

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

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. Contohnya pada masa kampanye Obama tahun 2008 di Amerika. Salah satu faktor yang membuat popularitas Obama naik secara cepat, dikarenakan ia merupakan kandidat yang terhubung dengan calon pemilih melalui media sosial. Dalam pemilu presiden AS tahun 2008, tim kampanye Obama memanfaatkan media sosial dengan sangat efektif. Obama melakukan kampanye melalui situs pertemanan facebook dan media sosial lain. Contoh lainnya, pada pemilu presiden dan wakil presiden 2004 di Indonesia, mantan presiden Susilo Bambang Yudhoyono ini sukses melakukan pencitraan melalui media sosial.

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.

Pada pemilihan kepala daerah Gorontalo tahun 2017 ada tiga pasang kandidat yang lolos verifikasi Komisi Pemilihan Umum Daerah (KPUD) Gorontalo sebagai calon gubernur (cagub) dan calon wakil gubernur (cawagub), masing-masing mendapat dukungan dari partai politik. Ketiga pasang kandidat tersebut adalah Hana Hasanah berpasangan dengan Tonny Junus (HATI), Rusli Habibie berpasangan dengan Idris Rahim (NKRI) dan Zainuddin Hasan berpasangan dengan Adhan Dambea (ZIHAD).

Kini para politisi memanfaatkan media sosial facebook sebagai salah satu sarana komunikasi politik. Facebook bukan hanya difungsikan sebagai media sosial yang dapat “mengobrol” dari satu individu ke individu lainnya tetapi banyak difungsikan sebagai media kampanye politik dengan membuat fanpage.

Salah satu pemanfaatan media sosial dalam kampanye politik dapat dilihat pada strategi tiga tim pasangan calon yang hendak maju pada pemilihan Gubernur 2017. Ketiga pasangan calon tercatat aktif di media sosial salah satunya facebook, saat ini di facebook fanpage resmi masing-masing calon mulai meramaikan beranda dengan berbagai informasi positif tentang keunggulan mereka.

Diawali pada bulan Oktober, ketiga pasangan calon dengan aktif menyebarkan informasi berupa program-program yang ia miliki hingga tanya jawab seputaran Gorontalo melalui masing-masing fanpage ketiga pasangan calon.

Calon kandidat pertama Hana Hasanah dan Tonny Junus punya fanpage di facebook yang disukai oleh 141 akun saja. Dikelola oleh admin, fanpage 'Suara HATI rakyat Gorontalo' itu cukup aktif membagikan berbagai hal mengenai kegiatan Hana Hasanah dan Tonny Junus. Hampir semua isi postingan hanya ada gambar tentang kutipan "kata-kata" dengan simbol HATI dan kurang mendapat like ataupun komentar.

Sementara pasangan Rusli Habibie dan Idris Rahim, juga memiliki fanpage di facebook. Calon kandidat yang di juluki dengan NKRI ini memiliki fanpage yang disukai oleh 9.837 akun. Fanpage NKRI Jilid 2 ini setiap waktu memposting berbagai informasi mengenai kegiatan dan program kampanyenya. Dalam postingan awal, terdapat visi dan misi serta program kerja pasangan Rusli-Idris pada tahun 2017-2022. Pasangan cagub cawagub di fanpage NKRI Jilid 2 memang tergolong cukup intens melakukan kegiatan-kegiatan promosi, sosialisasi dan komunikasi terkait kampanye putih. Mereka banyak melakukan kegiatan sosial, yang berkaitan dengan edukasi.

Di dalam fanpage ini juga memberikan lampiran video yang menerangkan postingannya mengenai bentuk pengabdian yang lebih dulu memberi bukti pada masyarakat Gorontalo. Tidak hanya itu, di fanpage NKRI Jilid 2 ini juga kerap memposting foto atau gambar kegiatan bakti sosial yang dilakukan oleh Rusli Habibie dan kegiatan 'kampanye' mereka diberbagai kabupaten yang terjadi saat ini. Semua postingan itu banyak mendapat komentar positif bahkan dibagikan lagi oleh para likers.

Terakhir, pasangan Zainuddin Hasan dan Adhan Dambea memiliki fanpage dengan like 2.788. Awal postingan di fanpage 'Ber-ZIHAD' ini mengenai foto visi misinya selanjutnya postingan mengenai keresahan-keresahan masyarakat menyangkut program yang kini belum terwujud dengan itu ia memberikan janji solusi melalui catatan di fanpage miliknya yang mendapat berbagai masukan dan kritikan di kolom komentar serta like dari akun pendukungnya.

Selain itu pasangan urut tiga ini juga aktif memposting foto dan gambar mengenai informasi dan kegiatan kampanye serta video tentang seluk beluk pasangan calon. Pilkada ini tampak jelas bahwa masing-masing calon kandidat bersaing ketat untuk menjadi Gubernur di Gorontalo. Hal tersebut terlihat dari postingan mengenai program kampanye yang menjadi unggulan masing-masing calon kandidat berfokus untuk mengatasi masalah yang menjadi langganan Gorontalo.

Pada aktivitas berkampanye di media sosial pastinya menggunakan bahasa sebagai mediumnya untuk menyampaikan program-program para kandidat pilgub dan pastinya merupakan bagian dari praktik kekuasaan yang dapat digunakan untuk memperbesar pengaruh kekuasaan. Bahasa pada situasi ini sangat berperan penting untuk menjelaskan program-program yang ditawarkan kandidat pilgub di media sosial. Disini saya akan melihat wacana yang digunakan oleh para kandidat pilgub dalam kampanye pilkada di Gorontalo 2017, pada kosa kata yang ada dalam fanpage facebook calon kandidat. Karena pasti diantaranya memiliki maksud dan tujuan yang berbeda-beda, baik untuk mempengaruhi orang dan

menyampaikan pikiran. Serta memahami makna yang terkandung di dalam bahasa kampanye para kandidat Pilgub 2017.

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk mengamati bagaimana tiga kandidat memanfaatkan media sosial facebook khususnya pada fanpage pribadi masing-masing cagub dan cawagub.

1.2 Identifikasi Masalah

1. Dalam wacana terkesan ketiga pasangan calon gubernur gorontalo sangat menguploud pemberitaan kampanye di *fanpage*

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang peneliti kemukakan diatas, maka menjadi dasar peneliti untuk merumuskan masalah, yaitu :

1. Bagaimana wacana kampanye politik ketiga paslon pada *fanpage* dalam pemilihan kepala daerah provinsi Gorontalo 2017 ?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, peneliti dapat menetapkan tujuan penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengetahui wacana kampanye politik ketiga paslon pada fanpage dalam pemilihan kepala daerah provinsi Gorontalo 2017

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi aspek pengembangan ilmu dalam ilmu komunikasi.

1.5.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dan kontribusi dalam kajian ilmu komunikasi yang khususnya tentang komunikasi politik dan diharapkan pula dapat dijadikan sebagai bahan pedoman untuk peneliti berikutnya.

1.5.2 Manfaat Praktis

Memberikan data-data konkret pada penulis, khalayak dan juga pada institusi media yang membutuhkan untuk melakukan evaluasi dan pengambilan kebijakan atas materi disajikan.