

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Signifikansi Penelitian

Partai Solidaritas Indonesia merupakan partai pendatang baru dalam pemilihan umum 2019, namun partai ini dapat dibilang sudah “*all out*” dan jor – joran dalam melakukan kampanye selama medio 2018-2019, walaupun dijalan ataupun ditempat umum peneliti jarang menemukan baliho, spanduk ataupun poster dari Partai Solidaritas Indonesia jika dibandingkan dengan partai – partai peserta pemilu 2019 lainnya, namun seringkali peneliti melihat Partai Solidaritas Indonesia melakukan iklan melalui media digital seperti televisi, radio dan juga media baru yaitu internet. Partai Solidaritas Indonesia melalui Instagram, Facebook dan Twitternya telah memiliki pengikut lebih dari 3 juta pengikut dengan rincian 3,1 juta di akun *Facebook*, 219 ribu di akun *Instagram* dan 112 ribu di akun *Twitter*. Akun media sosial Partai Solidaritas Indonesia juga terhitung aktif untuk mem-*posting* lebih dari 1 konten perharinya.

Partai Solidaritas Indonesia merupakan partai di Indonesia yang didirikan paska Pemilu 2014. Partai ini dipimpin oleh mantan pembawa acara berita Grace Natalie. Partai ini tampak cenderung mengambil target pasar kalangan anak muda, perempuan dan lintas agama. Tokoh-tokoh dari partai ini sering mengajak khalayak muda untuk ikut aktif dalam kegiatan politik. Hal ini terlihat dari hampir setiap iklan atau *posting* media sosial mereka berisi semangat muda dan seakan mengajak khalayak muda terutama para pemilih baru untuk berperan aktif dalam Pemilu, khususnya pada Pemilu 2019.

Partai Solidaritas Indonesia membawa wadah mengenai solidaritas, pluralitas beragama, suku, dan bangsa. Partai Solidaritas Indonesia mengisi tokoh-tokoh partai dengan anak muda dan tidak ingin ada "mantan" politisi partai lain yang memasuki Partai Solidaritas Indonesia, selain itu, Partai Solidaritas Indonesia juga tidak mau mentitik tumpu kepada seorang tokoh untuk mengangkat nama partai, seperti partai

politik lainnya. Partai Solidaritas Indonesia resmi menjadi Badan Hukum setelah melalui verifikasi Kementerian Hukum dan HAM pada tanggal 7 Oktober 2016. Partai Solidaritas Indonesia menjadi salah satu partai baru yang lolos seleksi badan hukum paska Pilpres 2014. Pada pemilu 2019 Partai ini menjadi peserta pemilu dengan nomor urut 11. Pada Pemilu 2019 Partai Solidaritas Indonesia telah mendeklarasikan untuk mendukung pasangan capres-cawapres dari petahana.

Pemilihan umum (pemilu) pada tahun 2019 dilaksanakan pada 17 April 2019 secara serentak di Indonesia. Masyarakat menentukan nasib dari 575 anggota Dewan Perwakilan Rakyat, 136 anggota Dewan Perwakilan Daerah, serta anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah se-Indonesia periode 2019-2024. Pesta demokrasi ini juga diikuti oleh 16 partai nasional dan 4 partai lokal. Semua partai dengan masing – masing calon legislatifnya berlomba – lomba untuk berkampanye yang dimulai sejak tanggal 23 September 2018 sampai 13 April 2019.

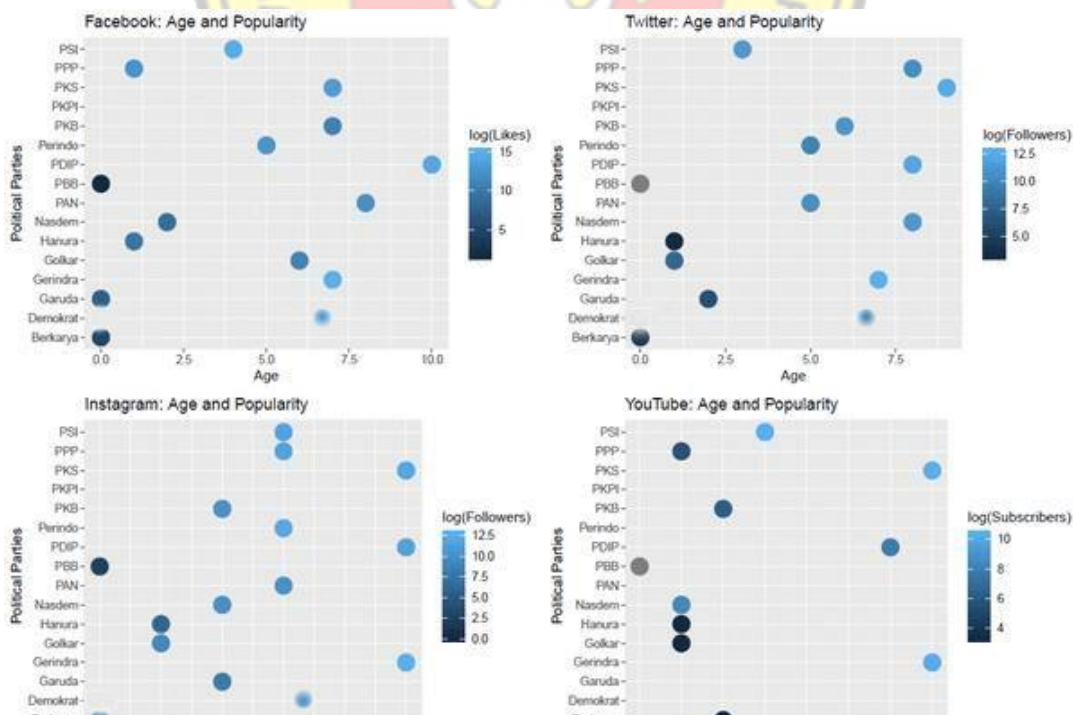
Banyak dan beragam media digunakan sebagai alat kampanye oleh partai maupun para calon legislatif pada masa kampanye pemilu 2019. Menurut Hafied Cangara (2010:18) media merupakan alat yang digunakan dalam penyampaian pesan-pesan dari sumber kepada khalayak (menerima) dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis seperti surat kabar, film, radio, TV. Media massa merupakan faktor lingkungan yang mengubah perilaku khalayak melalui proses pelaziman klasik, pelaziman operan atau proses imitasi (belajar sosial). Dua fungsi dari media massa adalah media massa memenuhi kebutuhan akan fantasi dan informasi. Media dapat menampilkan diri mereka sendiri sesuai dengan peranan yang diharapkan, lalu dinamika masyarakat akan terbentuk bahwa media adalah pesan dan sumber informasi.

Menurut Effendy Onong (2000:53) media massa digunakan dalam komunikasi apabila komunikasi berjumlah banyak dan bertempat tinggal jauh. Media massa yang sering digunakan adalah surat kabar, radio, dan televisi yang dapat beroperasi dalam bidang informasi, rekreasi, dan edukasi. Kelebihan dari menggunakan media massa

adalah karena media massa dapat menimbulkan keserempakan yang artinya suatu pesan dapat diterima oleh komunikan yang berjumlah relatif banyak. Jadi dapat disimpulkan bahwa media massa dapat dan sangat efektif dalam mengubah pendapat, sikap dan perilaku komunikasi yang menjadikan media massa merupakan alat yang tepat untuk berkampanye. Media massa juga dapat memberikan informasi tentang perubahan, bagaimana suatu hal bekerja dan hasil apa yang akan dicapai. Salah satu fungsi dari media ialah memberikan informasi pada kepentingan yang menyebar dan mengiklankan produk. Ciri khas dari media massa yaitu tidak ditujukan pada kontak perseorangan, mudah didapatkan, isi merupakan hal umum dan merupakan komunikasi satu arah (Fauziahardiyani,2009:21). Berdasarkan alasan – alasan diatas, dapat semakin menguatkan opini bahwa kampanye melalui media massa merupakan sebuah tindakan yang efektif.

Salah satu media massa yang tengah naik daun dikarenakan kemajuan teknologi dan kemudahan dalam mengaksesnya ialah media internet. Media internet mencakup banyak hal seperti website, blog, media sosial, dll. Dari beragam hal itu, media sosial merupakan yang paling aktif digunakan oleh para partai politik dalam berkampanye selama pemilu 2019, hal ini didukung dengan fakta bahwa hanya Partai Keadilan dan Persatuan Indonesia (PKPI) dari 16 partai dalam Pemilu 2019 yang tidak mendaftarkan media sosial ke KPU sebagai akun resmi mereka.

Mengutip dari theconversation.com, mayoritas partai menggunakan 4 platform, yaitu *Facebook*, *Twitter*, *Instagram* dan *Youtube*. Rata – rata partai di Indonesia telah menggunakan *Facebook* selama 4 tahun, *Twitter* selama 5 tahun dan *Instagram* selama 2 tahun. PDI-P adalah partai politik pertama yang menggunakan media sosial berupa *Facebook*, mereka telah menggunakan media sosial ini semenjak tahun 2008, lalu diikuti PAN dan PKS setelahnya pada 8 dan 7 tahun yang lalu. Namun, hal yang unik ialah jumlah pengikut dan likes ketiga partai diatas kalah dengan partai Gerindra (terbanyak) dengan 3,6 juta dan Partai Solidaritas Indonesia dengan 3,1 juta, hal ini menjadi salah satu alasan yang membuat peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana strategi kampanye Partai Solidaritas Indonesia melalui media sosial dalam Pemilu 2019. Dapat dilihat pada gambar 1 sebuah penelitian yang dilakukan oleh the conversation.com terlihat bahwa Partai Solidaritas Indonesia merupakan salah satu partai yang aktif dan memiliki *feedback* yang tinggi baik itu dalam bentuk *likes*, komentar ataupun pengikut.



Gambar 1. Bagan usia partai dan popularitas online

Sumber :<http://theconversation.com/partai-politik-mana-yang-paling-populer-di-jagad-maya-indonesia-111991>

Partai Solidaritas Indonesia menggunakan media internet sebagai *branding image* mereka dengan memiliki situs web sendiri dan selalu aktif di media sosial (Instagram, Facebook, Twitter), hal ini dianggap penting karena menurut riset yang dilakukan oleh we are social dan hootsuite pada saat ini, Instagram, Facebook dan Twitter merupakan sosial media yang sedang meroket melalui pengguna aktif setiap bulannya mencapai 1 Miliar pengguna dengan kenaikan sekitar 200 juta dari tahun 2017 dan menempati urutan nomer 2, 4 dan 7 dalam sosial media terbanyak penggunaannya di Indonesia dibawah Youtube, Facebook lalu Whatsapp, menandakan ada kenaikan sekitar 900 juta pemakai dari tahun 2013. Indonesia juga termasuk dalam negara dengan pengguna Instagram terbanyak ke 3 di dunia dibawah Amerika Serikat dan Brazil dengan tercatat 53 juta pengguna aktif.

Mengutip dari artikel Arfianto Purbalaksone dalam theindonesianinstitute.com, Andrew Chadwick (2006) menyebutkan ada tiga poin bagaimana pengguna internet (termasuk media sosial) dalam mempengaruhi lanskap partai politik, yaitu :

1. Media sosial akan meningkatkan kompetisi partai. Banyak kasus, partai-partai baru yang memiliki sumber daya terbatas, belum memiliki pengaruh, khususnya dalam Pemilihan Umum (Pemilu), namun dengan internet sebagai media yang murah, dan juga lebih mudah diakses daripada teknologi komunikasi lainnya, mereka dapat bersaing dengan partai-partai besar yang memiliki sumber daya lebih kuat. Media sosial memungkinkan partai politik kecil untuk menjangkau pendukung potensial serupa dengan partai besar.
2. Media sosial dapat meningkatkan interaksi masyarakat dengan partai politik maupun kandidat. Masyarakat memiliki akses lebih untuk menyalurkan aspirasi kepada partai politik maupun kandidat yang di dukungnya, pada saat yang sama partai politik dan kandidat dapat mengkoordinasikan pendukung mereka

dengan lebih mudah dan cepat untuk memobilisasi mereka misalnya pada saat kampanye.

3. Sebagai adaptasi kelembagaan. Arti adaptasi kelembagaan yaitu adanya pergeseran bentuk aktifitas politik *offline* ke *online*. Partai politik maupun kandidat dapat memanfaatkan media sosial dengan kampanye yang sama seperti dalam politik *off-line*. Melalui media sosial partai politik maupun kandidat dapat membuat strategi komunikasi lebih efektif.

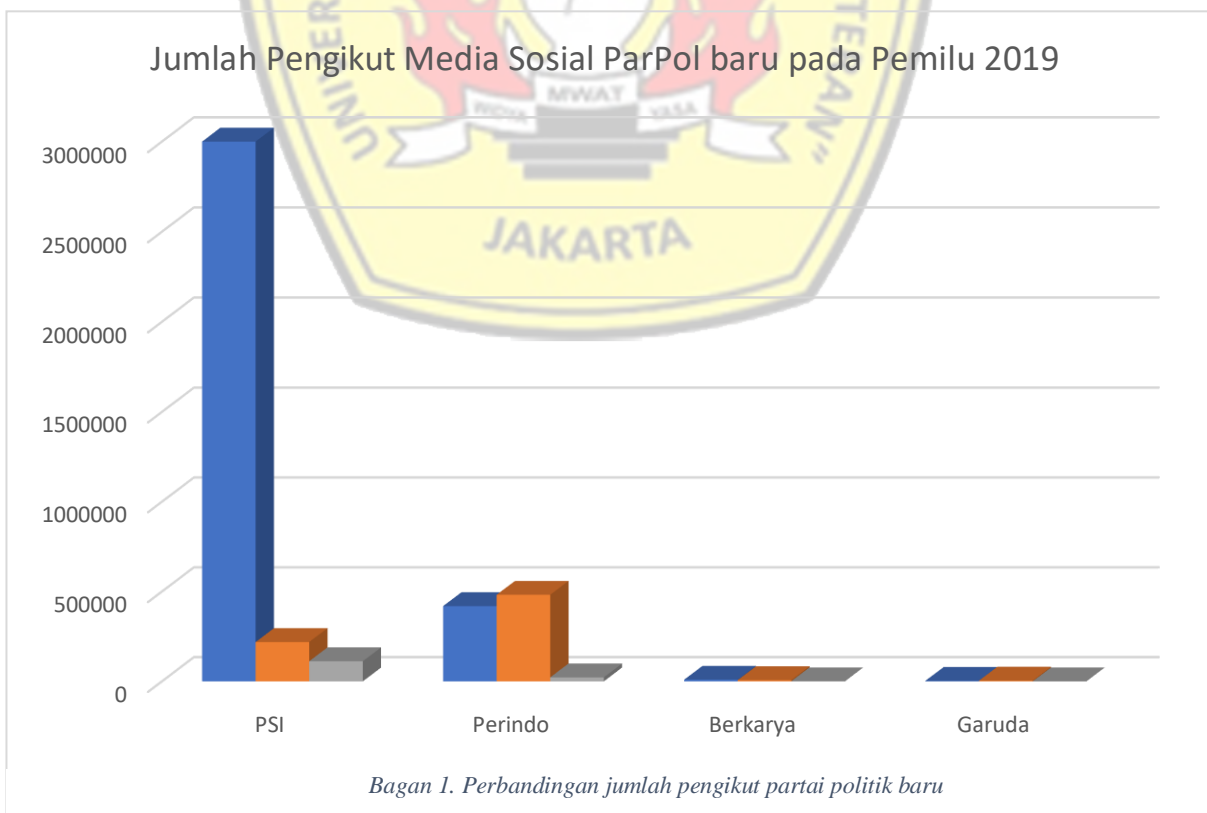
Menurut data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menjelaskan bahwa sedikitnya jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 143 juta di tahun 2017, atau lebih dari separuh jumlah penduduk. Apabila dibandingkan dengan jumlah daftar pemilih tetap (DPT) yang ditetapkan pertama kali oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU), maka sekitar 76,47 persen dari total DPT adalah pengguna internet.

Seperti contoh dapat diambil dari kemenangan Donald Trump sebagai presiden Amerika Serikat yang ke -45, mengutip dari mediaindonesia.com, Donald Trump menggunakan dana raksasa US\$94 juta dan dukungan teknologi big data, kampanye 'Make America Great Again' oleh tim pemenangan Trump bertujuan memanipulasi kondisi psikologis calon pemilih melalui pesan iklan. Brad Parscale, direktur kampanye digital Donald Trump di ajang Pilpres 2016, dalam acara 60 Minutes di CBS News TV menyatakan, dalam sehari setidaknya ditampilkan hingga 60 ribu versi iklan Facebook *Ads* yang ditujukan untuk segmen pemilih yang berbeda-beda. Memanfaatkan data demografi, minat, dan perilaku pengguna Facebook yang telah diolah sedemikian rupa, kelompok pemenangan Trump memilah calon pemilih berdasarkan kecenderungan mereka: pendukung Trump, Hillary, dan mereka yang belum menentukan pilihan atau *swing voters*.

Mengutip dari Cass R Sunstein dalam bukunya #Republic: Divided Democracy in the Age of Social Media, terdapat tiga kelebihan dari pemanfaatan media sosial

sebagai media kampanye politik, terutama pilpres, yaitu : (1) Mudah diakses calon pemilih. (2) Berdaya jangkau luas (3) Melibatkan calon pemilih. Menurut Mike Eckstein, dalam jurnalnya *Social media is much about engagement* (2018) Media sosial adalah soal keterlibatan dengan orang lain. Pemanfaatan Media Sosial didalam kampanye pilpres dapat memungkinkan calon pemilih tidak sekedar pasif menerima pesan – pesan kampanye, namun, dapat membuat ruang diskusi dan interaksi seperti memberikan komentar, menyukai ataupun membagikan pesan – pesan kampanye kepada pengguna media sosial lain.

Sangatlah wajar jika Partai Solidaritas Indonesia memanfaatkan media sosial sebagai salah satu *platform* bagi mereka untuk rutin mem-*posting* kegiatan – kegiatan mereka terkait kampanye pemilu 2019 dan hal ini telah berbuah hasil dengan tercatat per 26 Mei 2019 Partai Solidaritas Indonesia merupakan partai baru dengan pengikut terbanyak di Facebook dan twitter, lalu hanya kalah dari Perindo dalam jumlah



pengikut di Instagram. Bahkan dalam jumlah pengikut di Facebook Partai Solidaritas Indonesia hanya kalah dari Gerindra dalam jumlah pengikut meninggalkan jauh partai – partai besar seperti PDI- Perjuangan dengan pengikut 1,5 juta dan Partai Demokrat yang hanya memiliki 196 ribu pengikut.

Sumber : Facebook, Twitter, dan Instagram resmi masing masing partai per tanggal 26 Mei 2019

Menariknya Partai Solidaritas Indonesia seringkali memakai bahasa yang informal pada penyampaian pesan di media sosial mereka, hal ini sangat berlawanan dengan partai politik lain pada umumnya yang menggunakan bahasa formal dan cenderung kaku di setiap media sosial.

Peneliti memilih Partai Solidaritas Indonesia karena peneliti ingin melakukan penelitian mengenai partai baru yang belum pernah mengikuti pemilu sebelumnya dalam bagaimana strategi mereka dalam berkampanye melalui media, khususnya media sosial dan dari kriteria tersebut terdapat 4 partai yaitu, partai Berkarya, partai Garuda, Perindo dan Partai Solidaritas Indonesia, dari sesuai dengan bagan diatas, dari 4 partai tersebut pemilih memilih Partai Solidaritas Indonesia karena merasa Partai Solidaritas Indonesia merupakan partai yang memiliki jumlah pengikut terbanyak diantara keempat partai pada saat penelitian ini dibuat.

Berdasarkan signifikansi penelitian yang telah diuraikan diatas, peneliti meneliti strategi kampanye Partai Solidaritas Indonesia melalui media sosial dalam Pemilu 2019 dan dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus untuk mengetahui strategi kampanye yang dilakukan oleh Partai Solidaritas Indonesia melalui media sosial dalam kampanye pemilu 2019, maka judul penelitian ini adalah **Strategi Kampanye Partai Solidaritas Indonesia Melalui Media Sosial dalam Pemilu 2019** (Studi Kasus pada Dewan Pimpinan Pusat Partai Solidaritas Indonesia)

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan dan dijabarkan diatas, Peneliti meneliti strategi kampanye partai solidaritas Indonesia melalui media dalam pemilu 2019, namun dibatasi hanya akan meneliti salah satu saluran, yaitu saluran media sosial yang dimana Partai Solidaritas Indonesia mempunyai 3 media sosial yaitu Facebook, Instagram dan Twitter.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah dijelaskan diatas, maka penelitian ini mengajukan pertanyaan sebagai berikut :

1. Mengapa Partai Solidaritas Indonesia dalam Pemilu 2019 menggunakan strategi kampanye melalui media sosial?
2. Bagaimana strategi kampanye melalui media sosial Partai Solidaritas Indonesia dalam pemilu 2019?
3. Apa saja faktor paling dominan dalam penentuan strategi kampanye melalui media sosial dalam Partai Solidaritas Indonesia?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini ialah :

1. Untuk mengetahui tujuan penggunaan media sosial oleh Partai Solidaritas Indonesia dalam kampanye Pemilu 2019.
2. Untuk mengetahui strategi kampanye melalui media sosial oleh Partai Solidaritas Indonesia pada Pemilu 2019

3. Untuk mengetahui faktor – faktor yang paling dominan dalam penentuan strategi kampanye melalui media sosial oleh Partai Solidaritas Indonesia dalam Pemilu 2019.

1.5 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan yang telah diuraikan diatas, adapun manfaat dari penelitian ini ialah :

Manfaat Akademis :

- Dapat menunjang perkembangan dalam dunia ilmu komunikasi, khususnya pada bidang *public relations*
- Diharapkan penelitian ini dapat memberi sumbangan penelitian dalam memperkaya kajian ilmu komunikasi.

Manfaat Praktis :

- Menjadi data awal untuk penelitian sejenis bagi peneliti selanjutnya yang tertarik meneliti media sosial.
- Masukan untuk para konsultan politik dalam pemanfaatan media sosial sebagai alat kampanye.

1.6 Sistematika Penelitian

Untuk mempermudah dalam penulisan dan penyusunan skripsi, Peneliti membuat kerangka sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisikan uraian mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini meliputi uraian teori dan pengertian-pengertian yang menjadi dasar untuk menguraikan masalah dan dalam memecahkan masalah yang dikemukakan dalam penulisan.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan uraian mengenai metode penelitian, jenis penelitian, metode analisis data, metode pengumpulan data, teknik analisis data serta waktu dan tempat penelitian dilaksanakan.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini merupakan analisis untuk memberikan jawaban atau solusi terhadap masalah penelitian dan merupakan gambaran kemampuan penulis dalam memecahkan masalah.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Menyatakan pemahaman penulis tentang masalah yang diteliti berkaitan dengan skripsi berupa kesimpulan dan saran.

DAFTAR PUSTAKA

Memuat referensi yang peneliti gunakan untuk meelengkapi pengumpulan data-data dalam proses pengerjaan penelitian.

LAMPIRAN

Berisi mengenai data-data pendukung untuk penelitian ini.