

Hubungan antara Media Sosial terhadap Peluang Kemenangan Pasangan Calon Gubernur DKI Jakarta Pada Pilkada 2017 (Studi Wilayah Jakarta Utara)

Aldy Raenaldy¹⁾, Tedi Erviantono²⁾, Bandiyah³⁾
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Udayana
Email: aldyraenaldys@gmail.com¹⁾, erviantono2@yahoo.com²⁾,
dyah_3981@yahoo.co.id³⁾.

ABSTRACT

The study aims to determine the relations between social media to the chances of winning the candidate pairs of governors of DKI Jakarta in the first round election 2017 in North Jakarta Region. As a research frame, author use New Public Sphere theory by Karssen Mossberger. The method in this research is descriptive quantitative. The research instrument is a questionnaire which distributed to 400 respondents with a MoE of 5%. Determination of respondents using Multi-Stage Random Sampling technique. Based on the research, the author finds are: 85% of people in North Jakarta have social media and 335 respondents agree that social media can influence the chances of victory of candidate pair of governor of DKI Jakarta in elections 2017. Based on these findings, it can be concluded that social media can positively influence on the chance of winning the candidate pair of governor of DKI Jakarta in the 2017 election.

Keywords: Governor, New Public Sphere, Social Media

1. PENDAHULUAN

Pada 1998 Indonesia mengalami proses reformasi dimana kehidupan demokrasi jauh lebih terbuka bagi kehidupan bernegara masyarakat Indonesia. Kebebasan menyampaikan pendapat yang sebelumnya 'dibungkam' oleh pemerintahan yang anti-kritik, menjadi sebuah hasil besar dari proses reformasi yang berlangsung pada tahun tersebut. Kondisi demikian melahirkan perubahan perilaku politik di kalangan masyarakat karena publikasi media yang telah bebas dan independen.

Masyarakat Indonesia yang semakin mudah memperoleh informasi pasca reformasi menyebabkan wacana sosial politik bukan lagi milik beberapa orang,

tapi semakin banyak masyarakat yang sadar isu-isu sosial politik. Hal tersebut tidak lepas dari berkembangnya media, baik media konvensional ataupun *new media*.

Peranan media massa dalam berbagai aspek kehidupan sosial masyarakat modern saat ini semakin besar dan semakin penting. Hal tersebut dapat dilihat dari usaha penggunaan media massa sebagai alat untuk mempercepat proses perubahan sosial di negara-negara berkembang dan dimanfaatkan juga sebagai alat untuk melakukan kampanye politik, propaganda, dan advertensi.

Pengaruh kemajuan teknologi dan informasi terhadap politik, dapat dilihat melalui dua aspek, yaitu komunikasi

politik dan sosialisasi politik. Media adalah agen penting komunikasi dan sosialisasi politik.

Pesatnya perkembangan media baru tidak terlepas dari pesatnya perkembangan teknologi dan globalisasi. Internet yang mendasari media baru menghasilkan beberapa media sosial yang banyak diterima dengan baik oleh masyarakat Indonesia. Hal ini dibuktikan dengan data yang menyatakan bahwa pengguna internet di Indonesia per tahun 2014 yang dirilis oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet mencapai 88,1 juta orang dan dari jumlah tersebut 63 juta orang Indonesia memiliki media sosial Menurut Gunelius (2011: 10) media sosial adalah penerbitan *online* dan alat-alat komunikasi, situs, dan tujuan dari Web yang berakar pada percakapan, keterlibatan, dan partisipasi.

Jumlah pengguna media sosial di Indonesia yang mencapai 63 juta orang tersebut merupakan peringkat keempat di dunia setelah USA, India, dan Brazil. Jumlah pengguna yang besar membuat media sosial menjadi salah satu sumber utama informasi saat ini. Penggunaan media sosial yang mudah didapat dan mudah digunakan menjadikan arus informasi yang berhubungan dengan kondisi *real time* yang terjadi di seluruh dunia mudah didapatkan. Topik yang menjadi bahasan di media sosial sangat beragam. Mulai dari pembahasan mengenai idola, keadaan sosial, aksi solidaritas, bahkan bahasan mengenai politik.

Kekuatan atau *effect* yang bisa ditimbulkan oleh media sosial ini tidak bisa dianggap remeh. Pada 2011, Mesir sebuah negara yang demikian otoriter, kokoh dan angkuh seperti pemerintahan Hosni Mubarak pun takluk oleh media sosial dengan tiga tagar yang mampu memobilisasi rakyat mesir yaitu: #jan25, #Cairo, #suez.

Kampanye politik merupakan salah satu bagian dalam komunikasi politik. Kampanye politik menurut Fayakhun Andriadi (2012) adalah kegiatan komunikasi verbal atau nonverbal secara persuasif yang sifatnya politis. Kampanye politik dilakukan oleh seseorang atau kelompok tertentu untuk menjaga opini positif publik agar terpilih pada sebuah pemilihan umum. Hal ini pula lah yang sedang dilakukan oleh ketiga pasangan calon Gubernur dan Wakil Gubernur DKI Jakarta dalam menghadapi Pilkada serentak Jilid II yang akan dilakukan pada 15 Februari 2017.

Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) di DKI Jakarta merupakan sebuah barometer politik yang dapat dijadikan sebuah acuan bagi partai politik untuk menyongsong pemilihan yang lebih besar, yaitu Pemilihan Presiden. Hal ini didasarkan pada beberapa hal, yaitu: *Pertama*, DKI Jakarta merupakan ibukota negara Indonesia. *Kedua*, DKI Jakarta merupakan pusat pemerintahan dan pusat bisnis Indonesia. *Ketiga*, DKI Jakarta merupakan daerah yang paling cepat pertukaran informasinya di Indonesia.

Berdasarkan bahasan di atas dimana saat ini media sosial menjadi salah satu sumber informasi yang melekat pada masyarakat, maka para aktor politik, khususnya Cagub dan Cawagub DKI Jakarta 2016 menggunakan media sosial sebagai salah satu media kampanye mereka yang berguna untuk dapat menaikkan peluang kemenangan, elektabilitas, dan popularitas mereka dalam menghadapi Pilkada serentak DKI Jakarta tahun 2017.

Adapun rumusan masalah yang dikaji dalam penelitian ini adalah: Apakah terdapat hubungan antara media sosial sebagai media kampanye terhadap peluang kemenangan pasangan calon gubernur dan wakil gubernur DKI Jakarta.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 KAJIAN PUSTAKA

Penelitian ini berfokus hubungan antara media sosial terhadap peluang kemenangan dan elektabilitas pasangan Cagub dan Cawagub DKI Jakarta. Untuk memperkuat penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa konsep atau teori yang relevan dengan tema penelitian ini. Konsep atau teori digunakan sebagai pijakan dalam penelitian serta berfungsi sebagai pisau analisa yang dapat membedah sebuah fenomena.

Penelitian dengan media sosial dan politik sebelumnya telah dilakukan peneliti terdahulu. *Pertama*, penelitian yang dilakukan oleh Amirul Hasan, mahasiswa jurusan Pemikiran Politik Islam Universitas Islam Negeri Syarif

Hidayatullah Jakarta pada tahun 2007 yang berjudul *Pengaruh Media Terhadap Tingkat Partisipasi Politik (Studi Kasus Partisipasi Politik Masyarakat Ciputat pada Pilkada Provinsi Banten tahun 2006)*. Penelitian ini berfokus pada pengaruh media secara general baik media cetak ataupun media elektronik.

Penelitian terdahulu kedua yang juga menjadi referensi peneliti guna membantu penelitian ini berjudul *Pengaruh Iklan Politik Melalui Media Sosial (Facebook) terhadap Minat Pemilih Kepala Daerah Di Kota Samarinda*. Penelitian ini dilakukan oleh mahasiswa Mochamad An Naas yang terdapat dalam Jurnal Ilmu Komunikasi 2016 Volume 4 (3) Universitas Mulawarman. Hal yang membedakan penelitian ini dengan penelitian yang akan diteliti oleh peneliti terletak pada variabel bebas dan variabel terikatnya. Selain itu, lokasi dan waktu penelitian juga berbeda dengan penelitian yang akan diteliti. Penelitian ini merupakan landasan dasar bagi peneliti untuk dapat menulis proposal skripsi ini.

Penelitian ketiga yang masih memiliki kesamaan tema besar adalah yang dilakukan oleh mahasiswa Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang bernama Neza Aninda Mirza. Penelitian tersebut berjudul *PERAN FACEBOOK DALAM KOMUNIKASI POLITIK BAGI PEMILIH PEMULA (Studi Deskriptif Kualitatif Peran Facebook dalam Komunikasi Politik Partai Nasional Demokrat bagi Pemilih Pemula tentang Calon Presiden Yang Diusung dalam Pemilihan Umum Presiden 2014)*. Perbedaan yang signifikan penelitian

yang menjadi referensi dengan penelitian peneliti adalah terletak pada metode yang digunakan, sehingga hasil data yang disajikan akan berbeda dimana penelitian yang digunakan referensi menyajikan data dalam bentuk deskriptif sedangkan penelitian peneliti dalam bentuk statistik.

Penelitian keempat yang menjadi salah satu referensi penulis dalam melakukan penelitian adalah jurnal yang ditulis oleh Dosen Ilmu Politik Universitas Airlangga, Siti Aminah. Jurnal tersebut berjudul *Politik Media, Demokrasi, dan Media Politik* yang menjelaskan tentang peran media terhadap proses politik di Indoensia pada masa orde baru dan masa reformasi serta peran media terhadap pelaku politik di masa orde baru dan reformasi.

2.2 LANDASAN TEORI

NEW PUBLIC SPHERE THEORY

Habermas (1997) menjelaskan bahwa tiap-tiap individu pada dasarnya merupakan individu yang *private* (independen), namun mereka muncul dan bergabung untuk mendiskusikan hal-hal yang menjadi perhatian publik atau kepentingan bersama. Ruang publik ini ditujukan sebagai arena diskusi dan mediasi antara masyarakat dan negara. Negara dalam hal ini dilakukan pemerintah membuka lapangan informasi mengenai kenegaraan agar bisa diakses warga negara sehingga aktifitas negara menjadi objek untuk dikritisi dan akhirnya akan membentuk opini publik.

Datangnya era demokrasi digital membuat konsep tentang ruang publik dimaknai secara baru (redefinisi) yang melahirkan konsep ruang publik baru (*new public sphere*). Pada era digital, konsep tentang ruang publik dapat lebih beragam dimensinya, lebih luas cakupannya dan bertambah pula karakteristiknya. Ruang publik dalam pengertian ini memiliki dimensi yang tidak hanya nyata, namun juga maya. Cakupan ruang publik menjadi tidak hanya dalam sebuah ruang fisik, tapi juga ruang maya. Karakteristiknya pun menjadi lebih plural mengikuti diferensiasi karakteristik dunia maya.

“Digital democracy could be defined as any electronic exchange in the democratic process, both from the citizens’ perspective and from the one of the politicians’ and the political system’s. It reflects, in this particular ambit, the tenden-cy towards substituting physical participation to politically significant events with using electronic communication means.”

Seiring datangnya era demokrasi digital, partisipasi dalam segala bentuknya mulai bertransformasi ke dalam format digital, baik partisipasi dalam bentuk *electoral activity, lobbying, organizational activity, contacting*, maupun *violence*.

Partisipasi berupa kampanye saat ini banyak dilakukan secara *online*. Kampanye dilakukan dengan menyebarkan pamflet digital di media sosial, *website*, atau blog dari mereka yang memiliki kepentingan.

Partisipasi *online* yang saat ini populer, merupakan partisipasi lanjutan

dari dinamika bentuk-bentuk partisipasi era sebelumnya yang pernah ada, seperti penggunaan partisipasi melalui media konvensional seperti radio dan televisi. Kini, teknologi yang berkembang pesat menjadikan internet sebagai sarana efektif dalam berpartisipasi, salah satunya partisipasi di bidang politik.

Partisipasi politik merupakan komponen penting dalam suatu negara demokrasi. Tolak ukur dalam suatu pemilihan umum yang berjalan di negara demokrasi biasanya dilihat pada tingkat partisipasi masyarakatnya untuk ikut menggunakan hak suaranya.

Pendapat lain menyatakan bahwa media sosial dengan sifatnya yang terbuka dan interaktif, merupakan bentuk baru dari partisipasi politik. Internet memiliki potensi untuk meningkatkan partisipasi politik dalam masyarakat demokratis. Teknologi informasi yang berkembang secara pesat di era digital saat ini, menghasilkan sebuah manfaat sosial yang dapat mendorong terjadinya partisipasi politik apabila konten atau informasi yang disajikan mengenai pengetahuan politik yang cenderung mengandung pesan persuasif atau ajakan.

Partisipasi politik melalui media sosial sejatinya berbeda dalam banyak hal dibandingkan partisipasi melalui media-media tradisional. Salah satunya adalah melalui internet, individu dapat membangun hubungan yang lebih aktif terhadap lembaga-lembaga politik dan aktor politik hingga pada akhirnya mereka secara lebih terbuka dan bebas untuk

mengekspresikan pendapat mereka. Internet dalam hal ini media sosial dapat membawa elite politik dan masyarakat lebih dekat, sehingga lebih mudah dalam berkomunikasi dan menyampaikan pendapatnya kepada aktor politik atau lembaga politik.

3. METODOLOGI PENELITIAN

Metodologi yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah deskriptif keantitatif. Lokasi dalam penelitian ini adalah Kota Administrasi Jakarta Utara dengan jumlah sampel sebanyak 400 responden yang tersebar di 6 kecamatan di wilayah Jakarta Utara dan telah sesuai berdasarkan perhitungan Rumus Slovin. *Margin of Error* dalam penelitian ini sebesar 5% dengan tingkat kepercayaan 95%. Teknik pengambilan sampel yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah *multi-stage random sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner penelitian (data primer) dan studi pustaka (data sekunder).

4. PEMBAHASAN

4.1 GAMBARAN UMUM JAKARTA UTARA

Wilayah Kotamadya Jakarta Utara mempunyai luas 7.133,51 km², terdiri dari luas lautan 6.979,4 km² dan luas daratan 154,11 km². Daratan Jakarta Utara terbentang dari Barat ke Timur sepanjang kurang lebih 35 km, menjorok ke darat antara 4 s/d 10 km, dengan kurang lebih 110 pulau yang ada di kep. Seribu.

Jakarta Utara merupakan salah satu kota administratif yang ada di Jakarta dan terletak di wilayah paling utara. Jakarta Utara berbatasan langsung dengan Laut Jawa/Teluk Jakarta di bagian utara, Kota Administrasi Jakarta Barat, Jakarta Selatan, dan Jakarta Pusat di bagian Selatan, Kabupaten Banten di bagian barat, dan Provinsi Jawa Barat (Kabupaten Bekasi) di bagian Timur.

Jakarta Utara merupakan kota administrasi yang terdiri dari 6 kecamatan dan terbagi menjadi 31 kelurahan. Untuk memudahkan koordinasi pelayanan pemerintah terhadap masyarakat, struktur administrasi kelurahan dibagi menjadi Rukun Warga (RW) dan Rukun Tetangga (RT). Jumlah Rukun Warga di Jakarta Utara pada 2014 tercatat sebanyak 446 RW yang terbagi ke dalam 5.197 RT. Sejak tahun 2006, setiap RW dan RT mendapat bantuan operasional dari APBD Pemerintah Provinsi DKI Jakarta.

Penduduk Jakarta Utara tahun 2015 menurut proyeksi penduduk berjumlah 1.747.315 jiwa. Jumlah ini meningkat sebanyak 17.871 jiwa dibandingkan pada tahun 2014

4.2 Karakteristik Responden

4.2.1 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Pemilih (orang)	Pemilih (%)	Responden (orang)	Responden (%)
Laki-Laki	565.244	50,04%	200	50%
Perempuan	564.250	49,96%	200	50%
Total	1.129.494	100	400	100

Sumber: Data diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.1 menunjukkan bahwa proporsi jenis kelamin pemilih pada Pilkada DKI Jakarta 2017 dapat diwakilkan oleh jumlah responden yang akan diteliti. Menurut data KPUD DKI Jakarta, menyatakan bahwa jumlah pemilih tetap yang terdaftar di wilayah administrasi Jakarta Utara adalah sebanyak 1.091.874 jiwa yang terdiri dari 565.244 merupakan pemilih Laki-laki (50,04%) dan 564.250 adalah pemilih perempuan (49,96%). Jumlah yang proporsional tersebut akan diwakili oleh 200 responden laki-laki dan 200 responden perempuan. Ke-400 responden terpilih tersebut tersebar di 6 kecamatan dan kelurahan yang berbeda dan telah ditentukan berdasarkan tabel acak.

4.2.2 Karakteristik Responden berdasarkan Usia

No.	Usia	Frekuensi	Persentase (%)
1	16 – 21 tahun	48	12
2	22 – 30 tahun	206	51,5
3	31 – 45 tahun	110	27,5
4	46 – 50 tahun	25	6,3
5	>50 tahun	22	2,8
Jumlah		400	100

Sumber: Data diolah, 2017

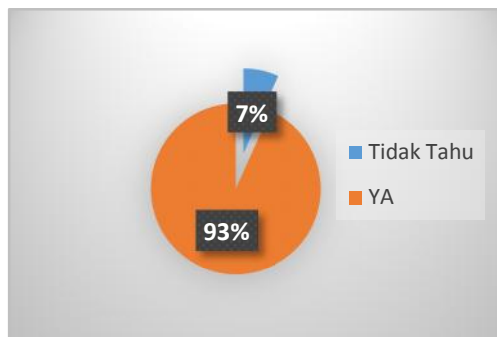
Berdasarkan data di atas, dapat diketahui bahwa jumlah pemilih pemula sebanyak 48 responden atau 12% dari total 400 responden yang menjadi sampel penelitian. Jumlah responden yang berada dalam kategori 22 – 30 tahun adalah yang paling banyak dibanding kategori lainnya yang mencapai

persentase 51,5%. Jumlah responden yang berada pada rentang usia lebih dari 50 tahun adalah yang paling sedikit dengan persentase 2,8%.

4.3 Hasil Temuan

Berdasarkan data yang dirilis KPU DKI Jakarta, menyebutkan bahwa 1.091.874 orang di Jakarta Utara terdaftar sebagai pemilih tetap dan dapat mempergunakan hak pilihnya pada Pilkada 2017. Namun, sebanyak 27 dari total 400 responden mengaku bahwa dirinya tidak mengetahui apakah dirinyamasuk atau terdaftar dalam daftar pemilih tetap atau tidak.

Gambar 4.1 Responden terdaftar dalam Daftar Pemilih Tetap

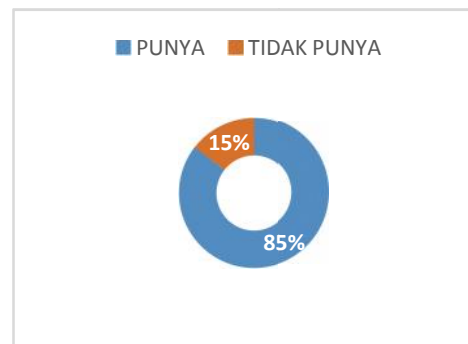


Berdasarkan data di atas, tingkat kesadaran masyarakat untuk menyadari dirinya telah terdaftar dalam Daftar Pemilih Tetap sebesar 93%. Sebanyak 7% masyarakat yang tidak mengetahui dirinya tercatat dalam DPT adalah karena kurangnya sosialisasi oleh KPU ataupun RT-RW di wilayah mereka.

4.3.1 Media Sosial dan Politik

Pada bagian ini, penulis akan menyajikan data mengenai media sosial dan berpolitik di media sosial yang berkenaan dengan informasi sekaligus proses pemilihan kepala daerah (Pilkada) Provinsi DKI Jakarta 2017.

Gambar 4.2 Responden memiliki Media Sosial

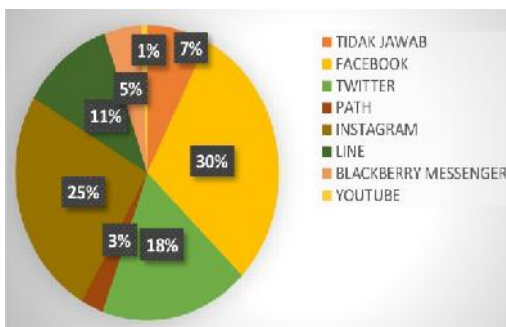


Berdasarkan data di atas, dapat ditarik pernyataan bahwa mayoritas responden memiliki media sosial. Hal tersebut dapat dilihat dari area berwarna biru, yaitu sebesar 85%. Selain itu, 15% responden mengaku tidak memiliki akun media sosial. Hal ini didasari oleh faktor usia, ketidakmampuan masyarakat menggunakan perangkat telepon genggam atau perangkat lainnya yang menunjang tersambung dengan jaringan internet.

Seiring perkembangan waktu, media sosial berkembang secara pesat yang dibuktikan dengan menjamurnya media sosial baru. Banyaknya kemunculan media sosial baru merupakan sebuah bentuk nyata dari perkembangan pesat

antara dunia digital dengan informasi. Berikut ini merupakan data yang menggambarkan media sosial yang paling sering diakses oleh masyarakat Jakarta Utara.

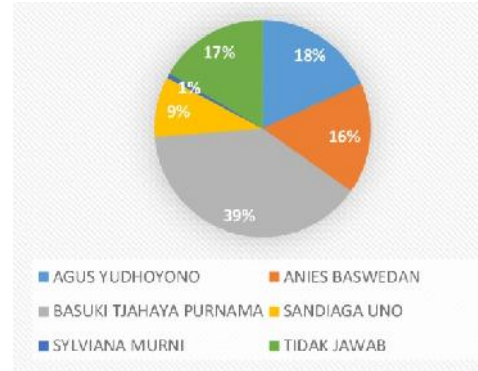
Gambar 4.3 Media Sosial yang dimiliki Responden



Data di atas menggambarkan media sosial yang paling sering diakses oleh masyarakat Jakarta Utara adalah Facebook. Facebook menyediakan fitur berbagi foto dan video dalam jumlah banyak sekaligus yang tidak dimiliki oleh fitur media sosial lainnya. Facebook juga memungkinkan pengguna untuk melakukan berbagai cerita dengan tulisan dimana jumlah karakter yang tersedia dalam jumlah besar.

Setelah mengetahui bahwa mayoritas masyarakat Jakarta Utara mengakses media sosial, penting juga untuk mengetahui siapa di antara 3 paslon tersebut yang akun media sosialnya mereka ikuti.

Gambar 4.4 Akun Media Sosial Paslon yang diikuti Responden



Data di atas menunjukkan mayoritas responden, yaitu sebesar 39% paling mengikuti akun media sosial Basuki Tjahaja Purnama. Posisi kedua ditempati oleh Agus Yudhoyono yang akun media sosialnya diikuti oleh 18% dari total jumlah responden. Jumlah responden yang memilih untuk tidak menjawab akun media sosial paslon gubernur DKI Jakarta lebih banyak dibandingkan responden yang mengikuti akun media sosial Anies Baswedan.

4.3.2 Peluang Kemenangan Pasangan Calon Gubernur dan Wakil Gubernur DKI Jakarta pada Pilkada 2017

Di bawah ini merupakan pendapat responden mengenai media sosial yang digunakan sebagai media kampanye dapat meningkatkan elektabilitas paslon gubernur dan wakil gubernur DKI Jakarta.

Pertanyaan: Menurut Anda, apakah isu negatif yang menyerang salah satu pasangan calon gubernur dan wakil gubernur DKI Jakarta dapat berpengaruh terhadap elektabilitas pasangan calon tersebut?

Gambar 4.5 Pendapat Responden mengenai Media Sosial dan Elektabilitas Pasion



Berdasarkan data yang telah diolah di atas, sebanyak 195 responden menyatakan sangat setuju jika elektabilitas pasangan calon dipengaruhi oleh media sosial sebagai media kampanye. Sebanyak 158 menyatakan setuju. Hanya 26 responden yang menyatakan bahwa kampanye tidak akan mempengaruhi elektabilitas walaupun sudah berkampanye melalui media sosial.

Dinamika aktivitas politik di media sosial tidak terlepas dari isu-isu negatif yang menyerang salah satu pasangan calon. Hal tersebut tidak bukan digunakan oleh simpatisan pasangan calon. Di bawah ini merupakan data yang menggambarkan gaya kampanye yang menyebarkan isu negatif merupakan bentuk kampanye hitam.

Setelah memberikan jawaban atas pandangannya mengenai media sosial dan elektabilitas, maka penting pula untuk mengetahui responden yang pernah terlibat dalam diskusi mengenai Pilkada DKI Jakarta 2017 di media sosial. Hal ini berguna untuk memperkuat landasan teori yang telah dijelaskan pada BAB II. Di bawah ini merupakan data responden yang turut

aktif dalam berdiskusi di media sosial mengenai pagelaran Pilkada DKI Jakarta 2017.

Gambar 4.6 Responden terlibat aktif diskusi di Media Sosial



Berdasarkan data di atas, sebesar 75,8% responden menyatakan dirinya pernah terlibat aktif berdiskusi di media sosial terkait Pemilihan Gubernur DKI Jakarta 2017. Adapun bahasan yang dibahas selain mendukung visi & misi, program kerja pasangan calon yang dijagokan adalah mengkritik gaya kampanye dan konten media sosial yang dibagikan kepada publik. Sedangkan hanya 20,8% responden yang menyatakan dirinya tidak terlibat langsung di media sosial menanggapi isu-isu Pilkada DKI Jakarta 2017. Responden yang mengaku tidak terlibat langsung dalam diskusi di media sosial terkait Pilkada DKI Jakarta 2017 guna mengurangi konflik yang muncul karena penggunaan media sosial yang tidak bijak.

4.3.3 Hubungan antara Media Sosial terhadap Peluang Kemenangan Pasangan Calon Gubernur dan Wakil Gubernur DKI Jakarta pada Pilkada 2017

Berikut ini merupakan data hasil tabulasi silang yang digunakan untuk menemukan jawaban atas rumusan masalah. Data-data berikut diolah menggunakan program SPSS V.23

Gambar 4.7 Tabulasi Silang Kepemilikan Sosial Media dengan Peluang Kemenangan Paslon

		Peluang Kemenangan Paslon			Total
		Mempengaruhi	Tidak Mempengaruhi	Tidak Jawab	
Kepemilikan Media Sosial	Punya	257 (64,25%)	85 (21,25%)	0 (0%)	342 (85,5%)
	Tidak Punya	20 (5%)	31 (7,75%)	7 (1,75%)	58 (14,5%)
	Total	277 (69,25%)	116 (29%)	7 (1,75%)	400 (100%)

Pertanyaan yang diujikan untuk mencari hubungan adalah Kepemilikan Media Sosial dengan Peluang Kemenangan Pasangan Calon pada Pilkada 2017.

Berdasarkan data di atas, sebanyak 277 reseponden menyatakan bahwa media sosial sangat berpeluang untuk memenangkan pasangan calon gubernur dan wakil gubernur yang aktif di media sosial. Media sosial dianggap mampu sebagai media kampanye efektif dan hemat biaya karena langsung dapat diterima oleh pemilih. Jumlah ini melebihi 50% jumlah total responden yang menjadi sampel penelitian, sehingga media sosial yang berkembang pesat saat ini merupakan alat kampanye efektif untuk menarik suara masyarakat.

4.4 Analisa Hasil Temuan

Perkembangan media sosial yang sejalan dengan perkembangan teknologi telah berkembang pesat pada era globalisasi sekarang ini. Hal ini kemudian dijadikan sebuah sarana untuk pemimpin atau tokoh politik menggunakan peran dan pengaruh media sosial agar dapat memberikan perubahan perilaku masyarakat untuk dapat sesuai dengan apa yang mereka inginkan.

Media sosial saat ini merupakan alat propaganda untuk dapat mempengaruhi setiap objek yang akan mereka sasarkan untuk dapat mengembangkan dan menumbuhkan perspektif yang ingin disampaikan. Di sisi lain, media sosial yang bersifat interaktif sehingga masyarakat bisa memberikan respon balik secara langsung pada masing-masing kandidat. Respon balik tersebut bisabersifat positif dan negatif. Pesan positif dapat berupa dukungan moril terhadap pasangan calon kandidat, sedangkan pesan yang bersifat negatif diberikan oleh mereka yang tidak mendukung keberadaan pasangan kandidat.

Sistem demokrasi yang dianut Indonesia, sangat memungkinkan adanya perbedaan pendapat dan pandangan ketika komunikasi politik di tengah masyarakat berlangsung. Berdasarkan pengamatan penulis selama proses Pilkada DKI 2017 berlangsung, perbedaan pendapat tersebut terlihat pada komunikasi antar-pendukung dan non-pendukung

pasangan cagub dan cawagub yang diunggah melalui media sosial sebagai perantara kampanye.

Pada praktiknya di media sosial paslon gubernur selalu muncul komunikasi antara pendukung yang bermuatan positif dan negatif. Komentar bagi mereka yang mendukung terhadap paslon tertentu biasanya diwujudkan dalam pesan-pesan baik yang ditujukan kepada paslon yang maju dalam Pilkada DKI 2017. Komentar-komentar tersebut dapat berupa penyebaran informasi yang berkaitan dengan pasangan calon yang didukung berupa visi & misi, program kerja, dan sebagai respon balik terhadap komentar-komentar pihak lain yang tidak mendukung. Selain dengan memberikan ungkapan secara positif, media sosial juga dapat digunakan masyarakat untuk memberikan komentar-komentar negatif. Komentar-komentar negatif tersebut biasanya dalam bentuk menghujat, merendahkan, dan menjatuhkan kandidat pasangan calon.

Isu yang berkaitan dengan suku, agama, ras, dan antar-golongan lainnya merupakan yang paling banyak menyita perhatian di media sosial. Isu tersebut bergulir sejak penetapan tanggal tahapan-tahapan pelaksanaan Pilkada DKI Jakarta 2017 dan keinginan Basuki Tjahaya Purnama untuk maju kembali dalam ajang 5 tahunan tersebut. Isu tersebut makin panas bergulir kala Basuki Tjahaya Purnama melakukan 'salah bicara' terkait Surat Al-Maidah yang ada dalam Al-Quran saat sosialisasi budidaya ikan di Kepulauan

Seribu, Jakarta. Hal tersebut mengandung reaksi hebat masyarakat baik di media sosial ataupun di dunia nyata. Diawali oleh aksi damai 411 yang menyita banyak perhatian publik sebagai bentuk protes terhadap ucapan Basuki Tjahaya Purnama di Kepulauan Seribu terkait Surat Al-Maidah. Pasca kejadian tersebut, situasi politik di Indonesia semakin memanas terlebih di media sosial yang tidak memiliki batas ruang. Masing-masing pendukung kandidat pasangan calon gubernur memberikan pendapatnya melalui akun media sosial miliknya yang mayoritas berupa bentuk hujatan kepada paslon lain.

Situasi politik di Jakarta yang semakin panas, dimanfaatkan oleh beberapa oknum yang tidak bertanggung jawab untuk menyebarkan berita-berita palsu yang mengandung konten provokatif. Hal itu diperparah oleh keadaan masyarakat yang tidak dengan bijak menggunakan media sosial sebagai sumber informasi. Ketidakdewasaan masyarakat dalam menggunakan media sosial dengan diiringi perkembangan media komunikasi yang sarat dengan kebebasan berekspresi, menjadikan komunikasi di media sosial berkembang bebas sehingga memungkinkan opini publik berkembang sangat dinamis dan bahkan seakan tanpa batas. Akibatnya, seseorang bisa melakukan penodaan terhadap citra seseorang yang lain dengan cara melakukan penghujatan atau mengolok-olokan citra diriseseorang.

Semua kelebihan teknologi digital dan demokrasi digital, pada saat yang sama berpotensi berpotensi berbalik arah menjadi kelemahannya. *Cyberspace* dapat meningkatkan demokratisasi, tapi punya peluang besar untuk menghancurkan sistem demokrasi. Media sosial dapat digunakan oleh oknum yang tidak bertanggung jawab untuk dapat mengganggu kestabilan politik dan keamanan secara nasional. Bagi mereka yang anti demokrasi memanfaatkan media sosial sebagai wadah terorisme untuk dapat bergerak secara bebas dan leluasa karena sistem jaringan media sosial memberi keleluasaan kepada pengguna untuk menggunakan identitas palsu. Hal ini juga berlaku bagi admin akun-akun provokasi yang dapat menyebabkan konflik sosial di masyarakat. Media sosial yang bersifat independen menyebabkan penggunaannya tidak dikendalikan oleh lembaga tertentu. Oleh karena itu, pengaturan sekaligus penggunaannya pun berada pada hati nurani masing-masing penggunanya. Namun, hal itu bukan berarti bahwa setiap orang bisa menggunakan media sosial dengan cara- cara yang buruk.

5. Penutup

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang penulis lakukan melalui analisa statistik deskriptif dari 400 kuesioner yang disebar kepada responden di wilayah Jakarta Utara,

maka dapat ditarik kesimpulan bahwa media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap peluang kemenangan pasangan calon gubernur dan wakil gubernur DKI Jakarta pada Pilkada 2017.

Berikut merupakan kesimpulan yang dapat ditarik berdasarkan penggunaan perhitungan tabel silang dan uji hipotesis *Coefficient Contingency*.

Pertama, Hasil dari tabel silang antara media sosial terhadap peluang kemenangan pasangan calon gubernur dan wakil gubernur DKI Jakarta adalah sebesar 92,8% . Hal ini menunjukkan bahwa adanya hubungan positif, yaitu semakin tinggi masyarakat memiliki media sosial, maka semakin tinggi pula peluang kemenangan pasangan calon gubernur dan wakil gubernur DKI Jakarta.

Kedua, Hasil uji hipotesis *Coefficient Contingency*. Uji hipotesis ini digunakan penulis karena jenis data yang diujikan adalah nominal dengan hipotesisnya bersifat asosiatif. Pada uji *Coefficient Contingency* didapatkan nilai C hitung sebesar 0,379 dan p value sebesar 0,000. Kesimpulan dapat ditarik dengan cara membandingkan nilai p value dengan nilai $\alpha = 0,05$. Berdasarkan output tersebut, maka p value $< 0,05$ sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima bahwa adanya hubungan antara media sosial terhadap peluang kemenangan pasangan calon gubernur DKI Jakarta pada Pilkada 2017.

5.2 Saran

- a. Untuk pasangan calon gubernur dan wakil gubernur DKI Jakarta: hendaknya lebih responsif terhadap konflik sosial yang terjadi di masyarakat. Konflik sosial yang terjadi tidak lepas sebagai akibat lambannya setiap pasangan calon untuk meredam kemarahan massa, baik melalui media sosial ataupun dalam bentuk demonstrasi.
- b. Untuk lembaga penyelenggara pemilu: seharusnya lebih tegas terhadap pelanggaran-pelanggaran selama masa kampanye. Lalu KPUD Jakarta juga harus memegang komitmen pada aturan yang telah dibuat dan tetap menjaga netralitas kelembagaan.
- c. Untuk masyarakat: seharusnya dan wajib untuk menjaga situasi DKI Jakarta, Jakarta Utara khususnya. Masyarakat yang memiliki media sosial dan terlibat langsung dalam proses politik selama masa kampanye DKI Jakarta harus memberikan informasi yang akurat dan tidak mengandung konten bermuatan kebencian dan SARA. Karena pergesekan sosial yang terjadi selama masa kampanye Pilkada 2017 di Jakarta tidak terlepas dari media sosial dan penggunaannya yang tidak bijak mengolah informasi.

DAFTAR PUSTAKA

Buku-Buku

- Arifin A. (2006). *PENCITRAAN DALAM POLITIK (Strategi Pemenangan Pemilu Dalam Perspektif Komunikasi Politik)*. Jakarta: Pustaka Indonesia.
- Andriadi, F. (2016). *Demokrasi di Tangan Netizen*. Jakarta: RMBOOKS.
- Baechler, J. (2001). *Demokrasi: Sebuah Tinjauan Analisis*. Yogyakarta: Kanisius
- Budiardjo, M. (2008). *Dasar-Dasar Ilmu Politik*. Edisi Revisi. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Dalman. (2012). *Menulis Karya Ilmiah*. Jakarta: Raja Grafindo.
- Damsar. (2010). *Pengantar Sosiologi Politik*. Jakarta: Kencana Prenada Media
- Goode, L. (2005). *Jurgen Habermas: Democracy and the Public Sphere*. London:Pluto Press
- Iqbal, H. (2003). *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Margret A, dkk., (2014). *PANDUANPRAKTIS Metode Penelitian Soisal*. Jakarta: Puskapol UI.
- Martono, Nanang. (2010). *Statistika Sosial: Teori dan Aplikasi Program SPSS*. Yogyakarta: Gava Media.
- Muhson, Ali. *Teknik Analisis Kuantitatif*. Universitas Negeri Yogyakarta: Yogyakarta
- Nurgiyantoro B, dkk.. (2004). *Statistik Terapan untuk Penelitian Ilmu-ilmu Sosial*. Yogyakarta: Gajahmada University Press.
- Prawito. (2009). *Komunikasi Politik: Media Massa dan Kampanye Pemilihan*. Yogyakarta: Jalasutra
- Purwanto. (2012). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Pustaka Pelajar: Yogyakarta.
- Sarwono J, (2006), *Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif*, Yogyakarta: Graha Ilmu.

- Subakti H & Rachmah Ida, (2012), *Komunikasi Politik, Media & Demokrasi*, Jakarta: Kencana
- Nurul, S., (2012). *Peran Media Massa dalam Komunikasi Politik*. Jurnal Vol XV No: 1. STAIN: Samarinda
- Susilo S, Basrowi, dan Sukidin. (2003). *Sosiologi Politik*. Surabaya: Yayasan Kampusiana Surabaya
- Pradiatiningtyas, D. (2016). *Peran Instagram dalam Menarik Minat Wisatawan Berkunjung ke Objek Wisata Yogyakarta*. Jurnal Khasanah Ilmu Vol 7 No (2).

Jurnal dan Tesis

- Aminah, S. (2006). *Politik Media, Demokrasi, dan Media Politik*. Jurnal Vol 19 (3). http://journal.unair.ac.id/politik-media,-demokrasi-dan-media-politik_article-2202-media-15-category-8.html.
- Rizky, M.U.Ahmad, Arief B. D, dkk. (2014). *Media Sosial dan Revolusi Politik: Memahami Kembali Fenomena "Arab Spring" dalam Perspektif Ruang Publik Transaksional*. Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Volume 18 (2). Universitas Gajah Mada: Yogyakarta.

An Naas, Muh.. (2016). *Pengaruh Iklan Politik Melalui Media Sosial (Facebook) Terhadap Minat Pemilih Kepala Daerah Di Kota Samarinda*, eJournal Ilmu Komunikasi Vol 4 (3), 252-254

Andretti, A.L. (2015). *Social Media as Political Party Campaign in Indonesia*. Jurnal. Bina Darma University: Palembang.

Hasan, Amirul. (2007). *PENGARUH MEDIA TERHADAP TINGKAT PARTISIPASI POLITIK (Studi Kasus Partisipasi Politik Masyarakat Ciputat Pada Pilkada Propinsi Banten Tahun 2006)*. Skripsi. UIN Jakarta.

Joyce, S.L. (2012). *Political Branding Jokowi selama Masa Kampanye Pemilu Gubernur DKI Jakarta 2012 di Media Sosial Twitter*. Jurnal e-komunikasi. Universitas Kristen Petra: Surabaya.

Mirza, N.Aninda., (2015), *PERAN FACEBOOK DALAM KOMUNIKASI POLITIK BAGI PEMILIH PEMULA (Studi Deskriptif Kualitatif Peran Facebook dalam Komunikasi Politik Partai Nasional Demokrat bagi Pemilih Pemula tentang Calon Presiden yang Diusung dalam Pemilihan Umum Presiden 2014)*. Skripsi. Universitas Atma Jaya Yogyakarta: Yogyakarta

Muntean, A., (2015), *The Impact of Social Media Use of Political Participation*, Tesis, Aarhus University: Aarhus.

Website

<https://kominfo.go.id/index.php/content/dtil/3415/Kominfo+%3A+Pengguna+Internet+diIndonesia+63+Juta+Orang/0/berita-satker>. Diakses pada 26 Desember 2016 pukul 11.05

<https://pilkada2017.kpu.go.id/pemilih/dpt/DKI%20JAKARTA/JAKARTA%20UTARA>. Daftar Pemilih Tetap Jakarta Utara. KPUD Prov. DKI Jakarta. Diakses 26 Desember 2016 pukul 12.37