang dinamakan *Gemeinschaft* dan *Gesellschaft*. *Gemeinschaft* adalah pergaulan hidup bersifat pribadi, statis, dan tak rasional, seperti dalam kehidupan rumah tangga. Sedangkan *Gesellschaft* adalah pergaulan hidup yang bersifat tak pribadi, dinamis, dan rasional seperti pergaulan di kantor dan dalam organisasi.

Contoh berkomunikasi dalam *Gemeinschaft* adalah seorang istri dan anak tidak akan menjumpai banyak hambatan karena sifatnya personal atau pribadi sehingga dapat dilakukan dengan santai, sedangkan *Gesellschaft* seorang yang bagaimanapun tingginya kedudukan yang ia jabat, ia akan menjadi bawahan orang lain. Seorang kepala desa mempunyai kekuasaan di daerahnya, tetapi ia harus tunduk kepada camat, dan begitu lah seterusnya.

b. Hambatan antropologis

Dalam melancarkan komunikasinya seorang komunikator tidak akan berhasil apabila ia tidak mengenal siapa komunikan yang dijadikan sasarannya. Yang dimaksud “siapa” disini bukan orang nya melainkan rasa apa, bangsa apa, atau suku apa.

Komunikasi akan berjalan lancar jika suatu pesan yang disampaikan komunikator diterima oleh komunikan secara tuntas. Seorang pemirsa mungkin menerima acara yang disiarkan dengan baik karena gambar yang ditampilkan pada pesawat amat terang dan suara yang keluar amat jelas, tetapi mungkin ia tidak dapat menerima ketika seseorang pembicara pada acara itu mengatakan bahwa daging lezat sekali. Si pemirsa tadi hanya menerimanya dalam pengertian *accepted* (secara rohani) jadi teknologi komunikasi tanpa dukungan kebudayaan tidak akan berfungsi.

c. Hambatan psikologi

Faktor psikologi sering kali menjadi hambatan dalam komunikasi. Hal ini umumnya disebabkan si komunikator sebelum melancarkan komunikasinya tidak mengkaji diri komunikan. Komunikasi sulit untuk berhasil apabila komunikan sedang sedih, bingung, marah, merasa kecewa, dan lain-lainnya.

Prasangka merupakan salah satu hambatan berat bagi kegiatan komunikasi, karena orang yang berprasangka belum apa-apa sudah bersikap menentang komunikator. Pada orang bersikap prasangka

emosinya menyebabkan dia menarik kesimpulan tanpa menggunakan pikiran secara rasional.

2. Hambatan sematis

Faktor sematis menyangkut bahasa yang dipergunakan komunikator sebagai “alat” untuk meyalurkan pikiran dan perasaannya kepada komunikan. Demi kelancaran komunikasinya seorang komunikator harus benar-benar memperhatikan gangguan sematis ini, sebab salah ucap atau salah tulis dapat menimbulkan salah pengertian yang akhirnya menyebabkan salah komunikasi.

3. Hambatan mekanis

Hambatan mekanis dijumpai pada media yang dipergunakan dalam melancarkan komunikasi. Banyak contoh yang kita alami dalam kehidupan sehari-hari, suara yang hilang-muncul pada radio, suara telephon yang krotokan, ketikan huruf yang buram pada surat.

4. Hambatan ekologis

Hambatan ini terjadi disebabkan oleh gangguan lingkungan terhadap proses berlangsungnya komunikasi, jadi datangnya dari lingkungan.

Contoh nya hambatan ekologis adalah suara riuh orang-orang atau kebisingan lalu lintas pada saat komunikator berpidato

Menurut Suranto (2010:17) bahwa faktor penghambat efektivitas komunikasi juga ada beberapa diantaranya:

a. komunikator rendah

Komunikator yang tidak berwibawa dihadapan komunikan, menyebabkan berkurangnya perhatian komunikan terhadap komunikator.

b. Kurang memahami latar belakang sosial dan budaya

Nilai-nilai sosial budaya yang berlaku disuatu komunitas atau di masyarakat harus diperhatikan, sehingga komunikator dapat menyampaikan pesan dengan baik, tidak bertentangan dengan nilai-nilai sosial budaya yang berlaku.

c. Kurang memahami karakteristik komunikan

Karakteristik komunikan meliputi tingkat pendidikan, usia, jenis kelamin, dan sebagainya perlu dipahami oleh komunikator. Apabila komunikator kurang memahami, cara komunikasi yang dipilih mungkin tidak sesuai dengan karakteristik komunikan.

d. Prasangka buruk

Prasangka negatif antara pihak-pihak yang terlibat komunikasi harus dihindari, karena dapat mendorong kearah sikap apatis dan penolakan.

e. Komunikasi satu arah

Komunikasi berjalan satu arah, dari komunikator kepada komunikan terus-menerus dari awal sampai akhir, menyebabkan hilangnya kesempatan komunikan untuk menerima penjelasan terhadap hal-hal yang belum dimengerti.

3. Strategi Komunikasi

a. Defenisi Strategi Komunikasi

Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan Manajemen untuk mencapai suatu tujuan. Akan tetapi, untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan

harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya. Demikian pula dengan strategi komunikasi yang merupakan paduan perencanaan komunikasi (*communication planning*) dengan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Strategi komunikasi ini harus mampu menunjukkan bagaimana operasionalnya secara praktis harus dilakukan, dalam arti bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu-waktu bergantung pada situasi dan kondisi. (Effendy, 2012:32).

Keberhasilan kegiatan komunikasi banyak ditentukan oleh penentuan strategi komunikasi. Di lain pihak jika tidak ada strategi komunikasi yang baik efek dari proses komunikasi (terutama komunikasi media massa) bukan tidak mungkin akan menimbulkan pengaruh negatif. Sedangkan untuk menilai proses komunikasi dapat di telaah dengan menggunakan model-model komunikasi. Dalam proses kegiatan komunikasi yang sedang berlangsung atau sudah selesai prosesnya maka untuk menilai keberhasilan proses komunikasi tersebut terutama efek dari proses komunikasi tersebut digunakan telaah model komunikasi.

Namun dalam kajian ini strategi komunikasi akan dijadikan suatu pijakan dalam mengelola proses interaksi yang terjadi dalam suatu organisasi agar efektif dan efisien dalam mencapai tujuan didirikannya. Dengan perencanaan strategi komunikasi yang matang maka diharapkan kita bisa mendapatkan rasa saling pengertian sehingga hubungan baik antara perusahaan dan karyawannya dapat terjaga dengan baik. Rasa saling pengertian itu akan menimbulkan rasa saling mempercayai sehingga motivasi karyawan dalam melakukan pekerjaan akan menjadi lebih baik. Jadi dengan demikian strategi komunikasi adalah keseluruhan

perencanaan, taktik, cara yang akan dipergunakan untuk melancarkan komunikasi dengan memperhatikan keseluruhan aspek yang ada pada proses komunikasi untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

b. Tujuan Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi berfungsi sebagai pematangan rencana agar komunikasi yang dilakukan menjadi efektif. Sedangkan tujuannya adalah:

1. Memberitahu (*Announcing*)

Strategi bertujuan untuk memberitahukan informasi inti dari pesan yang ingin disampaikan guna menarik sasaran, yang nantinya akan memunculkan informasi-informasi pendukung lainnya ke permukaan.

2. Memotivasi (*Motivating*)

Seseorang melakukan tindakan dimulai dari motivasi yang ia ciptakan, maka dari itu strategi bertujuan untuk memotivasi seseorang agar melakukan hal berkaitan dengan tujuan atau isi pesan yang hendak disampaikan.

3. Mendidik (*Educating*)

Lebih dari sekedar memberitahu, strategi bertujuan untuk mendidik melalui pesan yang disampaikan sehingga masyarakat dapat menilai baik buruk atau perlu tidaknya menerima pesan yang kita sampaikan.

4. Menyebarkan informasi (*Informing*)

Untuk mengaktifkan komunikasi, strategi bertujuan untuk menyebarkan informasi secara spesifik sesuai dengan sasaran atau target komunikasi yang telah ditentukan.

5. Mendukung pembuatan keputusan (*Supporting decision making*)

Strategi disini bertujuan untuk membuat seseorang berani mengambil keputusan dari rangkaian penyampaian informasi yang didapatnya. Strategi komunikasi dianggap berhasil apabila terlaksana sesuai dengan perencanaan dan tujuan yang diinginkan oleh komunikator telah tercapai. (Liliweli, 2011:251).

c. Perumusan Strategi Komunikasi

Seorang perencana komunikasi untuk mencapai tujuan diperlukan perumusan strategi yang tepat sebelum melakukan segala sesuatunya. Namun kita perlu memahami apakah perumusan strategi menurut pendapat beberapa ahli. Menurut David Hunger & Thomas L. Wheelen “Perumusan Strategi adalah pengembangan rencana jangka panjang untuk manajemen efektif dari kesempatan dan ancaman lingkungan, dilihat dari kekuatan dan kelemahan perusahaan.” (Effendy, 2012 : 34)

Menurut pendapat diatas artinya sebelum perumusan dilakukan diadakan penelitian apa saja yang menjadi kekuatan dan kelemahan perusahaan, juga apa saja yang mendatangkan ancaman atau bahkan kesempatan bagi perusahaan. Pendapat ini tidak jauh berbeda dengan apa yang disampaikan oleh Yosol Iriantara yang mengatakan bahwa “Perumusan strategi merupakan keputusan atas pilihan strategi yang digunakan untuk mencapai tujuan yang ditetapkan setelah analisis lingkungan internal dan eksternal sudah dilakukan.” (Effendy, 2012 : 34)

Perumusan strategi komunikasi seperti yang diusulkan oleh Anwar Arifin (2010:29) terbagi atas beberapa tahapan, yakni :

1. Mengenal khalayak

Mengenal khalayak perlu dilakukan guna memaksimalkan strategi agar dapat berjalan sesuai dengan harapan dan agar mampu menjadi tolak ukur guna menentukan strategi apa yang akan digunakan. Khalayak merupakan komunikan yang akan menerima pesan dan menjadi fokus dalam program komunikasi, sehingga mengenal khalayak menjadi sangat penting.

2. Menyusun pesan

Setelah mengenali khalayak, komunikator perlu untuk menyusun pesan apa yang akan disampaikan dan disebarkan kepada komunikan dalam hal ini adalah khalayak. Pesan perlu disesuaikan dengan latar belakang khalayak, baik secara ekonomi, pendidikan, sosial budaya ataupun agama.

3. Menetapkan metode yang dipakai

Setelah pesan disusun sesuai dengan khalayak, maka metode penyebaran pesan kepada khalayak juga perlu dikaji. Dalam konteks komunikasi metode ini terkait dengan jenis komunikasi yang akan dipakai.

4. Seleksi dan penggunaan media

Seleksi dan penggunaan media menjadi penentu sampainya pesan kepada target komunikan. Penggunaan media sangat disesuaikan dengan karakteristik khalayak, jenis pesan dan metode komunikasi yang diterapkan, apakah menggunakan media cetak atau surat kabar, radio ataupun televisi dan media online.

4. Kampanye di Media Sosial (*Online*)

Douglas Hagar (2014) dalam *Campaigning Online: Social Media in the 2010 Niagara Municipal Elections* (dalam Ardha, 2014:108), menuturkan bahwa 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. Selain itu, biaya kampanye media sosial juga jauh lebih murah karena tidak ada biaya yang langsung diasosiasikan dengan media sosial semacam *Facebook*, *Twitter*, dan *Youtube*. 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.

Tasente juga mengatakan dukungan di dunia maya tidak berdiri sendiri. Tidak selalu kesuksesan kampanye di media sosial otomatis membuat kandidat menang dalam sebuah pemilihan. Kampanye di media sosial juga harus diikuti dengan triangulasi metode kampanye. Artinya, kampanye media sosial yang gencar juga harus diikuti kampanye tatap muka ataupun bentuk kampanye tradisional lainnya. Ini karena penelitian di beberapa negara juga menunjukkan modal kampanye yang besar justru mendominasi tingkat keterpilihan ketimbang media sosial (dalam Ardha, 2014:108).

Penggunaan media sosial di Indonesia untuk kampanye bukan hal yang benar-benar baru. Hanya saja, baru pada pemilihan kepala daerah serentak 2015, Komisi Pemilihan Umum mengatur penggunaannya di dalam Peraturan Komisi Pemilihan Umum (PKPU) Nomor 7 Tahun 2015 tentang Kampanye Pilkada. PKPU itu menyebutkan, tim sukses wajib mendaftarkan akun resmi di media sosial kepada KPU daerah paling lambat sehari sebelum pelaksanaan kampanye. Selain itu, diatur pula konten kampanye serta durasi kampanye di media sosial. Pada pemilihan kepala daerah serentak kali ini, Badan Pengawas Pemilihan Umum (Bawaslu) mencatat sebanyak 26% dari 105 calon kepala daerah di 58 kabupaten dan kota dijadikan sample pengawasan menggunakan media sosial sebagai sarana kampanye. Dari jumlah itu, sebanyak 57% menggunakan *Facebook* dan 27% menggunakan *Twitter*.

Ketua Bawaslu Muhammad menuturkan, kesempatan kampanye media sosial bagi para calon juga memberi tantangan bagi pengawas pemilihan umum. Ini karena panitia pengawas juga punya keterbatasan dalam menertibkan secara langsung akun media sosial. Untuk itu, Bawaslu menggandeng lembaga negara terkait yang berhubungan dengan media secara umum dan jurnalisisme khususnya. Kampanye media sosial juga membuka peluang/potensi munculnya konsultan-konsultan media sosial yang menggerakkan pasangan calon. Mengenai hal itu, Komisioner KPU Hadar Nafis Gumay mengaku belum ada pengaturan khusus. Hanya saja, jika konsultan-konsultan media sosial masuk dalam tim kampanye atau jasa konsultasi itu bagian dari lembaga survei, mereka harus mendaftar ke KPU.

5. Partisipasi Politik, Media Baru dan Demokrasi

Menurut Mc Quail (2012:165), media massa pers dan siaran awal secara luas dipandang menguntungkan (bahkan perlu) bagi berjalannya politik yang demokratis. Keuntungan berasal dari arus informasi tentang peristiwa publik kepada semua warga negara dan terbukanya politikus dan pemerintah bagi sorotan dan kritik publik. Media elektronik baru secara luas disambut sebagai cara yang potensial untuk lari dari politik “top-down” yang opresif dari demokrasi massa, di mana partai politik yang terorganisasi secara ketat membuat kebijakan secara sepihak dan memobilisasi dukungan di belakang mereka dengan perundingan dan masukan akar rumput yang minimal. Mereka menyediakan alat untuk penyediaan informasi politik dan gagasan yang sangat dibedakan, akses yang hampir tidak terbatas dalam teori untuk semua suara, dan banyak umpan balik dan perundingan antara pemimpin dan pengikut. Mereka menjanjikan forum-forum bagi perkembangan kelompok kepentingan dan pembentukan opini. Mereka memungkinkan dialog berlangsung antara politikus dan warga negara yang aktif tanpa campur tangan mesin partai yang tak terhibdarkan.

Perkembangan teknologi media baru (*new media*) menghasilkan perubahan besar dalam pengalaman politik masyarakat. Media baru dirancang untuk meningkatkan jangkauan, kecepatan dan efisiensi komunikasi manusia, memiliki potensi untuk memperkuat dan meningkatkan mutu demokrasi.

Komunikasi adalah tulang punggung demokrasi; seluruh proses demokrasi dilangsungkan dengan komunikasi. Kemajuan teknologi yang sangat cepat akhir-akhir ini telah mendorong globalisasi informasi, yang pada gilirannya membawa

tekanan yang intens terhadap Negara berkembang untuk reformasi ke arah demokrasi Barat. Teknologi media baru, menurut Dahlan, makin banyak diterapkan dalam proses demokrasi di Asia – meskipun tidak selalu berhasil baik dan kadang-kadang dapat juga menimbulkan akibat yang justru tidak membantu pertumbuhan demokrasi.

Para ahli memandang bahwa hubungan media baru dan demokrasi dalam berbagai konteks politik, internet atau media digital memiliki potensi untuk meningkatkan komunikasi publik dan memperkaya demokrasi. Penelitian awal mengenai potensi internet untuk membentuk kembali demokrasi, menurut Aeron Davis, sangat dipengaruhi oleh nilai-nilai normatif yang disajikan dalam karya langsung para pembela demokrasi dan ruang publik seperti Habermas, Bohman, Dryzek, Putnam. Mereka berpendapat bahwa Teknologi Komunikasi dan Informasi (ICT) menawarkan perangkat untuk menerapkan teori mengenai demokrasi dan ruang publik, khususnya mengenai partisipasi masyarakat yang lebih inklusif dan pertukaran deliberatif antara warga negara biasa dan elit politik. Dengan demikian, secara teoritis, internet memiliki potensi untuk pembaharuan dan pengembangan demokrasi (Lailiyah, 2017).

Penegasan McQuail, bahwa gagasan tentang ranah publik dan masyarakat sipil (*civil society*) yang dibahas dimana-mana telah menstimulasi gagasan bahwa media baru secara ideal sesuai untuk menempati ruang masyarakat sipil di antara ranah pribadi dan ranah kegiatan negara. Gagasan ideal tentang ranah publik sebagai arena terbuka bagi percakapan publik, debat dan, pertukaran gagasan terlihat dapat dipenuhi oleh bentuk-bentuk komunikasi (khususnya Internet) yang

memungkinkan warga negara mengekspresikan pandangan mereka dan saling berkomunikasi dengan para pemimpin politik mereka tanpa meninggalkan rumah masing-masing.

Argumen untuk menyambut “politik baru” yang berlandaskan media baru cukup beragam dan melibatkan perspektif yang berbeda-beda. Survei, pemungutan suara, dan televoting cocok untuk pandangan ini, menggantikan proses yang lebih lama. Kedua, terdapat pandangan “komunitarian” (*communitarian*) yang mengharapkan keuntungan datang dari partisipasi dan masukan akar rumput yang lebih besar dan penguatan komunitas politik yang lebih lokal. Ketiga, terdapat keuntungan yang dirasakan atas “demokrasi keterlibatan” yang dimungkinkan dengan meningkatkan teknologi untuk interaksi dan pertukaran ide dalam ranah publik (Coleman, 2001; dalam Mc Quail, 2012:166).

Gonjang-ganjing dunia politik di Indonesia membawa sebuah pengaruh sosial yang luas di kalangan masyarakat. Media sosial turut ambil bagian sebagai alat komunikasi yang efektif dipilih masyarakat untuk menyalurkan pendapat dan aspirasinya. Informasi yang beredar di media sosial segera mendapat tanggapan atau *feedback* yang cepat dan langsung. Terjadi komunikasi tidak hanya dua arah namun juga komunikasi kolektif dari sekelompok orang yang memiliki ketertarikan yang sama. Media sosial sebagai perkembangan dari teknologi internet merupakan media baru yang memberikan alternatif bentuk komunikasi yang dinamis kepada masyarakat. Media memiliki perspektif yang menjadi kerangka acuan dalam kegiatannya, yang sangat berhubungan dengan dukungan

atau penolakan atas ide tertentu. Media memiliki kemampuan untuk membentuk pendapat umum. Adanya pendapat umum dengan *snowball effect* akan sangat mungkin mendorong sikap dan perilaku khalayak atas isu politik tertentu.

Kehadiran media sosial, seperti *Facebook*, *Twitter*, *YouTube* serta *Blog*, partisipasi politik masyarakat khususnya kaum muda melalui internet meningkat pesat. Partisipasi politik melalui sosial media di Indonesia merupakan satu hal yang sempat menjadi fenomena beberapa saat lalu, ketika warga melancarkan desakkan politik dan memobilisasi opini publik secara online. Meskipun gerakan politik tersebut tidak selalu berhasil dalam mengusung isu-isu politik tertentu untuk menekan pemerintah, namun tidak jarang gerakan melalui media sosial berhasil mendesak pemerintah untuk mengubah kebijakan-kebijakan yang kontroversial tersebut. Gerakan politik melalui media sosial tersebut merupakan sebuah bentuk dari *cyberdemocracy*, *cyberpolitic*, atau *cyberprotest* di Indonesia (Hikmat, 2018).

Partisipasi politik mungkin tampak terlihat sederhana, yaitu bagaimana warga negara mengambil bagian dalam proses perumusan dan penerapan kebijakan publik. Pandangan tersebut menunjukkan persyaratan bahwa partisipasi politik harus melibatkan beberapa derajat efektivitas dan intensionalitas minimal dalam memberikan kontribusi bagi pembuatan kebijakan publik. Moyser, George Political Participation dalam Roland Axtmann (ed). *Understanding Democratic Politics: An Introduction*, menggolongkan partisipasi politik dalam dua level: *Pertama*, apa yang disebut partisipasi politik selalu melibatkan informasi yang baik yang digunakan oleh warga negara yang bertanggung jawab dan terbuka

untuk kepentingan bersama. Dalam konteks ini, partisipasi politik hanya terjadi jika dilakukan secara bertanggung jawab untuk menghasilkan informasi yang baik. Dengan demikian, partisipasi berkaitan dengan upaya untuk meningkatkan pengetahuan politik (*political knowledge*). *Kedua*, berkaitan dengan dampak yang muncul dari partisipasi politik terhadap pengambilan kebijakan publik. Partisipasi politik harus memiliki dampak, setidaknya untuk meningkatkan kesadaran politik dan serta memberikan pengetahuan kepada publik (Hikmat, 2018).

6. Media Sosial

Media sosial merupakan salah satu media instan yang saat ini memang memiliki berbagai fungsi dalam perannya. Selain berfungsi sebagai alat untuk berkomunikasi, media massa juga menjadi sarana untuk penggunaannya dalam menggali berbagai informasi. Definisi media sosial tidak serta merta merupakan gagasan yang tidak berdasar yang dikemukakan oleh para ahli tersebut. media sosial memiliki peran dan dampak bagi kehidupan masyarakat yang harus didesain sedemikian rupa agar media sosial tetap pada fungsi dan tujuan media sosial itu sendiri dan memiliki manfaat dalam kehidupan setiap individu (Setiadi, 2016).

Seperti yang dikemukakan oleh Henderi, bahwa pengertian media sosial adalah situs jaringan sosial berbasis web yang memungkinkan bagi setiap individu untuk membangun profil publik ataupun semi public dalam sistem terbatas, daftar pengguna lain dengan siapa mereka terhubung, dan melihat serta menjelajahi daftar koneksi mereka yang dibuat oleh orang lain dengan suatu sistem (Henderi, 2007: 3)

Sedangkan menurut Phillip Kotler dan Kevin Keller media sosial adalah sarana bagi konsumen untuk berbagi informasi teks, gambar, video dan audio dengan satu sama lain dan dengan perusahaan dan sebaliknya (Keller 2012: 568)

Teknologi-teknologi web baru memudahkan semua orang untuk membuat dan yang terpenting menyebarkan konten mereka sendiri. Post di Blog, tweet, instagram, facebook, atau video di YouTube yang dapat direproduksi dan dilihat oleh jutaan orang secara gratis. Pemasang iklan tidak harus membayar banyak uang kepada penerbit atau distributor untuk memasang iklannya. Sekarang pemasang iklan dapat membuat konten sendiri yang menarik dan dilihat banyak orang (Zarrella, 2010:2).

Pada perannya saat ini, media sosial telah membangun sebuah kekuatan besar dalam membentuk pola perilaku dan berbagai bidang dalam kehidupan masyarakat. hal ini yang membuat fungsi media sosial sangat besar. Adapun fungsi media sosial diantaranya sebagai berikut :

1. Media sosial mendukung demokratisasi pengetahuan dan informasi. Mentransformasi manusia dari pengguna isi pesan menjadi pembuat pesan itu sendiri.
2. Media sosial adalah media yang didesain untuk memperluas interaksi sosial manusia dengan menggunakan internet dan teknologi web.
3. Media sosial berhasil mentransformasi praktik komunikasi searah media siaran dari dari satu institusi media ke banyak audience ke dalam praktik komunikasi dialogis antara banyak audience.

7. Pengertian Facebook

Facebook menurut wikipedia berbahasa Indonesia adalah sebuah layanan jejaring sosial dan situs web yang diluncurkan pada 4 Februari 2004. *Facebook* didirikan oleh Mark Zuckerberg, seorang mahasiswa Harvard kelahiran 14 Mei 1984 bersama teman sekamarnya dan sesama mahasiswa Universitas Harvard, Eduardo Saverin, Andrew McCollum, Dustin Moskovitz, dan Chris Hughes. Pada awal masa kuliahnya, situs jejaring sosial ini keanggotaannya masih dibatasi untuk mahasiswa dari Harvard College. Dalam dua bulan selanjutnya, keanggotaannya diperluas ke sekolah lain di wilayah Boston (Boston College, Universitas Boston, MIT, Tufts), Rochester, Stanford, NYU, Northwestern, dan semua sekolah yang termasuk dalam Ivy League.

Sampai akhirnya, pada September 2006, *Facebook* mulai membuka pendaftaran bagi siapa saja yang memiliki alamat email. Fitur yang ditawarkan *Facebook* sebagai situs jejaring sosial membuat banyak orang menggunakannya. Situs ini secara perlahan membuka diri kepada mahasiswa di universitas lain sebelum dibuka untuk siswa sekolah menengah atas, dan akhirnya untuk setiap orang yang berusia minimal 13 tahun. Meski begitu, menurut survei Consumer Reports bulan Mei 2011, ada 7,5 juta anak di bawah usia 13 tahun yang memiliki akun *Facebook* dan 5 juta lainnya di bawah 10 tahun, sehingga melanggar persyaratan layanan situs ini.

Pada 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".

Studi *Compete.com* bulan Januari 2009 menempatkan *Facebook* sebagai layanan jejaring sosial yang paling banyak digunakan menurut jumlah pengguna aktif bulanan di seluruh dunia. *Entertainment Weekly* menempatkannya didaftar "terbaik" akhir dasawarsa dengan komentar, "Bagaimana caranya kita menguntit mantan kekasih kita, mengingat ulang tahun rekan kerja kita, mengganggu teman kita, dan bermain *Scrabulous* sebelum jejaring sosial *Facebook* diciptakan?"

Quantcast memperkirakan *Facebook* memiliki 138,9 juta pengunjung bulanan di AS pada Mei 2011. Menurut *Social Media Today* pada April 2010, sekitar 41,6% penduduk Amerika Serikat memiliki akun *Facebook*. Meski begitu, pertumbuhan pasar *Facebook* mulai turun di sejumlah wilayah dengan hilangnya 7 juta pengguna aktif di Amerika Serikat dan Kanada pada Mei 2011.

Nama layanan ini berasal dari nama buku yang diberikan kepada mahasiswa pada tahun akademik pertama oleh beberapa pihak administrasi universitas di Amerika Serikat dengan tujuan membantu mahasiswa mengenal satu sama lain. *Facebook* memungkinkan setiap orang berusia minimal 13 tahun menjadi pengguna terdaftar di situs ini.

Dewasa ini penggunaan situs jejaring sosial sebagai media berinteraksi sosial secara online sudah begitu meluas bahkan mendunia. Banyak manfaat yang bisa didapat dengan bergabung dalam situs jejaring sosial seperti *Facebook* ini. Diantaranya dapat berkoneksi dengan teman, baik itu teman baru atau lama, keluarga, dan lain-lain tanpa terhalang oleh jarak tempat. Selain itu, kita juga bisa memanfaatkan banyak fitur hiburan yang tersedia secara gratis. Diantaranya quiz, games, chat, dan masih banyak yang lainnya. Game yang menjadi favorit *Facebooker* diantaranya *Texas Hold'em Poker* (Zynga Poker), *Farmville*, dan lain-lain.

Bagi para remaja, *Facebook* juga difungsikan sebagai ajang narsis biar eksis. Diantaranya dengan mengupload koleksi foto pribadinya yang biasanya tak jarang merupakan hasil editan. Bagi yang tak suka narsis dan eksis biasanya lebih suka menggunakan avatar atau gambar binatang lucu untuk foto profilnya. Sekedar info, untuk mengedit foto secara online ataupun membuat avatar silahkan anda kunjungi halaman berikut daftar situs edit foto online.

B. Defenisi Operasional

1. Kampanye adalah suatu proses yang dirancang secara sadar, bertahap dan berkelanjutan yang dilaksanakan untuk mengenal dan mengetahui siapa calon anggota DPRD yang akan ikut dalam Pilkada dan menjadi pilihan masyarakat.
2. *Facebook* adalah salah satu media yang digunakan untuk mempromosikan atau memberikan informasi terkait kampanye yang akan dilakukan dan mengenal secara lebih dalam mengenai anggota DPRD ini.

C. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

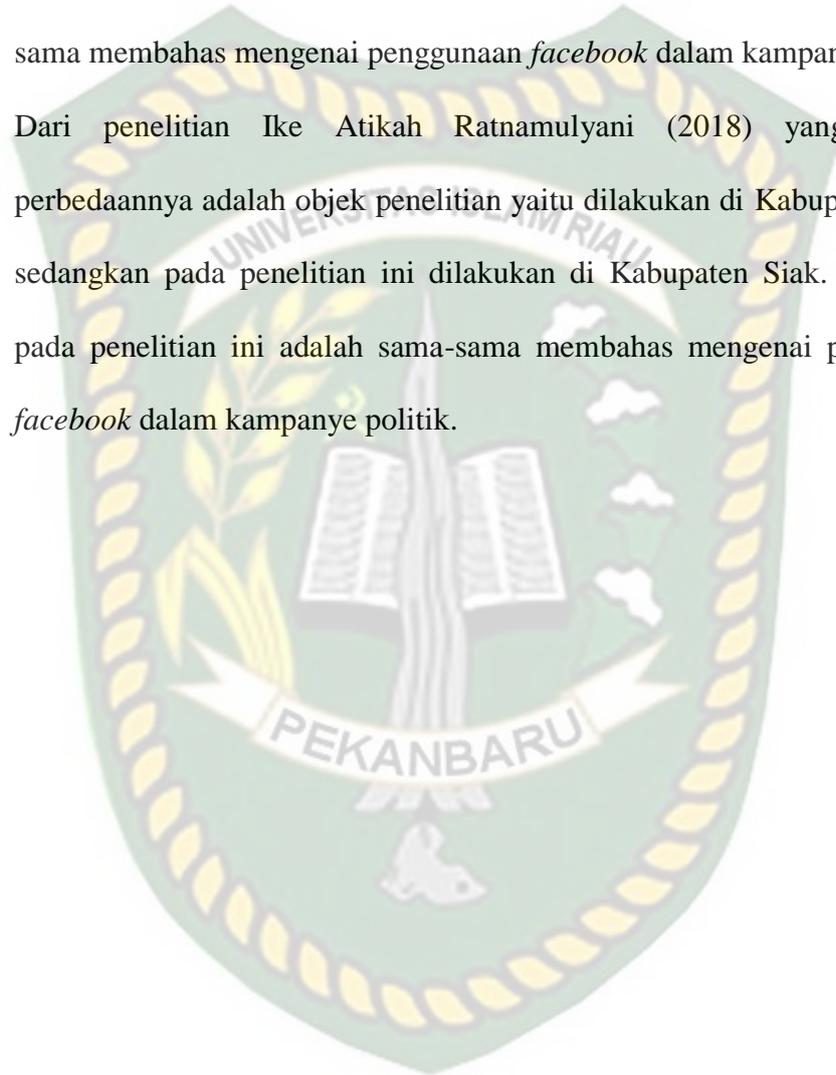
No	Nama Peneliti (tahun)	Judul	Permasalahan	Hasil Penelitian
1	Hendra Alfani (2018)	Peran <i>facebook</i> dalam kampanye politik Pemilukada di Kabupaten Ogan Kemiring Ulu	(1). Bagaimana partai politik (parpol) pengusung dan pendukung kedua pasangan calon Bupati dan Wakil Bupati OKU dalam Pemilukada serentak 2015 memanfaatkan jejaring sosial <i>facebook</i> yang dikelola oleh koalisi parpol pengusung/pendukung pasangan calon untuk mensosialisasikan dan mengkampanyekan pasangan calon yang diusung guna mendapatkan respon atau umpan balik yang positif serta dukungan yang signifikan dari pemilih pada pemilukada OKU 9 Desember 2015, dan (2). Bagaimana peran <i>Facebook</i> yang dikelola koalisi parpol pengusung/pendukung pasangan calon sebagai sarana komunikasi politik terhadap pemilih dalam pemilukada Kabupaten OKU 9 Desember 2015.	Hasil pengamatan dan analisis peneliti dapat disimpulkan bahwa peran Facebook bagi pemilih potensial adalah: (1). Sebagai sarana mencari informasi bagi pendukung tentang pasangan calon bupati dan wakil bupati dan referensi pandangan politik para pendukung dalam menjatuhkan pilihan politik terhadap pasangan calon bupati dan wakil bupati, (2). Sebagai bahan referensi mengenai informasi yang didapatkan dari media lain tentang calon bupati dan wakil bupati yang diusung, serta sebagai penghubung informasi mengenai pasangan calon bupati dan wakil bupati melalui link yang dibagikan melalui <i>facebook</i> parpol pengusung pasangan calon yang dapat diakses oleh pemilih potensial terkait informasi tentang pasangan calon bupati dan wakil bupati, dan (3). Sebagai sarana menyuarkan aspirasi, kritik, saran, tanggapan tentang informasi yang terkait tentang pasangan calon bupati dan wakil bupati yang akan bertarung dalam pemilukada Kabupaten OKU 2015.
2	Junaidi (2015)	Manfaat menganalisis pengaruh sosial media Facebook terhadap kampanye partai Politik di Indonesia	bagaimanakah manfaat menganalisis pengaruh sosial media Facebook terhadap kampanye partai Politik di Indonesia	Hasil penelitian ini mengangkat manfaat peran social media khususnya situs facebook sangatlah terasa dan dapat dilihat manfaatnya dalam meningkatkan popularitas sebuah partai politik selama melakukan kampanye. Meskipun tidak secara resmi diatur dalam undang-undang namun penggunaan sosial media

				sebagai alat atau sarana kampanye tetaplah diawasi dan dibatasi, namun demikian tetap diperbolehkan penggunaan sosial media sebagai salah satu sarana kampanye untuk memperoleh lebih banyak simpati dari masyarakat luas.
3	Ike Atikah Ratnamulyani (2018)	Peran media sosial dalam peningkatan partisipasi pemilih pemula Dikalangan pelajar di Kabupaten Bogor	Bagaimanakah Peran media sosial dalam peningkatan partisipasi pemilih pemula Dikalangan pelajar di Kabupaten Bogor	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengguna media sosial semakin masif di kalangan pelajar sebagai pemilih pemula di kabupaten Bogor untuk mengakses informasi tentang pemilu, yaitu sebagai pengguna Twiteer 35%, Facebook 28%, dan Instagram 28%. Sedangkan dikalangan para politisi/partai politik dalam kampanye politik masih rendah dalam penggunaan akun media sosial (82,7%). Kemudian konten kampanye politik para politisi dalam media sosial kurang menarik (94,2%). Adapun saran untuk para politisi antara lain: (1) Pemanfaatkan media sosial dalam kampanye pemilu secara optimal (2). Konten pesan politik sebaiknya disesuaikan dengan ciri khas pemilih pemula, seperti: sederhana, praktis, menarik dan mudah dipahami oleh mereka.

Perbandingan dengan penelitian terdahulu yaitu :

1. Dari penelitian Hendra Alfani (2018) yang menjadi perbedaannya adalah objek penelitian yaitu dilakukan di Kabupaten Ogan Kemiring Ulu sedangkan pada penelitian ini dilakukan di Kabupaten Siak. Persamaan pada penelitian ini adalah sama-sama membahas mengenai penggunaan *facebook* dalam kampanye politik.

2. Dari penelitian Junaidi (2015) yang menjadi perbedaannya adalah objek penelitian yaitu dilakukan di Indonesia sedangkan pada penelitian ini dilakukan di Kabupaten Siak. Persamaan pada penelitian ini adalah sama-sama membahas mengenai penggunaan *facebook* dalam kampanye politik.
3. Dari penelitian Ike Atikah Ratnamulyani (2018) yang menjadi perbedaannya adalah objek penelitian yaitu dilakukan di Kabupaten Bogor sedangkan pada penelitian ini dilakukan di Kabupaten Siak. Persamaan pada penelitian ini adalah sama-sama membahas mengenai penggunaan *facebook* dalam kampanye politik.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Adapun metode penelitian pada penelitian ini adalah menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif, yaitu merupakan prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan atau melukiskan keadaan subjek atau objek penelitian berdasarkan fakta yang tampak sebagaimana Nawawi, (2010:63). Dalam penelitian kualitatif dilakukan pengumpulan data yang dibutuhkan. Setelah data-data dikumpulkan maka, peneliti menganalisa secara kualitatif. Analisa kualitatif adalah analisa yang tidak menggunakan matematis, model statistik, ekonometrik, atau model-model tertentu lainnya melainkan berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau sebagaimana adanya Hasan, (2012:100). Alasan penelitian menggunakan metode kualitatif karena penelitian ini menggunakan sumber informan yang berguna untuk perolehan data yang dibutuhkan.

B. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek Penelitian

Moleong (2010: 132) mendeskripsikan subjek penelitian sebagai informan, yang artinya orang pada latar penelitian yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian. Berdasarkan pengertian tersebut peneliti mendeskripsikan subjek penelitian bahasa sebagai

pelaku bahasa yang merupakan sasaran pengamatan atau informan pada suatu penelitian yang diadakan oleh peneliti. Subjek penelitian ini yaitu :

1. Anggota DPRD Sunarto
2. Tim sukses sebanyak 2 orang, dengan alasan sebagai pendukung untuk pemilihan anggota DPRD Sunarto dan banyak mengatur dan membuat info di media sosial.
3. Masyarakat pemilih sebanyak 3 orang, dengan alasan untuk mengetahui lebih lanjut pengetahuannya terhadap media sosial sebagai sumber informasi dalam pemilihan anggota DPRD Sunarto.

Terkait pemilihan informan yang digunakan adalah *purposive sampling*, dimana peneliti cenderung memilih informasi yang dianggap tahu dan dapat dipercaya untuk menjadi sumber data yang mantap dan mengetahui masalah secara mendalam.

2. Objek Penelitian

Menurut Chaer (2012: 17) Objek penelitian merupakan hal yang menjadi titik perhatian dari suatu penelitian. Titik perhatian tersebut berupa substansi atau materi yang diteliti atau di pecahkan permasalahannya menggunakan teori-teori yang bersangkutan. Adapun objek dari penelitian ini yaitu pemanfaatan media sosial facebook sebagai media kampanye calon DPRD Sunarto Tahun 2019.

C. Lokasi dan Waktu Penelitian

Adapun tempat dari penelitian yang akan dilakukan adalah di Kabupaten Siak.

Waktu penelitian ini adalah dari Desember – Maret 2021

Tabel 3.2. Jadwal Kegiatan Penelitian

NO	Jenis Kegiatan	Bulan Dan Minggu Ke																KET	
		Desember				Maret				April				Mei					
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4		
1	Persiapan dan Penyusunan UP	X	X																
2	Seminar UP			X															
3	Revisi setelah sempro			X															
4	Peneliti Lapangan				X	X													
5	Pengolahan Dan Analisis Data						X	X											
6	Konsultasi Bimbingan Skripsi							X	X										
7	Ujian Skripsi									X									
8	Revisi Dan Pengesahan Skripsi										X	X	X	X					
9	Penggandaan Serta Penyerahan Skripsi															X	X	X	

D. Sumber Data

Adapun beberapa sumber data dalam penelitian terbagi menjadi :

1. Data Primer

Yaitu data dan informasi yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh penulis yang bersumber dari subjek penelitian yaitu informan yang di teliti berkaitan dengan yang diteliti (Nawawi, 2010:81), berupa kegiatan yang dilakukan mengenai pemanfaatan media sosial facebook sebagai media kampanye calon DPRD Sunarto Tahun 2019 melalui wawancara dan observasi.

2. Data Sekunder

Yaitu data yang digunakan untuk membantu menjelaskan data primer berupa arsip dan dokumen-dokemen yang relevan dengan permasalahan penelitian

(Nawawi, 2010:83), data yang diberikan pihak instansi berupa dokumem terkait yang berhubungan dengan penelitian ini.

E. Teknik Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data peneliti menggunakan teknik-teknik sebagai berikut :

1. Wawancara

Wawancara dengan teknik *indepth interview*, wawancara mendalam adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan informan atau orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman (*guide*) wawancara dimana pewawancara dan informan terlibat dalam kehidupan sosial yang relatif lama. (Daymon, 2010:258)

Pada penelitian ini, peneliti melakukan wawancara mendalam dalam bentuk *interview*, dengan ini peneliti dapat memberi gambaran tentang subjek dalam mendefinisikan diri sendiri, lingkungan, tekanan situasi dan startegi manajemen yang diterapkan serta masalah-masalah yang dihadapi pada saat menjalankan manajemen tersebut yang dilakukan dengan calon DPR dengan kegunaan untuk mencapai hasil penelitian yang diharapkan. Dalam wawancara ini menggunakan format terbuka, dalam arti memberi kesempatan kepada informan untuk memberi jawaban sesuai dengan pemikiran mereka.

2. Observasi

Suatu pengamatan terhadap objek yang diteliti baik secara langsung maupun tidak langsung untuk memperoleh data yang harus dikumpulkan dalam

penelitian. Apapun metode yang akan dipakai, dalam segala situasi akan selalu memperhatikan sesuatu untuk memperoleh bukti lebih banyak yang akan membantu memahami konteks riset. Namun observasi melibatkan pencatatan sistematis etis awal apa yang dilihat di lapangan, (Daymon, 2010: 319). Observasi ini dilakukan dengan wawancara dan pengamatan secara langsung di lapangan sehingga dapat mengetahui permasalahan apa saja yang sedang terjadi.

3. Dokumentasi

Yaitu dengan mengumpulkan data-data dan fakta-fakta yang termuat dalam dokumen. Dokumentasi dapat berupa catatan pribadi, buku harian, laporan kerja, notulen, rapat, catatan khusus, rekaman kaset, rekaman video, foto dan sebagainya Sukandarrumidi (2012:101-102). Dokumentasi ini dilakukan untuk bias merekam kejadian saat penelitian melalui foto-foto penelitian.

F. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data

Peneliti menggunakan *triangulation analysis* (analisis triangulasi) yaitu menganalisis jawaban subyek penelitian dengan meneliti autentisitasnya berdasarkan data empiris yang ada. Peneliti menjadi fasilitator untuk menguji keabsahan setiap jawaban berdasarkan dokumen atau data lain, serta alasan yang logis. (Kriyantono, 2012:38)

Pada penelitian ini, peneliti membuat suatu gambaran kompleks, meneliti kata-kata, laporan terinci dari pandangan informan sesuai dengan kondisi lapangan yang menjadi objek penelitian. Bogdan dan Taylor (Moleong, 2014:3) mengemukakan bahwa metodologi kualitatif merupakan prosedur penelitian yang

menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis maupun lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati.

G. Teknik Analisis Data

Dalam proses analisis ini model yang digunakan yaitu interaktif, inti yang dapat diambil dari analisis interaktif menurut Nawawi (2010:74) yaitu :

1. Reduksi data (*data reduction*)

Diartikan sebagai proses pemilihan atau seleksi, pemusatan perhatian pada penyederhanaan dan transportasi data “kasar” yang muncul dari data-data tertulis di lapangan. Proses ini berlangsung terus menerus selama penelitian. Reduksi data merupakan suatu bentuk data analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu dan mengorganisasi data.

2. Penyajian data (*data display*)

Diartikan sebagai sekumpulan informasi yang tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Dengan penyajian data, peneliti dapat memahami apa yang sedang terjadi dan apa yang harus dilakukan berdasarkan pemahaman tentang penyajian data.

3. Membuat kesimpulan / *verifikasi*

Kesimpulan yang akan diambil akan ditangani secara longgar dan tetap terbuka sebagai kesimpulan yang semula belum jelas kemudian akan meningkat menjadi lebih rinci, mengakar dan kokoh. Kesimpulan ini juga diverifikasi selama penelitian ini berlangsung dengan maksud untuk menguji kebenarannya, kekokohnya dan kecocokannya yang merupakan validitasnya. Model analisis interaktif ini sengaja dipilih dan bukannya model analisa linear yang dipilih

disebabkan oleh sifat dari model analisis interaktif dan memungkinkan pengulangan dalam menggali data dilapangan apabila terjadi kekurangan dalam reduksi dan penyajian data. Adapun tujuannya adalah untuk lebih memperdalam proses analisis suatu data. Hal ini berbeda dengan model linear yang menggali datanya hanya bersifat sekali dan tidak bersifat siklus seperti halnya model analisis interaktif.



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Kabupaten Siak

Sebelumnya kawasan ini merupakan bagian dari Kesultanan Siak Sri Inderapura. Di awal kemerdekaan Indonesia, Sultan Syarif Kasim II, merupakan Sultan Siak terakhir menyatakan kerajaannya bergabung dengan negara Republik Indonesia. Kemudian wilayah ini menjadi wilayah Kewedanan Siak di bawah Kabupaten Bengkalis yang kemudian berubah status menjadi Kecamatan Siak. Pada tahun 1999 berdasarkan UU No. 53 Tahun 1999, meningkat statusnya menjadi Kabupaten Siak dengan ibukotanya Siak Sri Indrapura.

Secara geografis Kabupaten Siak terletak pada koordinat 10 16' 30" — 00 20' 49" Lintang Utara dan 100 54' 21" 102° 10' 59" Bujur Timur. Secara fisik geografis memiliki kawasan pesisir pantai yang berhampiran dengan sejumlah negara tetangga dan masuk kedalam daerah segitiga pertumbuhan (growth triangle) Indonesia - Malaysia - Singapura.

Bentang alam Kabupaten Siak sebagian besar terdiri dari dataran rendah di bagian Timur dan sebagian dataran tinggi di sebelah barat. Pada umumnya struktur tanah terdiri dari tanah podsolik merah kuning dan batuan dan alluvial serta tanah organosol dan gley humus dalam bentuk rawa-rawa atau tanah basah. Lahan semacam ini subur untuk pengembangan pertanian, perkebunan dan perikanan. Daerah ini beriklim tropis dengan suhu udara antara 25° -- 32° Celsius, dengan kelembaban dan curah hujan cukup tinggi.

Selain dikenal dengan Sungai Siak yang membelah wilayah Kabupaten Siak, daerah ini juga terdapat banyak tasik atau danau yang tersebar di beberapa wilayah kecamatan. Sungai Siak sendiri terkenal sebagai sungai terdalam di tanah air, sehingga memiliki nilai ekonomis yang tinggi, terutama sebagai sarana transportasi dan perhubungan. Namun potensi banjir diperkirakan juga terdapat pada daerah sepanjang Sungai Siak, karena morfologinya relatif datar.

Selain Sungai Siak, daerah ini juga dialiri sungai-sungai lain, yaitu: Sungai Mandau, Sungai Gasib, Sungai Apit, Sungai Tengah, Sungai Rawa, Sungai Buntan, Sungai Limau, dan Sungai Bayam. Sedangkan danau-danau yang tersebar di daerah ini adalah: Danau Ketialau, Danau Air Hitam, Danau Besi, Danau Tembatu Sonsang, Danau Pulau Besar, Danau Zamrud, Danau Pulau Bawah, Danau Pulau Atas dan Tasik Rawa(web.siakkab.go.id)

Berdasarkan perhitungan siklus hidrologi, 15% surplus air dan curah hujan rata-rata bulanan menjadi aliran permukaan, maka memungkinkan terjadinya banjir musiman pada bulan-bulan basah. Dan analisis data curah hujan diketahui bahwa bulan basah berlangsung pada bulan Oktober hingga Desember, sedangkan bulan kering pada bulan Juni hingga Agustus. Distribusi curah hujan semakin meninggi ke arah Pegunungan Bukit Barisan di bagian barat wilayah Propinsi Riau (web.siakkab.go.id).

Bentang alam Kabupaten Siak sebagian besar terdiri dari dataran rendah di bagian Timur dan sebagian dataran tinggi di sebelah barat. Pada umumnya struktur tanah terdiri dari tanah podsolik merah kuning dan batuan, dan alluvial serta tanah organosol dan gley humus dalam bentuk rawa-rawa atau tanah basah.

Lahan semacam ini subur untuk pengembangan pertanian, perkebunan dan perikanan. Daerah ini beriklim tropis dengan suhu udara antara 25° -- 32° Celsius, dengan kelembaban dan curah hujan cukup tinggi.

Selain dikenal dengan Sungai Siak yang membelah wilayah Kabupaten Siak, daerah ini juga terdapat banyak tasik atau danau yang tersebar di beberapa wilayah kecamatan. Sungai Siak sendiri terkenal sebagai sungai terdalam di tanah air, sehingga memiliki nilai ekonomis yang tinggi, terutama sebagai sarana transportasi dan perhubungan. Namun potensi banjir diperkirakan juga terdapat pada daerah sepanjang Sungai Siak, karena morfologinya relatif datar (web.siakkab.go.id).

Selain Sungai Siak, daerah ini juga dialiri sungai-sungai lain, yaitu: Sungai Mandau, Sungai Gasib, Sungai Apit, Sungai Tengah, Sungai Rawa, Sungai Buntan, Sungai Limau, dan Sungai Bayam. Sedangkan danau-danau yang tersebar di daerah ini adalah: Danau Ketialau, Danau Air Hitam, Danau Besi, Danau Tembatu Sonsang, Danau Pulau Besar, Danau Zamrud, Danau Pulau Bawah, Danau Pulau Atas, dan Tasik Rawa.

Adapun kecamatan yang ada di Kabupaten Siak yaitu :

1. Kecamatan Bunga Raya
2. Kecamatan Dayun
3. Kecamatan Kandis
4. Kecamatan Kerinci Kanan
5. Kecamatan Koto Gasip
6. Kecamatan Siak

7. Kecamatan Sabak Auh
8. Kecamatan Tualang
9. Kecamatan Minas
10. Kecamatan Sungai Apit
11. Kecamatan Pusako
12. Kecamatan Lubuk Dalam
13. Kecamatan Sungai Mandau
14. Kecamatan Mempura

Sedangkan batas wilayah Kabupaten Siak yaitu :

- Utara : Kabupaten Bengkalis
Selatan : Kabupaten Pelalawan
Barat : Kabupaten Siak dan Kota Pekanbaru
Timur : Kabupaten Kepulauan Meranti

Seusai dengan yang tercantum dalam Rencana Pembangunan Jangka Panjang Daerah, maka Visi Pembangunan Kabupaten Siak Tahun 2005-2025 adalah : "Pusat Budaya Melayu di Riau yang didukung oleh agribisnis, agroindustri dan pariwisata yang maju dalam lingkungan masyarakat yang agamis dan sejahtera pada Tahun 2025"

Untuk mewujudkan Visi jangka panjang tersebut Pemerintah tertinggi Kabupaten Siak telah menetapkan Visi jangka menengah 2006 - 2011, yaitu: "Terwujudnya kesejahteraan rakyat yang lebih merata dan terbentuknya landasan yang kuat menuju Kabupaten Siak sebagai pusat budaya Melayu di Riau yang didukung agribisnis, agroindustri dan pariwisata yang maju"

Visi jangka menengah diatas merupakan visi periode lima tahun pertama, 2006 — 2011, dan periode pembangunan jangka panjang dua puluh lima tahunan Kabupaten Siak. Visi, mencerminkan bahwa titik berat pembangunan lima tahun pertama Kabupaten Siak adalah pemerataan kesejahteraan dan peningkatan tumpuan ekonomi pada sumber daya alam yang dapat diperbaharui dengan mengutamakan agroindustri sebagai lokomotif ekonomi. Hasil-hasil pembangunan lima tahun pertama tersebut menjadi landasan untuk pembangunan empat periode lima tahunan berikutnya.

Visi jangka menengah lima tahunan Kabupaten Siak, dilandasi oleh analisis kondisi umum daerah yang terjadi pada lima tahun terakhir dan rediksi kondisi umum Kabupaten Siak lima tahun ke depan sebagai berikut:

- a. Adanya tekanan yang mulal meningkat terhadap kondisi geomorfologi dan lingkungan hidup Kabupaten Siak saat ini, akibat pertumbuhan penduduk dan persaingan untuk mendapatkan sumberdaya lahan, sumber daya air dan sumber daya lainnya. Diprediksikan dimasa depan tekanan terhadap lingkungan hidup akan semakin berat, sejalan dengan meningkatnya jumlah penduduk Kabupaten Siak. Untuk itu diharapkan misi-misi yang dicanangkan dapat mengatasi atau setidaknya mengurangi dampak negatif kecenderungan masa depan tersebut.
- b. Adanya berbagai permasalahan demografi Kabupaten Siak saat mi, terutama permasalahan tidak meratanya kepadatan penduduk, tidak meratanya kesejahteraan rakyat, jumlah angkatan kerja, dan jumlah pencari kerja yang meningkat terus dari tahun ke tahun. Prediksi kondisi

demografi dimasa mendatang mengindikasikan adanya peningkatan intensitas terhadap permasalahan-permasalahan demografis tersebut. Dalam hal ini, diharapkan misi-misi yang dicanangkan dapat mengatasi atau setidaknya mengurangi dampak negatif kecenderungan masa depan tersebut.

- c. Nilai-nilai dan norma-norma budaya Melayu melekat pada Sumber Daya Manusia Kabupaten Siak, karena itu pengembangannya hendaknya sejalan dengan pengembangan sumber daya manusia. Pengembangan budaya Melayu dilaksanakan bersamaan dengan pengembangan sumber daya manusia, yakni sejak usia dini kepada anak-anak di Kabupaten Siak, melalui muatan lokal dalam kurikulum pendidikan usia dini, pendidikan dasar pendidikan menengah dan pendidikan tinggi.
- d. Adanya kondisi ekonomi dan sumber daya alam Kabupaten Siak saat ini, yang mengerucut pada struktur ekonomi tertentu, yaitu struktur ekonomi yang bertumpu pada sektor Primer yang didominasi oleh lapangan usaha pertambangan. Diperlukan perubahan struktur ekonomi yang lebih menjamin kesinambungan kesejahteraan, yaitu struktur yang tidak terlalu tergantung pada sektor pertambangan. Sementara itu, lapangan usaha pertanian di Siak termasuk maju dibandingkan rata-rata Propinsi Riau. Namun kemajuannya tertekan, karena pertumbuhan dibawah rata-rata Propinsi Riau. Peningkatan produktivitas pertanian merupakan salah satu hal yang dapat meningkatkan pertumbuhan pertanian di Kabupaten Siak,

sehingga setidaknya setara atau lebih besar dan pada rata-rata pertumbuhan Propinsi Riau.

- e. Adanya sumbangan PDRB yang dominan dan Sektor Primer, terutama lapangan usaha pertambangan. Namun persentase jumlah penduduk Kabupaten Siak yang terlibat di lapangan usaha pertambangan sangat sedikit. Hal ini antara lain disebabkan teknologi produksi pada lapangan usaha pertambangan hanya membutuhkan sedikit tenaga kerja. PDRB yang besar dan jumlah tenaga kerja yang sedikit, mencerminkan kemakmuran bagi tenaga kerja yang bekerja di lapangan usaha ini. Sementara itu di lapangan usaha pertanian, kontribusi PDRB yang lebih kecil dihasilkan oleh tenaga kerja yang lebih banyak. Hal ml menyebabkan ketimpangan kesejahteraan diantara masyarakat Siak. Dimasa depan, lapangan usaha pertambangan tidak akan bertambah, sehingga diperlukan dorongan ke arah sektor sekunder, terutama industri pengolahan yang berbasis agroindustri untuk penyerapan tenaga kerja, agar tercapai pemerataan kesejahteraan yang lebih baik.
- f. Adanya peningkatan pada persentase jumlah penduduk yang bekerja di Sektor Tersier, walaupun kontribusi sektor ini terhadap PDRB masih relatif kecil. Kontribusi PDRB yang kecil dengan jumlah pekerja yang banyak, mengindikasikan bahwa nilai tambah yang dihasilkan masing-masing pekerja sangat kecil Perlu ada upaya peningkatan kualitas dan produktivitas Sumber Daya Manusia di sektor ini agar nilai tambah yang

dihasilkan masing-masing pekerja menjadi besar. Sehingga total kontribusi nilai tambahnya terhadap PDRB menjadi besar.

- g. Adanya kondisi sarana dan prasarana Kabupaten Siak yang saat ini cukup baik dalam segi kualitas, walaupun masih kurang dalam segi rasio kuantitas per penduduk, terutama rasio rumah sakit umum per penduduk. Di masa depan diprediksikan rasio jumlah sarana dan prasarana per penduduk di Kabupaten Siak akan semakin kecil akibat tidak sebandingnya pertumbuhan jumlah penduduk dengan pertumbuhan jumlah sarana dan prasarana.
- h. Adanya kondisi Pemerintahan Kabupaten Siak yang saat ini semakin dituntut untuk meningkatkan kinerja dalam segi kualitas pelayanan, keandalan pelayanan, cepat tanggap dalam pelayanan, keyakinan pelayanan, bagi rasa dan perhatian dalam pelayanan. Diprediksikan dimasa depan tuntutan terhadap kinerja pemerintahan akan semakin tinggi.

Seusai dengan Rencana Pembangunan Jangka Panjang Daerah Kabupaten Siak Tahun 2005 - 2025, maka misi jangka panjang Kabupaten Siak adalah sebagai berikut:

- a. Misi Mewujudkan Kabupaten Siak sebagai pusat budaya Melayu di Riau adalah menjadikan Adat-istiadat Melayu sebagai nilai dasar dan alat pemersatu warga dalam penyelenggaraan pemerintahan dan pembangunan didukung oleh sumber daya manusia yang berkualitas serta menjunjung tinggi norma-norma hukum.

- b. Misi Mewujudkan Kabupaten Siak dengan sektor agrobisnis, agroindustri dan pariwisata yang maju adalah mendorong pembangunan sektor-sektor tersebut untuk yang menjamin pemerataan yang seluas-luasnya didukung oleh sumber daya manusia yang berkualitas, infrastruktur yang maju, penerapan ilmu pengetahuan dan teknologi, dan berwawasan lingkungan;
- c. Misi Mewujudkan Kabupaten Siak yang agamis dan sejahtera adalah mendorong pembangunan yang mampu mewujudkan rasa aman dan damai, mampu menampung aspirasi masyarakat yang dinamis, yang menjamin penegakan hukum yang adil, konsekuen, tidak diskriminatif, mengabdikan pada kepentingan masyarakat luas. Untuk melaksanakan Misi jangka panjang tersebut Pemerintah tertinggi Kabupaten Siak telah menetapkan Misi jangka menengah untuk lima tahun ke depan (2006 — 2011), yaitu:
1. Mengembangkan dan meningkatkan sarana prasarana daerah yang mendukung peningkatan pemerataan pelayanan kepada masyarakat dan pembangunan daerah yang berkelanjutan;
 2. Mengembangkan dan meningkatkan Sumber Daya Manusia professional yang menguasai ilmu pengetahuan dan teknologi dan berjiwa kewirausahaan dengan di landasi keimanan, ketaqwaan, dan nilai—nilai Budaya Melayu;
 3. Memberdayakan masyarakat, sumber daya alam dan seluruh kekuatan ekonomi daerah untuk memperkuat landasan struktur perekonomian

berbasis kerakyatan yang bertumpu pada agribisnis, agroindustri dan pariwisata;

B. Hasil Penelitian Pemanfaatan Facebook Sebagai Media Kampanye Calon Anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kabupaten Siak Sunarto Tahun 2019

Pemilu merupakan program pemerintah setiap lima tahun sekali dilaksanakan diseluruh wilayah Negara Indonesia. Menurut UU Nomor 15 Tahun 2011 tentang Penyelenggara Pemilihan Umum, pasal 1 bahwa Pemilihan Umum, selanjutnya disingkat Pemilu, adalah sarana pelaksanaan kedaulatan rakyat yang diselenggarakan secara langsung, umum, bebas, rahasia, jujur, dan adil dalam Negara Kesatuan Republik Indonesia berdasarkan Pancasila dan Undang-undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945. Pemilu merupakan implementasi dari salah satu ciri demokrasi dimana rakyat secara langsung dilibatkan dalam menentukan arah dan kebijakan politik negara untuk lima tahun ke depan.

Pada saat ini, pemilu secara nasional dilakukan dua kali yaitu pemilihan Legislatif, yaitu rakyat memilih wakil-wakilnya untuk duduk di lembaga legislatif, baik anggota DPR, DPD, DPRD Provinsi maupun DPRD Kabupaten/Kota. Disamping itu, diselenggarakan pula pemilihan Presiden dan Wakil Presiden secara langsung oleh rakyat sesudah pemilihan anggota Legislatif dilaksanakan. Komisi Pemilihan Umum adalah lembaga Negara yang menyelenggarakan pemilihan umum di Indonesia yang bersifat nasional, tetap dan mandiri (*independen*).

Pilkada merupakan pesta demokrasi rakyat dalam memilih kepala daerah beserta wakilnya yang berasal dari usulan partai politik tertentu, gabungan partai politik atau secara independen dan yang telah memenuhi persyaratan. Pasca reformasi, demokrasi Indonesia mengalami perkembangan yang sangat pesat. Peningkatan partisipasi publik dalam kehidupan berbangsa dan bernegara disalurkan melalui pengaturan mekanisme yang semakin mencerminkan prinsip keterbukaan dan persamaan bagi segenap warga Negara. Salah satunya adalah pelaksanaan pemilihan kepala daerah.

Seiring dengan kemajuan teknologi di era globalisasi ini, muncul yang namanya internet. Internet dalam perkembangannya mulai dipakai sebagai alat komunikasi yang cepat dan efisien. Media sosial sebagai bagian dari internet terus mengalami perkembangan. Media sosial yang sejatinya sebagai sarana penyebar informasi kini mulai digunakan dalam kegiatan politik. Pemanfaatan media sosial sangat besar dalam penyampaian informasi politik karena media sosial memiliki jangkauan luas dalam penyampaian pesan politik kepada khalayak dan langsung berpengaruh terhadap penerima pesan. Selain itu media sosial juga mempengaruhi masyarakat tentang apa yang baru atau sedang terjadi sekarang ini.

Bagi seorang aktor politik, media sosial sering dimanfaatkan untuk kepentingan pengaturan kesan dirinya sesuai dengan alur politik yang dikuasainya. Dengan memanfaatkan kekuatan media sosial sebagai salurannya, dengan mudah membangun suatu opini publik sesuai dengan harapan atau cita-cita politiknya, serta meraih simpati massa sebanyak-banyaknya untuk kepentingan golongan sekaligus mematahkan kekuatan politik lawan. Jenis media

sosial yang saat ini paling populer dan banyak penggunanya ialah facebook. Media sosial facebook ini, mampu digunakan untuk berkomunikasi dengan orang yang sudah lama tidak bertemu, baik jauh maupun dekat, mampu menjalin banyak pertemanan di dunia maya, bahkan saat ini media sosial facebook dimanfaatkan sebagai alat kampanye oleh para politis dalam menggalang dukungan.

Kepopuleran facebook inilah yang menarik perhatian para politis untuk memanfaatkannya sebagai alat atau sarana untuk berkampanye. Media sosial yang paling sering dikunjungi oleh masyarakat adalah facebook sehingga dengan kondisi seperti ini para politis dapat memanfaatkannya dalam berkampanye. Dengan berbagai cara seperti menampilkan gambar, tulisan atau kalimat-kalimat orasi, dan saat ini para politis beramai-ramai memanfaatkan sosial media khususnya facebook sebagai alat atau sarana kampanye dalam usaha meraih simpati masyarakat luas. Media sosial sering dijadikan sarana untuk berkampanye para aktor politik.

Para calon kandidat memang menjadikan media sosial sebagai sarana untuk menyampaikan pesan politik. Karena berkat media sosial, mereka dengan mudah dikenal kalangan masyarakat. Seorang pemilih yang mengetahui banyak tentang calon pemimpin, besar kemungkinan akan memilihnya daripada calon yang mereka tidak ketahui. Melalui media sosial seseorang akan mudah mengikuti perkembangan dan aktivitas para aktor politiknya, dan kini media sosial dipakai menjadi saluran dalam aktivitas politik.

Kini para politisi memanfaatkan media sosial facebook sebagai salah satu sarana komunikasi politik. Facebook bukan hanya difungsikan sebagai media

social yang dapat “mengobrol” dari satu individu ke individu lainnya tetapi banyak difungsikan sebagai media kampanye politik dengan membuat fanpage. Hal ini sesuai dengan wawancara dengan salah satu Tim Sukses yaitu Mai Andri, menyatakan bahwa :

“Kami sebagai tim sukses ikut mensukseskan kampanye Pak Sunarto ini ya salah satunya dengan menggunakan media sosial Facebook, karena orang kampung sini kan lebih mengenai facebook dibandingkan media sosial lainnya. Ibu-ibu sini ya lebih sering liat facebook makanya kami berinisiatif menggunakan media sosial facebook ini dengan harapan pak Sunarto ini lebih dikenal oleh masyarakat”.

Kemudian Yudi Sebagai Tim Sukses juga menyatakan :

“Jadikan tahun ini sebagai pengalaman pertama untuk menentukan calon pemimpin daerah. Sebab itu kami harus sigap untuk menyebarluaskan informasi terkait pencalonan pak Sunarto ini sebagai anggota dewan, ya karena penduduk banyak yang menggunakan facebook makanya kami coba mengenalkan pak Sunarto kepada masyarakat lebih dekat lagi”.

Dalam sosialisasi ini, Mai Andri telah menerangkan mulai dari jumlah surat suara ada lima lembar, setiap lembar kertas surat suara memiliki warna yang berbeda-beda. Selanjutnya saat melakukan pencoblosan, cobloslah ditengah-tengah gambar foto untuk surat suara calon presiden dan wakil presiden, serta calon anggota DPD. Sementara untuk calon DPR, DPRD Provinsi dan DPRD kabupaten/kota tidak ada gambar foto. Yang ada hanya nomor partai, logo partai dan nama Caleg. Maka coblos ditengah-tengah nomor, logo atau Calegnya, jangan sampai kena garis pembatas. Jika kena garis, suara itu akan hangus.

Salah satu masyarakat Bapak Hamdi menyatakan melalui wawancara yaitu:

“Dalam sosialisasi tersebut terlihat respon positif dari para pemilih. Karena para pemilih sangat antusias dalam memberikan berbagai pertanyaan mengenai Pilwako mendatang, serta mereka juga saling

berebut dalam menjawab pertanyaan yang diberikan oleh tim GAS sosialisasi KPU Kabupaten Siak. Kami berharap kedepan partisipasi pemilu 2019 mendatang bisa meningkat terutama pemilih .”

Ramli sebagai masyarakat, melalui hasil wawancara menyatakan bahwa :

“Kami berharap kepada para pemilih yang ada di Kabupaten Siak ini dapat melaksanakan hal pilihnya, mencoblos pada hari yang telah di tentukan yakni 17 April 2019 mendatang sesuai dengan hati nuraninya. Jadi kita optimis, hal ini dapat terlaksananya nantinya, mengingat sebagian sudah mengikuti acara ini sekitar 700 pemilih .Kita harapkan, semoga saja pemilih dapat melaksanakan hak pilihnya nanti di TPS masing-masing, pada 17 April 2019 mendatang.”

Pengetahuan pemilih terhadap calon walikota dan wakil walikota yang akan dipilihnya sangatlah berkurang hal ini dibuktikan Komisi Pemilihan Umum (KPU) kurang maksimal dalam melaksanakan sosialisasi pemilukada di Kabupaten Siak. Sosialisasi yang telah dilakukan oleh pihak penyelenggara kurang efektif dalam menjangkau minat pemilih untuk ikut menggunakan hak suara dalam pemilu (Fazar, MEDIA CENTER.riau.go.id:2016).

Badan Kesatuan Bangsa dan Politik (Kesbangpol) Kabupaten Siak telah melaksanakan sosialisasi pemilihan umum terhadap 750 pemilih yakni siswa Sekolah Menengah Atas (SMA) negeri dan swasta se-Kabupaten Siak, guna menasar pemilih baru. selama ini tingkat partisipasi khususnya pemilih masih rendah. Sebab para siswa khususnya cenderung cuek dengan politik. Makanya dengan adanya sosialisasi ini, pihaknya ingin memberikan pemahaman agar mereka lebih banyak tahu tentang pemilu dan politik yang akan dilaksanakan mendatang. Selain itu ia juga berharap kepada pemilih , setelah mengikuti acara ini agar menularkan dan memberitahu kepada teman, pihak sekolah, sehingga ilmu yang didapatkan bisa bermanfaat.

Demi meningkatkan partisipasi pemilih pada pemilihan kepala daerah (Pilkada) serentak 2019, Badan Kesatuan Bangsa dan Politik (Kesbangpol) Kabupaten Siak gencar melakukan sosialisasi kepada pemilih dan tokoh masyarakat.

Dari hasil wawancara dengan Bapak Sunarto, menyatakan bahwa :

“Memang kegiatan sosialisasi ini dari pemerintah daerah melalui kegiatannya di Kesbangpol untuk persiapan pemilihan kepala daerah, kami akan terus mensosialisasikan kepada masyarakat, terutama terhadap pemilih seperti dari SMA sederajat. beberapa waktu lalu sudah kita lakukan tahap pertama kepada pemilih . Selanjutnya bagi tokoh masyarakat dan organisasi beberapa tahap serta mahasiswa. adapun tujuan sosialisasi ini agar tokoh dan perwakilan organisasi bisa menyebarkan ke masyarakat tentang pemilihan pilkada ini”.

Selanjutnya Bapak Sunarto, menyatakan bahwa :

“Tentu hal yang kita sampaikan mengenai syaratnya seperti KTP, tempat tinggal dan bagaimana yang belum terdaftar. Karena bisa kemungkinan dapat diurus dan bisa untuk memilih. Selain itu, sebagai pembicara pihaknya akan menghadirkan langsung dari ahlinya seperti KPU Pekanbaru, Panwaslu Provinsi dan Pekanbaru. Alhamdulillah setelah dilaksanakan kegiatan ini tanggapan dari peserta sangat luar biasa, mereka bertanya sesuai apa yang dialami di tempat mereka memilih”.

Guna meningkatkan partisipasi pemilih pada Pemilu Serentak 2019, Badan Kesatuan Bangsa dan Politik (Kesbangpol) Kabupaten Siak menggelar penyuluhan kepada siswa SMA/SMK Negeri dan Swasta di Kabupaten Siak. Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan pemahaman kepada masyarakat khususnya pemilih.

Badan Kesatuan Bangsa dan Politik (Kesbangpol) Kabupaten Siak menggelar kegiatan penyuluhan kepada masyarakat tentang politik guna meningkatkan partisipasi politik pada Pemilu serentak tahun 2019. Kegiatan diikuti masyarakat, organisasi masyarakat dan kepemudaan. Acara itu digelar di

aula Kantor Camat Lima Puluh selama satu hari, yang diisi dengan pemaparan sejumlah materi dari 3 orang narasumber, dan sesi tanya-jawab yang dibuka kepada peserta yang hadir.

Tujuan dari acara ini adalah untuk mensosialisasikan betapa pentingnya pengetahuan politik bagi masyarakat. Sementara, Kesbangpol Kabupaten Siak mengundang narasumber Sekretaris Badan Kesbangpol Pekanbaru Maisisco, Ketua KPU Pekanbaru Yelli Noviza, Anggota Bawaslu Pekanbaru Rizqi Abadi dan dihadiri Sekcam Lima Puluh. Selain itu acara ini juga bertujuan agar para peserta yang mengikuti penyuluhan dapat menyampaikan kepada masyarakat luas apa yang sudah didapat dari penyuluhan tersebut. Sehingga pada penyelenggaraan pemilihan presiden dan pemilihan legislative mendatang dapat berjalan aman damai dan meningkatkan partisipasi pemilih.

Sementara hasil wawancara dengan Bawaslu Kabupaten Siak, Rizqi Abadi menyampaikan bahwa :

“Bawaslu sangat yakin jika para tokoh masyarakat proaktif ikut mensosialisasikan kepada masyarakat pemilih untuk menggunakan hak pilihnya dan ikut mencegah terjadinya politik uang, sehingga Pemilu berkualitas dapat tercapai. Peran penting para tokoh masyarakat salah satunya yaitu ikut mensosialisasikan terkait hak memilih kepada masyarakat agar tidak Golput, serta terkait bahaya politik uang. Ini bukan berarti Bawaslu mengandalkan pihak lain. Bawaslu sebagai pengawas terus bergriya ke tengah masyarakat untuk mensosialisasikan terkait teknis dalam tahapan Pemilu. Akan tetapi, Bawaslu mengandeng semua pihak termasuk organisasi kemasyarakatan karena semuanya punya peran dalam mensukseskan pesta rakyat ini”.

Lebih lanjut Bapak Sunarto, menyatakan bahwa :

“Kita memang ada program setiap Pilkada atau Pemilu kita adakan penyuluhan dengan beberapa tahap. Tahap pertama seperti pemilu yang kita lakukan pada hari ini. Dan kemudian nanti penyuluhan kepada OKP, Ormas dan tokoh-tokoh agama. Hari ini kita melakukan penyuluhan

kepada pemilih tingkat SMA/SMK Negeri dan Swasta Kabupaten Siak. Kegiatan ini bertujuan supaya pemilih dapat memahami karena belum pernah memilih. Dan dia juga sebagai ujung tombak untuk menyampaikan kepada sekolah-sekolahnya. Masing-masing sekolah untuk anak kelas III, itu ada 300, 400. Makanya setiap sekolah kita undang 20 orang supaya diabisa menyampaikan sama kawan-kawannya”.

Berikut tambahan tanggapan dari Bapak Sunarto :

“Ya tujuan kegiatan sosialisasi ini upaya untuk meningkatkan partisipasi pemilih pada pemilu serentak 2019. Karena, selama ini tingkat pemilih masih rendah. Apalagi selama ini siswa cenderung cuek dengan politik. Makanya adanya acara sosialisasi ini, kita lihat siswa ingin lebih banyak tahu tentang pemilu dan politik yang akan dilaksanakan pada pemilu mendatang. Saya juga berharap kepada pemilih ini setelah mengikuti acara ini agar memberitahukan kepada pihak sekolah, sehingga ilmu yang didapatkan bisa bermanfaat”.

Pihak Kesbangpol Kabupaten Siak mengharapkan siswa untuk mengurus e-KTP sehingga bisa melakukan pencoblosan. Pemilu 2019 dilakukan serentak, DPR RI, DPD RI, DPRD kota/kabupaten dan Presiden. Tanggal 17 April 2019 hari libur, siswa diharapkan gunakan waktunya barang sebentar untuk datang ke TPS untuk memberikan hak suaranya. Maka itu diharapkan kepada pemilih, apa yang didapat dari penyuluhan ini menjadi ilmu pengetahuan dan disampaikan siswa ke yang lain. Sehingga nantinya, siswa yang lain juga bisa memahami tentang pemilu, sehingga mereka memberikan hak suara dalam memilih dalam pilkada serentak nantinya. Sebab dengan adanya sosialisasi ini, maka para siswa dan siswi yang ikut akan bisa memberikan hak pilihnya.

Dalam meningkatkan partisipasi pemilih pada pemilihan kepala daerah (Pilkada) serentak Badan Kesatuan Bangsa dan Politik (Kesbangpol) Kabupaten Siak gencar melakukan sosialisasi kepada pemilih dan tokoh masyarakat. Diharapkan, apa yang didapat dari penyuluhan ini disampaikan dapat pengetahuan dan disampailan ke yang lain.

C. Faktor Penghambat Dalam Pemanfaatan Facebook Sebagai Media Kampanye Calon Anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kabupaten Siak Sunarto Tahun 2019

Dalam pemanfaatan media sosial sebagai media kampanye calon anggota DPRD Kabupaten Siak Sunarto Tahun 2019 ada terdapat beberapa faktor penghambat yang mana diketahui dari hasil wawancara dengan Bapak Sunarto yaitu :

“kalau untuk faktor penghambat sebetulnya tidak ada, tetapi kendala disini karena lingkungan masyarakat rumahnya ditengah-tengah kebun sawit sehingga terkadang susah sinyal, sehingga terbatasnya masyarakat bisa menggunakan telepon seluler”.

Kemudian hasil wawancara dengan salah satu tim sukses, menyatakan bahwa :

“kalau saya lebih merasa terhambat karena umur masyarakat yang banyaknya sudah berumur tinggal di kampung dibandingkan yang muda lebih banyak merantau sehingga keterbatasan masyarakat untuk menggunakan telepon seluler mengetahui kampanye yang akan dilakukan melalui media sosial ini”.

Dengan demikian dari hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa faktor penghambat dari pelaksanaan kampanye dengan menggunakan media sosial ini antara lain sinyal yang kurang memadai dan pengetahuan masyarakat yang terbatas untuk menggunakan media sosial.

D. Pembahasan

Efektivitas media sosial tidak hanya karena jumlah penggunanya yang masif. Karakteristik media sosial sendiri juga merupakan kekuatan. Media sosial adalah sarana untuk komunikasi di mana setiap individu saling memengaruhi. Setiap orang memiliki pengaruh ke sekelilingnya. Pemberitaan di media massa

bagi anggota dewan dipandang mampu meningkatkan perhatian pemerintah atau eksekutif atas isu yang disampaikan anggota dewan. Selain itu berkomunikasi melalui media massa juga sekaligus memberi kesempatan pada anggota ndewan untuk menyampaikan pada masyarakat bahwa mereka sedang memperjuangkan aspirasi masyarakat. Namun kelemahan dari komunikasi melalui media cetak adalah tidak interaktif. Sehingga anggota dewan tidak bisa mendapatkan masukan atau respon secara langsung.

Cara yang digunakan untuk berkomunikasi dengan masyarakat adalah melalui kegiatan tatap muka langsung dengan masyarakat seperti saat kegiatan reses anggota dewan. Kegiatan tatap muka memiliki kekurangan karena membutuhkan waktu dan biaya yang relatif besar. Selain itu kegiatan tatap muka tidak bisa menjangkau orang banyak dari lokasi berbeda pada waktu yang sama. Berbagai kelemahan media komunikasi tersebut dilengkapi dengan kehadiran media sosial.

Media sosial memiliki sifat interaktif, murah, bisa menjangkau secara serentak ke banyak orang maupun personal. Melakukan komunikasi dengan baik melalui media social berarti juga bagian dari menjaga dan mempertahankan kepercayaan masyarakat. Tidak dapat dipungkiri bahwa politisi cenderung mencalonkan kembali dalam periode berikutnya ketika menjadi wakil rakyat. Hal ini membuat para wakil rakyat memiliki kesempatan yang baik untuk secara konsisten berkomunikasi dengan masyarakat.

Di samping dalam menjalankan fungsi sebagai anggota dewan, kehadiran media sosial mendekatkan anggota dewan dengan masyarakat yang diharapkan

akan kembali memilih mereka sebagai wakil pada periode pemilihan berikutnya. Potensi media social yang besar sebagai media komunikasi yang murah, mudah, dan menjangkau banyak lapisan masyarakat di berbagai penjuru berpotensi menurunkan biaya kampanye yang selama ini dinilai terlalu mahal dibandingkan dengan pendapatan resmi anggota dewan bila terpilih.

Media sosial dikatakan efektif sebagai sarana berkomunikasi ketika tujuan komunikasi tercapai. Peneliti melihat pesan yang dikirimkan oleh anggota dewan dalam media sosial mereka termasuk kategori pesan persuasi. Karena anggota dewan melakukan komunikasi dengan media sosial dengan tujuan menjalankan fungsinya sekaligus menjaga kepercayaan masyarakat. Pesan dalam media social sebagai pesan persuasi diarahkan untuk merubah sikap masyarakat sebagai *audiens* agar positif terhadap anggota dewan.

Facebook merupakan media sosial media yang paling banyak digunakan mencakup banyak informasi yang dapat diberikan baik dari identitas maupun kegiatan-kegiatan yang dilakukan. Banyak masyarakat pada umumnya lebih mengenai media sosial facebook dibandingkan media lainnya.

Penilaian positif informan masyarakat semakin baik ketika aspirasi yang mereka sampaikan di media sosial ditindaklanjuti melalui solusi nyata oleh informan anggota dewan. Media sosial bisa menjadi bagian dari alat personal *branding* untuk anggota dewan. *Personal branding* merupakan proses dimana orang dan karir mereka dipandang sebagai *brand* dan dibedakan tujuannya dari manajemen reputasi dan manajemen kesan. Ia secara langsung ditujukan untuk menciptakan *brand* ekuitas dan aset yang membedakan ia dari orang lain.

Biasanya upaya *branding* membutuhkan dukungan finansial yang ekstensif untuk mendukung promosi dalam menciptakan *brand awareness* dan selanjutnya *brand loyalty*. Media sosial dengan struktur ideologis dan teknologinya memberi kesempatan pada orang untuk mempromosikan dirinya sendiri sebagai *brand* dengan cara yang relative mudah dan efisien (Karaduman, 2013:39).

Semakin sering pesan diulang, semakin besar peluang seseorang untuk memikirkan konten pesan. Semakin seseorang mendapatkan gangguan, semakin rendah peluang orang untuk memikirkan pesan yang tengah berlangsung atau dikirimkan. Pesan yang tertulis menyajikan kesempatan yang lebih besar pada seseorang untuk mengelaborasi pesan dibandingkan dengan pesan audio. Hal itu terjadi karena orang dapat memproses pesan tertulis dengan cara mereka sendiri. Jika pesan tidak utuh atau jika orang tidak memiliki skema atau *framework* untuk dihubungkan dengan kepercayaan yang telah ada, maka kemampuan proses informasi tidak dapat muncul. Meskipun motivasi memproses informasi telah mencukupi.

Douglas Hagar (2014) dalam *Campaigning Online: Social Media in the 2010 Niagara Municipal Elections* (dalam Ardha, 2014:108), menuturkan bahwa 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. Selain itu, biaya kampanye media sosial juga jauh lebih murah karena tidak ada biaya yang langsung diasosiasikan dengan media sosial

semacam *Facebook*, *Twitter*, dan *Youtube*. 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.

Menurut Mc Quail (2012:165), media massa pers dan siaran awal secara luas dipandang menguntungkan (bahkan perlu) bagi berjalannya politik yang demokratis. Keuntungan berasal dari arus informasi tentang peristiwa publik kepada semua warga negara dan terbukanya politikus dan pemerintah bagi sorotan dan kritik publik. Media elektronik baru secara luas disambut sebagai cara yang potensial untuk lari dari politik “top-down” yang opresif dari demokrasi massa, di mana partai politik yang terorganisasi secara ketat membuat kebijakan secara sepihak dan memobilisasi dukungan di belakang mereka dengan perundingan dan masukan akar rumput yang minimal. Mereka menyediakan alat untuk penyediaan informasi politik dan gagasan yang sangat dibedakan, akses yang hampir tidak terbatas dalam teori untuk semua suara, dan banyak umpan balik dan perundingan antara pemimpin dan pengikut. Mereka menjanjikan forum-forum bagi perkembangan kelompok kepentingan dan pembentukan opini. Mereka memungkinkan dialog berlangsung antara politikus dan warga negara yang aktif tanpa campur tangan mesin partai yang tak terhibdarkan.

Perkembangan teknologi media baru (*new media*) menghasilkan perubahan besar dalam pengalaman politik masyarakat. Media baru dirancang

untuk meningkatkan jangkauan, kecepatan dan efisiensi komunikasi manusia, memiliki potensi untuk memperkuat dan meningkatkan mutu demokrasi.

Komunikasi adalah tulang punggung demokrasi; seluruh proses demokrasi dilangsungkan dengan komunikasi. Kemajuan teknologi yang sangat cepat akhir-akhir ini telah mendorong globalisasi informasi, yang pada gilirannya membawa tekanan yang intens terhadap Negara berkembang untuk reformasi ke arah demokrasi Barat. Teknologi media baru, menurut Dahlan, makin banyak diterapkan dalam proses demokrasi di Asia – meskipun tidak selalu berhasil baik dan kadang-kadang dapat juga menimbulkan akibat yang justru tidak membantu pertumbuhan demokrasi.

Para ahli memandang bahwa hubungan media baru dan demokrasi dalam berbagai konteks politik, internet atau media digital memiliki potensi untuk meningkatkan komunikasi publik dan memperkaya demokrasi. Penelitian awal mengenai potensi internet untuk membentuk kembali demokrasi, menurut Aeron Davis, sangat dipengaruhi oleh nilai-nilai normatif yang disajikan dalam karya langsung para pembela demokrasi dan ruang publik seperti Habermas, Bohman, Dryzek, Putnam. Mereka berpendapat bahwa Teknologi Komunikasi dan Informasi (ICT) menawarkan perangkat untuk menerapkan teori mengenai demokrasi dan ruang publik, khususnya mengenai partisipasi masyarakat yang lebih inklusif dan pertukaran deliberatif antara warga negara biasa dan elit politik. Dengan demikian, secara teoritis, internet memiliki potensi untuk pembaharuan dan pengembangan demokrasi.

BAB IV

PENUTUP

Berdasarkan hasil analisa dan pembahasan pada bab-bab sebelumnya maka dalam bab ini penulis akan menarik suatu kesimpulan dan memberikan saran-saran yang diharapkan akan memberikan manfaat bagi Kesbangpol dan KPU Kabupaten Siak di kemudian harinya.

4.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan fungsi Komisi pemilihan Umum dalam meningkatkan partisipasi bagi pemilih pada Pilkada Kabupaten Siak tahun 2019 maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Kampanye Calon Anggota DPRD Kabupaten Siak Sunarto Tahun 2019 (Studi pada Media Sosial Facebook) meskipun tidak dilakukan secara maksimal namun telah dilakukan secara proposional, dikarenakan tidak banyak calon pemilih di Dapil tersebut menggunakan sosial media disebabkan jaringan internet yang tidak merata.
2. Calon pemilih yang umumnya berusia tua menjadi penghambat bagi Tim Sunarto untuk lebih gencar berkampanye lewat media sosial. Sementara masyarakat usia muda di Dapil tersebut umumnya merantau dan tidak tinggal disana.

4.2. Saran

Dari hasil penelitian yang telah diuraikan, maka penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Pemilih harus lebih meningkatkan partisipasinya dalam kegiatan politik dan pemerintahan yang diselenggarakan pada tingkat lokal maupun tingkat nasional yang dilaksanakan oleh pemerintah. Dukungan dari keluarga dan lingkungan tempat tinggal serta tokoh masyarakat melalui pendidikan politik secara dini pada pemilih dapat meningkatkan kualitas peran pemilih dalam dunia politik.
2. Penyelenggara kampanye seharusnya lebih menentukan program kampanye yang tepat sasaran agar masyarakat lebih mengenal calon anggota DPRD yang akan dipilihnya. Pemerintah Kabupaten seharusnya menyediakan fasilitas-fasilitas yang dapat mendukung kegiatan pemilih dalam dunia politik, serta pemberian pendidikan politik yang ditujukan khusus untuk pemilih sehingga dapat merangsang keinginan pemilih untuk berpartisipasi dalam dunia politik.
3. Untuk peneliti selanjutnya, peneliti berharap adanya perbaikan-perbaikan yang dilakukan dalam pengambilan data, peneliti merasakan kurangnya data yang peneliti dapatkan dalam skripsi ini dikarenakan tidak adanya rekapan data lengkap dari KPU dan Kesbangpol Kabupaten Siak sebagai penyelenggara Pemilu.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardha, Berliani. 2014. Komunikasi Pemasaran Menyongsong Abad XXI, Komunikasi Pemasaran. Business to Business. Jakarta.
- Arifin, Anwar. 2010. Pers dan Dinamika Politik, Analisis Media Komunikasi. Politik Indonesia. Jakarta: Yasif Watampone.
- Bungin, Burhan. 2010, Metode Penelitian Kualitatif, Predana Mulia, Jakarta.
- Budyatna, Muhammad. 2011. Teori Komunikasi Antarpribadi. Kharisma. Putra Utama. Jakarta.
- Cangara, Hafied. 2010. Pengantar Emu Komunikasi. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- _____. 2012. Pengantar Ilmu Komunikasi. Edisi 1, Cet 4, Raja Grafindo Persada: Jakarta.
- Chaer, Abdul. 2010. Metode Penelitian. Rineka Cipta. Jakarta.
- Daymon, Christine & Immy Holloway. 2010. Metode Metode Riset Kualitatif dalam Public Relations dan Marketing Communications. Bentang:Yogyakarta.
- Devito, Joseph A. 2012. Komunikasi Antarmanusia. Profesional Books. Jakarta.
- Effendy, Onong Uchjana. 2010. Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek. Remaja Rosda Karya: Bandung.
- _____.2012 Ilmu Teori dan Filsqfat Komunikasi. Citra Aditya Bakti : Bandung.
- Gitosudarmo, Indriyo dan Agus Mulyono. 2009. Prinsip Dasar Manajemen. Kanisius. Yogyakarta.
- Huraerah. Abu. 2010. Kekerasan Terhadap Anak. Penerbit Nuansa. Jakarta.
- Hardjana, Agus M. 2012, Komunikasi Intrapersonal & Komunikasi Interpersonal. Kanisius. Yogyakarta.
- Harahap, Edi dan Ahmad Syarwani. 2016. Komunikasi Antar Pribadi. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.

- Hasan, I. 2012. Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian & Aplikasinya. Jakarta : Ghalia Indonesia.
- Henderi, Muhammad Yusup, Yuliana Isma Graha. 2007. Pengertian Media Sosial, (Online),(<http://wlipurn.blogspot.co.id/2017/04/wlipurn.html>,diakses pada 19 Februari 2020)
- Liliwari, Alo. 2011. Komunikasi Verbal dan Non Verbal, PT. Citra Aditya Bakti., Bandung.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2012. Marketing Management 13. New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Kriyantono, Rachmat.2010. Teknik Praktis Riset Komunikasi. Kencana. Jakarta.
- Muhammad, Arni. 2009. Komunikasi Organisasi. Bumi Aksara. Jakarta.
- Moleong, J. Lexy. 2014. Metode Penelitian Kualitatif, edisirevisi, cet 21, Remaja Rosakarya, Bandung.
- Mulyana, Deddy. 2010. Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar. Remaja. Rosdakarya. Bandung.
- McQuail, Denis. 2012. Teori Komunikasi Massa McQuail Buku 1. Jakarta: Salemba Humanika.
- Nawawi, Hadari, 2010. Metode penelitian Bidang Sosial Yogyakarta;Gadjah Mada University Press.
- Rakhmat, Jalaluddin.2011. Psikologi Komunikasi. Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Sarwono, W. S. 2009. Pengantar Psikologi Umum. Rajawali Pers. Jakarta.
- Sugiyono, 2012, Metode Penelitian. Gajah Mada University Press. Yogyakarta.
- Sukandarrumidi. 2012. Dasar-dasar Penulisan Proposal Penelitian: Petunjuk Praktis Untuk Peneliti Pemula. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Suranto. 2010. Komunikasi Sosial Budaya. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Tinambunan,W.E. 2010. Teori — teori Komunikasi. Swakarya, Jakarta.
- Zarella. 2010 The Social Media Marketing Book. Oreilly media. USA.

Jurnal

Hikmat, M. Mahi, 2018, Strategi Pemanfaatan Media Sosial Untuk Meningkatkan Citra Positif DPRD Dalam Persepsi Rakyat Daerah, Jurnal Common, Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung.

Karaduman, Galsa, Batdal. 2013. "The Relationship Between Prospective Primary Mathematics Teachers' Attitudes Towards Problem Based Learning and Their Studying Teandencies". International Journal on New Trends In Education and Their Implications 4(4):13 ISSN: 1309 – 6249.

Lailiyah, Nuriatul, 2017, Evaluasi Pemanfaatan Media Sosial Bagi Pelaksanaan Fungsi Anggota DPRD Jawa Tengah, Jurnal Komunikasi, Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta.

Setiadi, Ahmad, 2016, Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektifitas Komunikasi, Jurnal Komunikasi, MIK BSI Karawang.