

**EFEKTIVITAS KEGIATAN KAMPANYE POLITIK OLEH CALON
ANGGOTA DPRD KOTA PALEMBANG MELALUI MEDIA SOSIAL
FACEBOOK**

SKRIPSI

Oleh:

SEPTI JULIANIPUTRI

NIM : 06051181520073

Program Studi Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan



**FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

2021

Universitas Sriwijaya

**EFEKTIFITAS KEGIATAN KAMPANYE POLITIK OLEH CALON
ANGGOTA DPRD KOTA PALEMBANG MELALUI MEDIA SOSIAL
FACEBOOK**

SKRIPSI

Oleh

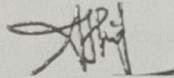
Septi Julianiputri

Nomor Induk Mahasiswa 06051181520073

**Program Studi Pendidikan Pancasila dan
Kewarganegaraan**

Mengesahkan :

Pembimbing 1



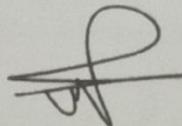
**Dr. Sri Artati Waluyati, M.Si
NIP. 196911151994012001**

Pembimbing 2



**Kurnisar, S.Pd., M.H
NIP. 19763052002121011**

**Mengetahui
Koordinator Program Studi**



**Sulkipani, S.Pd., M.Pd.
NIP. 198707042015041002**



**EFEKTIFITAS KEGIATAN KAMPANYE POLITIK OLEH CALON
ANGGOTA DPRD KOTA PALEMBANG MELALUI MEDIA SOSIAL
FACEBOOK**

SKRIPSI

Oleh

Septi Julianiputri

Nomor Induk Mahasiswa 06051181520073

Program Studi Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan

Telah diujikan dan lulus pada :

Hari : Sabtu

Tanggal : 17 Juli 2021

Pembimbing 1



**Dra. Sri Artati Waluyati, M.Si
NIP. 196911151994012001**

Pembimbing 2



**Kurnisar, S.Pd., M.H
NIP. 19763052002121011**

**Mengetahui
Koordinator Program Studi**



**Sulkipani, S.Pd., M.Pd.
NIP. 198707042015041002**



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
Jl. Raya Palembang-Prabumulih Indralaya Ogan Ilir 30662, Telp: (0711) 580085
Laman : www.fkip.unsri.ac.id, Pos-el : support@fkip.unsri.ac.id

PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

Judul : Efektivitas Kegiatan Kampanye Politik Oleh Calon Anggota DPRD
Kotadengan Menggunakan Media Sosial Facebook
Nama/NIM : Septi Julianiputri/06051181520073
Program Studi : Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan (PPKn)

Disetujui untuk disampaikan pada Seminar Hasil Penelitian Strata (S1) yang akan dilaksanakan pada

Hari, tanggal :
Tempat :
Waktu :

Pembimbing 1,

Dra. Sri Artati Waluyati, M.Si.
NIP. 196911151994012001

Pembimbing 2,

Kurnisar, S.Pd., M.H.
NIP. 197603052002121011

Mengetahui,
Koordinator Program Studi
Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan,

Sulkipani, S.Pd., M.Pd.
NIP. 198707042015041002

Scanned by TapScanner

Universitas Sriwijaya

HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Septi Julianiputri
NIM : 06051181520073
Jurusan : Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial
Program Studi : Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi yang berjudul “Efektivitas Kegiatan Kampanye Politik Oleh Calon Anggota DPRD Kota Palembang Melalui Media Sosial Facebook” ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku sesuai dengan Peraturan Menteri Pendidikan Nasional Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2010 tentang Pencegahan dan Penanggulangan Plagiat di Perguruan Tinggi. Apabila di kemudian hari, ada pelanggaran yang ditemukan dalam Skripsi dan/atau ada pengaduan dari pihak lain terhadap keaslian karya ini, saya bersedia menanggung sanksi yang dijatuhkan kepada saya.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya tanpa pemaksaan dari pihak manapun.

Indralaya, 2021

Yang membuat pernyataan,



Septi Julianiputri
Septi Julianiputri

NIM. 06051181520073

Scanned by TapScanner

PRAKATA

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Pendidikan (S. Pd) pada Program Studi Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan FKIP Universitas Sriwijaya. Peneliti mengucapkan terima kasih kepada Ibu Dra. Sri Artati Waluyati, M.Si, dan Bapak Kurnisar, S.Pd, M.H., selaku pembimbing atas segala bimbingannya yang telah diberikan kepada penulis skripsi ini. Penulis juga mengucapkan banyak terima kasih kepada Bapak Dr. Hartono, M.A., selaku Dekan FKIP Universitas Sriwijaya, Ibu Dr. Farida, M.Si., selaku ketua Jurusan Pendidikan IPS FKIP Universitas Sriwijaya, dan Bapak Sulkipani, S.Pd, M.Pd., selaku Koordinator Program Studi Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan. Ucapan terima kasih juga ditujukan kepada Ibu Dra. Hj. Umi Chotimah, M.Pd, Ph.D., Bapak Drs. Alfiandra, M.Si., Bapak Drs. Emil El Faisal, M.Si., Bapak Sulkipani, S.Pd, M.Pd., dan Ibu Husnul Fatihah, S.Pd, M.Pd., sebagai anggota penguji yang telah memberikan saran untuk perbaikan skripsi ini. Lebih lanjut penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Ibu Camelia, S.Pd, M.Pd., Bapak Edwin Nurdiansyah, S.Pd, M.Pd., Ibu Puspa Dianti, S.Pd, M.Pd., Ibu Rini Setiyowati, S.Pd, M.Pd., Ibu Mariyani, S.pd, M.Pd., dan juga admin Program Studi PPKn atas bantuannya hingga penyelesaian administrasi skripsi ini. Selanjutnya peneliti juga mengucapkan terima kasih kepada orang tua, kepada saudara-saudari peneliti, sahabat dan teman-teman yang telah memberikan bantuan dan dukungannya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Akhir kata, Semoga skripsi ini dapat bermanfaat untuk pembelajaran bidang studi Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan dan ilmu pengetahuan lainnya.

Palembang, Juni
2021



Septi Julianiputri
NIM. 06051181520073

DAFTAR ISI**Halaman****HALAMAN JUDUL****HALAMAN PENGESAHANi****HALAMAN PERSETUJUAN UAPii****HALAMAN PERNYATAAN iii****PRAKATAiv****DAFTAR ISI v****DAFTAR TABELviii****DAFTAR BAGANxi****DAFTAR LAMPIRANxii****ABSTRAK.....xiii****ABSTRACTxiv****BAB 1 PENDAHULUAN**

1.1 Latar Belakang 1

1.2 Rumusan Masalah 6

1.3 Tujuan Penelitian 6

1.4 Manfaat Penelitian 6

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Konsep Efektivitas 8

2.1.1 Pengertian Efektivitas..... 8

2.1.2 Pengukuran Efektivitas..... 9

2.2 Kampanye Politik..... 10

2.2.1 Pengertian Politik 10

2.2.2 Fungsi-fungsi Politik 12

2.2.3 Pengertian Kampanye Politik 13

2.2.4 Jenis-jenis Kampanye Politik..... 14

2.2.5 Tujuan Kampanye Politik 15

2.3 Media Sosial 16

2.3.1 Pengertian Media Sosial 16

2.3.2 Macam-macam Media Sosial..... 18

2.3.2.1 Instagram	18
2.3.2.2 Facebook.....	19
2.3.2.3 Twitter	19
2.4 Kerangka Berpikir	20
2.5 Alur Penelitian	22
BAB III METODELOGI PENELITIAN	
3.1 Metode Penelitian	23
3.2 Variabel Penelitian	23
3.3 Definisi Operasional Variabel	24
3.4 Populasi dan Sampel	25
3.4.1 Populasi	25
3.4.2 Sampel	25
3.5 Teknik Analisis Data Instrumen Penelitian	27
3.5.1 Uji Validitas	27
3.5.2 Uji Reliabilitas	29
3.6 Teknik Pengumpulan Data	29
3.6.1 Dokumentasi	30
3.6.2 Kuisisioner atau Angket	30
3.7 Teknik Pengolahan Data	31
3.8 Teknik Analisis Data	32
BAB IV HASIL & PEMBAHASAN	
4.1 Hasil Penelitian	35
4.2 Deskripsi Data Hasil Penelitian	37
4.2.1 Deskripsi Data Hasil Dokumentasi	37
4.2.1.1 Data MasyarakatKelurahanTalang Putri	37
4.2.2 Deskripsi Data Hasil Angket	38
4.2.3 Deskripsi Data Hasil Wawancara Secara Tertulis	57
4.3 Analisis Data Hasil Penelitian	58
4.3.1 Analisis Data Hasil Dokumentasi	58
4.3.2 Analisis Hasil Angket.....	58
4.3.3 Analisis Hasil Wawancara Secara Tertulis	67

4.3.4 Hasil Analisis Hitungan Excel	68
4.4 Uji Instrumen Penelitian.....	72
4.4.1 Uji Validitas Angket.....	72
4.4.2 Uji Reliabilitas Angket	75
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian.....	76
BAB V KESIMPULAN & SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	78
5.2 Saran.....	78
5.2.1 Kepada Anggota Tim Sukses Partai Politik.....	78
5.2.2 Kepada Masyarakat	78
DAFTAR PUSTAKA.....	80
LAMPIRAN	82

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Indikator Variabel	24
Tabel 3.2 Populasi Penelitian	26
Tabel 3.4 Sampel Penelitian Menggunakan Kuesioner/Angket.....	28
Tabel 3.5 Daftar Skor Jawaban Responden	30
Tabel 4.1 Jadwal Kegiatan Penelitian	35
Tabel 4.2 Jumlah KK Masyarakat Talang Putri	36
Tabel 4.3 Jumlah Masyarakat Talang Putri.....	36
Tabel 4.4 Daftar Skor Jawaban Responden	37
Tabel 4.6 Kriteria Efektivitas Berdasarkan Interpretasi Skor Persentase -----	38
Tabel 4.7 Saya tahu tentang media sosial facebook	39
Tabel 4.8 Media social facebook memiliki banyak kegunaan dalam kehidupan masyarakat.....	40
Tabel 4.9 Media social facebook sangat sering digunakan dalam kehidupan sehari-hari.....	41
Tabel 4.10 Media sosial facebook dapat mempengaruhi kehidupan masyarakat .	41
Tabel 4.11 Media social facebook memberikan manfaat kepada masyarakat.....	42
Tabel 4.12 Media social facebook memberikan informasi kepada masyarakat...	43
Tabel 4.13 Media sosial facebook salah satu sumber informasi yang terpercaya	44
Tabel 4.14 Saya banyak mendapatkan informasi melalui media social facebook	45
Tabel 4.15 Media social facebook salah satu alat komunikasi yang efektif	46
Tabel 4.16 Media social facebook memberikan informasi tentang politik.....	46
Tabel 4.17 Media social facebook sering digunakan untuk kampanye oleh partai politik	47
Tabel 4.18 Kegiatan kampanye politik melalui media sosial facebook berguna untuk memberikan informasi agar masyarakat percaya terhadap partai politik....	48

Tabel 4.19 Kegiatan kampanye politik melalui media social facebook berguna untuk memberikan informasi tentang calon anggota dewan legislative kepada masyarakat.....	49
Tabel 4.20 Informasi yang diberikan partai politik dapat dipercaya oleh masyarakat.....	50
Tabel 4.21 Kampanye politik melalui media social facebook dapat mempengaruhi masyarakat.....	50
Tabel 4.22 Kampanye politik melalui media social facebook dapat memberikan dukungan kepada partai politik oleh masyarakat	51
Tabel 4.23 Masyarakat pengguna media social dapat mengetahui informasi tentang suatu partai politik	52
Tabel 4.24 Masyarakat pengguna media social dapat mengetahui informasi dari calon anggota dewan legislative	53
Tabel 4.25 Kampanye politik melalui media social facebook dapat membuat tanggapan positif dari masyarakat	54
Tabel 4.26 Kampanye politik melalui media social facebook dapat memberikan kepercayaan pada masyarakat tentang informasi calon anggota dewan legislative	54
Tabel 4.27 Media social facebook memberikan keuntungan kepada masyarakat yang membutuhkan informasi	55
Tabel 4.28 Media social memberikan keuntungan kepada para calon anggota dewan legislative yang melakukan kampanye politik melalui media social.....	56
Tabel 4.29 Kampanye politik melalui media social facebook sangat efektif dilakukan untuk mendapatkan kepercayaan dari masyarakat	57
Tabel 4.30 Indikator Pemahaman Program.....	58
Tabel 4.31 Kriteria Efektivitas Berdasarkan Interpretasi Skor Persentase	60
Tabel 4.32 Indikator Tepat Sasaran	61
Tabel 4.33Kriteria Efektivitas Berdasarkan Interpretasi Skor Persentase	62
Tabel 4.34 Indikator Tercapainya Tujuan.....	63
Tabel 4.36 Indikator Perubahan Nyata	64

Tabel 4.39 Hasil Rata-Rata Persentase dan Skor efektivitas kegiatan kampanye politik oleh calon anggota DPRD kota dengan menggunakan media social facebook	66
Tabel 4.40 Rekapitulasi Data Hasil Wawancara Informan Penelitian.....	67
Tabel 4.41 Hasil Uji Validitas Angket Penelitian	73
Tabel 4.42 Interpretasi Validitas Angket Penelitian.....	74
Tabel4.43 Hasil Uji Realibilitas Angket Penelitian.....	75

DAFTAR BAGAN

	Halaman
Bagan 2.1 Kerangka Berpikir	21
Bagan 2.2 Alur Penelitian	22

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	: Usul Judul Pembimbing 1
Lampiran 2	: Usul Judul Pembimbing 2
Lampiran 3	: Persetujuan Judul oleh Koordinator Program Studi
Lampiran 4	: Perubahan Judul Skripsi
Lampiran 5	: Surat Keputusan Pembimbing Skripsi
Lampiran 6	: Persetujuan Seminar Usul Penelitian
Lampiran 7	: Perbaikan Seminar Usul Penelitian
Lampiran 8	: Telah dilaksanakan Seminar Usul Penelitian
Lampiran 9	: Surat Keputusan Izin Penelitian
Lampiran 10	: Surat Setelah Melaksanakan Penelitian
Lampiran 11	: Persetujuan Seminar Hasil Penelitian
Lampiran 12	: Perbaikan Seminar Hasil Penelitian
Lampiran 13	: Surat Persetujuan Ujian Skripsi
Lampiran 14	: Kartu Pembimbing
Lampiran 15	: Kisi-kisi Instrumen
Lampiran 16	: Hasil Dokumentasi
Lampiran 17	: Hasil Pemeriksaan Plagiat

ABSTRAK

Media sosial sering digunakan untuk berkomunikasi oleh sebagian besar masyarakat termasuk oleh pemerintahan terutama untuk melakukan kegiatan kampanye politik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui efektivitas kegiatan kampanye politik yang dilakukan anggota DPRD kota melalui media sosial. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan populasi seluruh masyarakat kelurahan Talang Putri kecamatan Plaju kota Palembang namun sampel yang diambil hanya 99 orang saja dan sampel tersebut ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10 persen. Teknik sampel yang digunakan adalah teknik *sampling insidental* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yakni siapa saja yang secara kebetulan/incidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Teknik pengumpulan data yang digunakan yakni dokumentasi dan angket. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan uji validitas dan uji realibilitas dengan taraf kesalahan (α) = 5%. Perangkat lunak yang digunakan dalam penelitian ini yakni *SPSS versi 22.0*. Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa masyarakat pengguna media sosial sangat terbantu dalam mendapatkan informasi tentang partai politik melalui kampanye di media sosial sehingga kegiatan kampanye politik melalui media sosial bisa dikatakan efektif.

Kata Kunci : Efektivitas, Kegiatan Kampanye Politik, Media Sosial

ABSTRACT

Social media is often used to communicate by most people, including by the government, especially to carry out political campaign activities. This study aims to determine the effectiveness of political campaign activities carried out by members of the city DPRD through social media. This study is a quantitative study with the entire population of Talang Putri sub-district, Plaju sub-district, Palembang city, but only 99 samples were taken and the sample was determined using the Slovin formula with an error rate of 10 percent. The sampling technique used is incidental sampling, which is a sampling technique based on chance, ie anyone who coincidentally/incidentally meets a researcher can be used as a sample, if it is deemed that the person who happened to be met is suitable as a data source. Data collection techniques used are documentation and questionnaires. The data analysis technique in this study used a validity test and a reliability test with an error rate (5%) = 5%. The software used in this research is SPSS version 22.0. The results of the study can be concluded that the community using social media is very helpful in getting information about political parties through campaigns on social media so that political campaign activities through social media can be said to be effective.

Keywords : Effectiveness, Political campaign activities, Social media

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini teknologi sudah menguasai dunia, terutama di kalangan generasi muda zaman sekarang. Teknologi sendiri tidak bisa lepas dari kehidupan manusia, di era globalisasi sekarang ini teknologi merupakan kebutuhan sehari-hari bagi manusia. Teknologi sendiri memiliki banyak manfaat salah satunya sebagai alat komunikasi. Alat komunikasi yang sering dipakai saat ini seperti handphone, laptop, dan sebagainya. Masyarakat saat ini sering menggunakan *Smartphone* sebagai alat komunikasi bagi mereka melalui media sosial. Media sosial juga mampu menjadi sarana pendidikan terutama dikalangan remaja, sekarang ini masyarakat lebih banyak mendapatkan informasi melalui media sosial. Bahkan pemerintahan di Indonesia pun memanfaatkan media sosial untuk keperluan mereka baik untuk memberikan informasi kepada masyarakat maupun untuk memperkenalkan partai politik didalam pemerintahan dan sebagainya.

Peran teknologi dalam kehidupan masyarakat sangatlah besar terutama peran dari media sosial. Banyak yang beranggapan bahwasanya media sosial sangatlah efektif jika dijadikan sebagai sarana kampanye politik bagi para anggota legislatif, hal itu disebabkan para pelajar maupun mahasiswa lebih banyak menerima informasi serta pengetahuan melalui media sosial, generasi ini lebih meyakini informasi yang ada di media sosial. Awalnya media sosial hanya terkait tentang pertemanan saja. Namun, saat ini media sosial sudah banyak digunakan dalam ranah politik kesuasaan pemerintahan atau negara. Menurut Ruben (dalam Wilhelm, 2003: 9) perkembangan teknologi komunikasi sangat berpengaruh secara baik dalam proses politik.

Para elit politik sering melakukan komunikasi politik dengan cara berkampanye di media sosial, menurut Venus (dalam Ardha, 2014)

“Kampanye pada dasarnya adalah penyampaian pesan –pesan dari pengirim kepada khalayak. Pesan-pesan tersebut dapat disampaikan dalam berbagai bentuk mulai dari poster, spanduk, papan reklame, pidato, iklan diskusi, sehingga selebaran”.

Kampanye politik adalah upaya terorganisir yang berusaha untuk mempengaruhi proses pengambilan keputusan dalam kelompok tertentu (Fatimah, 2018). Dalam hal demokrasi, bahwasanya kampanye politik sering mengacu pada kampanye pemilu. Menurut Rice dan Paisley (dalam Fatimah, 2018) kampanye politik adalah suatu keinginan untuk mempengaruhi tingkah laku serta kepercayaan orang lain dengan memiliki daya tarik yang komunikatif. Dalam UU Nomor 1 tahun 2015 tentang pemilu anggota DPR, DPD, dan DPRD pada pasal 1 angka 26 kampanye politik adalah: “Kegiatan peserta pemilu untuk meyakinkan para pemilih dengan menawarkan visi, misi dan program peserta pemilu”.

Berdasarkan pengertian tersebut maka kampanye politik sangatlah penting dan berpengaruh terhadap komunikasi politik terutama bagi para pemerintahan dan partai politik untuk menarik perhatian masyarakat. Kampanye politik sangat berperan penting dalam kesuksesan para elit politik untuk mendapatkan dukungan dari masyarakat. Dengan adanya media sosial maka akan membantu para partai politik dan pemerintahan untuk memberikan informasi tentang kelembagaan serta informasi pemerintahan yang ada di Indonesia secara mendalam. Maka dari itu banyak partai politik memanfaatkan media sosial sebagai alat komunikasi untuk berkampanye guna menarik perhatian dan minat serta untuk mendapatkan banyak dukungan dan suara dari masyarakat Indonesia.

Dalam melaksanakan kampanye, para elit politik juga membutuhkan sebuah alat peraga kampanye, bahan kampanye, dan juga sebuah iklan kampanye untuk meyakinkan orang banyak. Dalam peraturan KPU nomor 23 tahun 2018 tentang kampanye pemilihan umum bahwasanya alat peraga yang dimaksud adalah “semua benda atau bentuk lain yang memuat visi, misi, program, dan/atau informasi lainnya dari peserta pemilu, simbol atau tanda gambar peserta pemilu, yang dipasang untuk keperluan kampanye yang bertujuan untuk mengajak orang memilih peserta pemilu tertentu”. Adapun yang dimaksud dengan bahan kampanye yakni berdasarkan peraturan KPU nomor 23 tahun 2018 tentang kampanye pemilihan umum adalah “semua benda atau bentuk lain yang memuat visi, misi, program, dan/atau informasi lainnya dari peserta pemilu, simbol atau

tanda gambar yang disebar untuk keperluan Kampanye yang bertujuan untuk mengajak orang memilih peserta pemilu tertentu”. Dan hal yang tidak kalah penting pada saat kampanye yakni iklan kampanye politik, dalam peraturan KPU nomor 23 tahun 2018 tentang kampanye pemilihan umum, iklan kampanye politik adalah “penyampaian pesan kampanye melalui media cetak, media elektronik, media dalam jaringan, media sosial, dan lembaga penyiaran, berbentuk tulisan, gambar, animasi, promosi, suara, peragaan, sandiwara, debat, dan bentuk lainnya yang dimaksudkan untuk memperkenalkan peserta pemilu atau meyakinkan pemilih memberi dukungan kepada peserta pemilu”. Dalam hal ini media sosial merupakan media yang baik untuk melakukan kegiatan kampanye politik.

Media sosial sangat memungkinkan sebagai pertukaran informasi yang lebih cepat dan efektif. Dimulai dengan hadirnya *Friendster* pada tahun 2002, yang kemudian di sempurnakan oleh Mark Zuckerberg dengan mengeluarkan situs pertemanan baru yang sangat terkenal hingga saat ini yakni *Facebook* yang dirilis pada tanggal 4 februari 2004, dan pada tahun 2006 muncul pula situs yang sejenis yaitu *Twitter* oleh Jack Dorse serta aplikasi lainnya yang serupa dan sangat sering digunakan saat ini yakni *Instagram* Media sosial ini berkembang dengan sangat cepat diberbagai Negara termasuk di Indonesia. Indonesia sendiri merupakan Negara yang memiliki kebutuhan internet yang cukup tinggi. Berdasarkan data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pengguna internet di Indonesia mencapai 143,26 juta jiwa atau setara dengan 54,7 persen dari total populasi Negara Indonesia. Hal ini mengalami peningkatan dari sebelumnya yakni survei pada tahun 2016 pengguna internet di Indonesia mencapai 132,7 juta jiwa.

Adapun beberapa penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan peran media sosial sebagai kegiatan kampanye politik oleh anggota legislatif yang pernah dilakukan oleh Markus Utomo Sukendar tahun 2017 dengan judul Pemilihan Presiden, Media Sosial dan Pendidikan Politik bagi Pemilih Pemula memberikan kesimpulan bahwa: 1. Banyak pemilih pemula yang terpengaruh oleh jejaring media sosial, keluarga dan teman sebagai sumber untuk mendapatkan informasi untuk melakukan pemilihan pada saat pemilu termasuk informasi calon

pemimpin yang akan dipilih, 2. Pemilih pemula sebagai pengguna media sosial terbesar di Indonesia berhak mendapatkan pendidikan sosial yang dibutuhkan, sehingga mampu menentukan partisipasi politik berdasarkan pertimbangan yang logis, 3. Penggunaan bahasa dan pemilihan konten di media sosial dalam pendidikan politik bagi pemilih pemula masih belum menyentuh kondisi kehidupan pemilih pemula tersebut.

Penelitian serupa juga dilakukan oleh Andi Dwi Wahyu Batari tahun 2015 dengan judul Kekuatan Politik Media Sosial dalam Pemenangan Bupati dan Wakil Bupati pada Pemilihan Kepala Daerah Serentak Kabupaten Bulukumba Tahun 2015 dengan kesimpulan bahwasanya penggunaan media sosial yang dilakukan oleh salah satu kandidat calon bupati dan wakil bupati sangat mempengaruhi kemenangan pasangan tersebut, juga respon yang didapatkan oleh pasangan calon tersebut sangat beragam serta mampu menarik perhatian dan dukungan dari masyarakat Bulukumba.

Penelitian lain yang serupa juga dilakukan oleh Berliani Ardha tahun 2014 dengan judul *Social Media* sebagai Media Kampanye Partai Politik 2014 di Indonesia, penelitian tersebut memberikan kesimpulan bahwasanya media sosial sangat memainkan dan akan terus memainkan peran penting dalam kampanye politik, serta sangat membantu para partai politik dalam mempengaruhi masyarakat.

Dalam penelitian ini bahwasanya peneliti melakukan pengamatan guna untuk melakukan studi pendahuluan dimana peneliti mengamati beberapa kegiatan kampanye politik yang dilakukan oleh calon legislatif DPRD kota Palembang melalui akun media sosial resmi mereka yakni salah satunya adalah calon legislatif dari partai Demokrat yang bernama Pelita Maret. Caleg tersebut memanfaatkan media sosial sebagai salah satu sarana melakukan kegiatan kampanye politiknya untuk menarik minat serta dukungan dari masyarakat banyak. Dalam akun media sosial caleg tersebut terdapat beberapa foto, gambar, dan juga beberapa tulisan yang berupa visi dan misi serta beberapa pesan pesan kampanye serta beberapa animasi guna untuk menarik peminat dan dukungan

terhadap dirinya. Caleg tersebut sangat aktif berkampanye melalui akun media sosial. Bahkan beliau juga sering membagikan momen berupa foto kegiatannya di akun tersebut pada saat beliau sedang melaksanakan kegiatan kampanye secara langsung. Caleg tersebut sangat memanfaatkan media sosial untuk kegiatan kampanye dirinya mengingat saat ini hampir semua orang mengakses dan memakai media sosial, baik kalangan anak-anak hingga orang dewasa.

Saat ini kebanyakan masyarakat di Indonesia menggunakan media sosial. Sebagai pengguna media sosial, banyak orang menghabiskan waktunya untuk mengakses akun media sosial, bahkan mereka mengakses media sosial tersebut hampir setiap harinya untuk melihat informasi yang terbaru dan *terupdate*. Peneliti mendapatkan informasi dari hasil studi pendahuluan yang dilakukan bahwa masyarakat pengguna media sosial banyak mengandalkan media sosial tersebut sebagai sarana untuk mendapatkan informasi guna menambah wawasan mereka terutama dibidang politik. Peneliti juga mendapatkan informasi bahwa kebanyakan masyarakat lebih cenderung mempercayai informasi yang ada di media sosial untuk menambah wawasan mereka karena masyarakat sendiri lebih sering membaca berita yang ada di media sosial daripada media cetak seperti koran, majalah dan lainnya.

Sangat banyak media sosial yang dapat dipakai untuk berkomunikasi seperti *facebook*, *instagram*, *whatsapp*, *twitter*, dll. Melalui media sosial pemerintah Indonesia sendiri juga memanfaatkannya sebagai salah satu media pendukung untuk memberikan informasi kepada masyarakat mengenai keadaan negara dan pemerintah Indonesia. Bahkan saat ini para partai politik juga memanfaatkan media sosial sebagai sarana informasi dan sarana komunikasi kepada masyarakat serta memanfaatkan media sosial sebagai alat kampanye untuk menarik perhatian dan dukungan dari masyarakat.

Berdasarkan uraian tersebut peneliti sangat ingin melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul **“Efektivitas Kegiatan Kampanye Politik Oleh Calon Anggota DPRD Kota Palembang Melalui Media Sosial Facebook”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang yang telah dipaparkan maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah : Bagaimana Efektivitas Kegiatan Kampanye Politik Oleh Calon Anggota DPRD Kota Palembang Melalui Media Sosial Facebook ?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui Efektivitas Kegiatan Kampanye Politik Oleh Calon Anggota DPRD Kota Palembang dengan Melalui Media Sosial Facebook

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik teoritis maupun secara praktis, yaitu:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Berbagai pemikiran, konsep, dan gagasan teoritis yang dikemukakan serta dapat mendukung teori-teori yang berhubungan dengan penelitian terutama menyangkut efektivitas media sosial sebagai sarana kampanye politik.

1.4.2 Manfaat Praktis

1.4.2.1 Bagi Pemilih Pemula

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi serta wawasan dan juga dapat menambah pemahaman bagi para pemilih pemula tentang keefektifan media sosial sebagai sarana kampanye politik.

1.4.2.2 Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi bagi peneliti selanjutnya dan juga menambah wawasan bagi peneliti sendiri serta menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya terutama yang berhubungan dengan keefektifan media sosial sebagai sarana kampanye politik.

Daftar Pustaka

- Ardha, Berliani. (2014). *Social Media Sebagai Media Kampanye Partai Politik 2014 di Indonesia*. Jakarta: [https://media.neliti.com > publications](https://media.neliti.com/publications). diakses pada tanggal 29 Desember 2019.
- Arikunto, Suharsimi. 2013. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). (<https://apjii.or.id>) yang diakses pada 14 Desember 2018.
- Aziz, Ervan, (2016). *Efektivitas Program Peningkatan Keterampilan dan Kewirausahaan Anak Jalanan di Kota Palembang*. Palembang: <http://ejournal.candradimuksmap.ac.id>. diakses pada 26 April 2019.
- Batari, Andi D.W, (2015). *Kekuatan Politik Media Sosial dalam Pemenangan Bupati dan Wakil Bupati pada Pemilihan Kepala Daerah Serentak Kabupaten Bulukumba Tahun 2015*. Sulawesi Selatan: <http://repository.unhas.ac.id>. diakses pada 08 September 2018.
- Bungin, Burhan, 2010. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana.
- Cangara, Hafied 2011. *Komunikasi Politik*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Cangara, Hafied, 2014. *Komunikasi Politik*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Fatimah, Siti, (2018). *Kampanye Sebagai Komunikasi Politik: Esensi dan Strategi dalam Pemilu*. <https://ojs.unsiq.ac.id>_ diakses pada 29 Desember 2019.
- Handoko, T. Hani, 2008. *Manajemen*. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.
- id.m.wikipedia.org diakses pada 26 April 2019.

- KBBI, (2019). Indonesia: <https://kbbi.kemdikbud.go.id>. diakses pada 02 Januari 2019.
- Lestanata, Yudhi dan Pribadi, Ulung. (2016). *Efektivitas Pelaksanaan Program Pembangunan Berbasis Rukun Tetangga di Kabupaten Sumbawa Barat Tahun 2014–2015*. Yogyakarta: Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. 3 (3): 369-389.
- Lestari, R. P., & Murti, I. (2015). *Efektivitas Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat (PNPM Mandiri) (studi kasus di desa Sedengan Mijen, Kecamatan Krian, Kabupaten Sidoarjo)*. Sidoarjo: <http://jurnal.untag-sby.ac.id>. diakses pada 05 Januari 2019
- Sari, (2017). *Fenomena Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Pembelajaran Agama Islam Oleh Mahasiswa Fisip Universitas Riau*. Riau: <http://media.neliti.com>. diakses pada 25 Januari 2019.
- Sarosa Samiaji, 2012. *Penelitian Kualitatif Dasar-Dasar*. Jakarta Barat: Indeks
- Steers, R. M., 1985. *Efektivitas Organisasi*. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono, 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Wilhelm, Anthony G. 2003. *Demokrasi di Era Digital, Tantangan Kehidupan Politik di Ruang Cyber*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.