BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kampanye merupakan elemen penting dalam setiap proses pemilihan umum, termasuk pemilihan kepala daerah (Pilkada). Kampanye berfungsi sebagai media komunikasi politik antara kandidat dan masyarakat, dengan tujuan menyampaikan visi, misi, dan program kerja kandidat guna memperoleh dukungan suara. Dalam konteks demokrasi, kampanye bukan sekadar ajang promosi, melainkan juga sarana edukasi politik bagi pemilih agar dapat menentukan pilihannya secara rasional.

Pemilihan Wali Kota dan Wakil Wali Kota Kupang tahun 2024 diikuti oleh lima pasangan calon, yakni pasangan Alexander Funay–Isyak Nuka (nomor urut 1), Jonas Salean–Sukardan Aloysius (nomor urut 2), George Melkianus Hadjoh–Theodora Ewalde Taek (nomor urut 3), Jefri Riwu Kore–Lusia Adinda Dua Nurak (nomor urut 4), dan Christian Widodo–Serena Cosgrova Francis (nomor urut 5) yang masing-masing bersaing dalam meraih dukungan pemilih di Kota Kupang; berdasarkan hasil rekapitulasi suara yang ditetapkan oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Kupang, pasangan nomor urut 5 berhasil meraih suara terbanyak dengan 68.830 suara atau 36,39 persen, disusul pasangan nomor urut 4 dengan 50.093 suara (26,48 persen), pasangan nomor urut 2 dengan 41.300 suara (21,83 persen), pasangan nomor urut 3 dengan 15.084 suara (7,97 persen), serta pasangan nomor urut 1 dengan 13.863 suara (7,33 persen); hasil ini mencerminkan dinamika

kompetisi politik lokal serta preferensi pemilih dalam proses demokratis di tingkat kota.

Dalam era digital saat ini, media sosial telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan masyarakat modern. Platform seperti *Facebook* dan *Instagram*, tidak hanya digunakan untuk keperluan sosial dan hiburan, tetapi juga telah berkembang menjadi ruang publik yang mempengaruhi opini, perilaku, dan keputusan masyarakat. Salah satu fenomena yang paling menonjol adalah penggunaan media sosial dalam aktivitas politik, khususnya dalam proses kampanye pemilihan kepala daerah. Media sosial menawarkan ruang baru bagi interaksi antara calon pemimpin dan pemilih secara lebih langsung dan interaktif. Namun, di balik manfaatnya, media sosial juga menghadirkan tantangan, seperti penyebaran hoaks, privasi data, serta potensi kecanduan digital. Oleh karena itu, penting bagi pengguna untuk bijak dan kritis dalam memanfaatkan media sosial agar dampak positifnya lebih dominan dibandingkan risiko negatifnya.

Kehadiran media sosial telah mengubah pola kampanye politik dari yang semula bersifat satu arah melalui media konvensional menjadi lebih dinamis. Jika dahulu kandidat kepala daerah hanya dapat menyampaikan pesan politik mereka melalui televisi, radio, surat kabar, atau baliho, kini mereka memiliki akses langsung kepada pemilih melalui unggahan status, video, maupun siaran langsung di media sosial. Perubahan ini membuka ruang interaksi dan transparansi yang lebih luas antara kandidat dan masyarakat.

Media sosial memberikan sejumlah keunggulan strategis dalam kampanye politik. Selain hemat biaya dan mampu menjangkau segmen masyarakat yang lebih luas, media sosial juga memungkinkan segmentasi audiens secara spesifik berdasarkan usia, lokasi, dan minat. Melalui fitur interaktif seperti komentar, polling, atau siaran langsung, kandidat dapat membangun hubungan emosional dengan pemilih, merespons isu-isu lokal secara cepat, serta membentuk citra positif yang berkesinambungan. Dalam konteks ini, media sosial bukan hanya berperan sebagai pelengkap, melainkan menjadi pusat dari strategi kampanye modern. Media sosial memiliki karakteristik terbuka, di mana akses terhadap informasi tidak dibatasi oleh batasan geografis, waktu, atau ideologi. Sebagai bagian dari media massa baru, media sosial dapat diakses oleh berbagai kalangan. Kemampuannya untuk memasuki ranah pribadi pengguna menunjukkan tingkat interaksi yang tinggi serta fleksibilitas dalam menyampaikan pesan politik. Hal ini menjadikan media sosial sebagai sarana utama dalam membangun komunikasi politik yang lebih inklusif, cepat, dan tepat sasaran (Jayus et al., 2024).

Pemilihan Kepala Daerah secara umum adalah proses demokrasi di tingkat daerah yang dilakukan untuk memilih kepala daerah, yaitu gubernur dan wakil gubernur untuk provinsi, serta bupati dan wakil bupati atau wali kota dan wakil wali kota untuk kabupaten/kota, secara langsung oleh rakyat. Pilkada merupakan bagian dari sistem pemerintahan desentralisasi yang memberikan kewenangan kepada daerah untuk mengatur dan mengurus urusan pemerintahannya sendiri. Proses pelaksanaan Pilkada diatur dalam regulasi perundang-undangan, yaitu Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2016 tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang

Nomor 1 Tahun 2015 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2014 tentang Pemilihan Gubernur, Bupati, dan Wali Kota menjadi Undang-Undang, yang mengatur secara rinci tahapan, penyelenggara, peserta, serta mekanisme penyelesaian sengketa dalam pemilihan kepala daerah.

Pilkada 2024 di Kota Kupang menjadi salah satu ajang politik yang menunjukkan tren masifnya penggunaan media sosial oleh para calon kepala daerah. Persaingan yang ketat antar kandidat mendorong mereka untuk memaksimalkan berbagai saluran komunikasi, terutama media sosial, guna menarik simpati pemilih. Dalam hal ini, generasi muda yang mendominasi demografi pemilih di Kota Kupang menjadi target utama kampanye digital, mengingat tingginya tingkat literasi teknologi dan keterlibatan mereka dalam media sosial.

Salah satu pasangan calon yang mencuri perhatian dalam Pilkada 2024 Kota Kupang adalah Kandidat Dr. Christian Widodo dan Serena Francies. Kemenangan mereka dinilai tidak terlepas dari strategi kampanye digital yang terstruktur dan kreatif, terutama melalui media sosial. Pasangan ini secara konsisten membangun narasi positif, menyampaikan program kerja secara visual dan komunikatif, serta merespons isu-isu lokal dengan pendekatan personal melalui konten digital. Keberhasilan mereka menjadi bukti nyata bahwa media sosial dapat menjadi sarana efektif untuk menjangkau, memengaruhi, dan menggerakkan pemilih.

Dalam pelaksanaan kampanye Pilkada 2024 di Kota Kupang, pasangan calon Dr. Christian Widodo dan Serena Francies secara aktif memanfaatkan media sosial seperti Instagram dan Facebook untuk membangun citra positif dan menarik

simpati pemilih, khususnya generasi muda. Melalui platform Facebook dan Instagram (*@dr.christian.widodo*) (*@serenafrancis_*) tersebut, mereka secara konsisten membagikan berbagai kegiatan sosial yang menyentuh langsung kehidupan masyarakat, seperti pemberian bantuan sembako kepada warga kurang mampu, Pelayanan Kesehatan gratis, Program Pendidikan Vokasi dan modal usaha, hingga Deklarasi dan pendaftaran di KPU. Strategi kampanye berbasis empati dan kedekatan emosional ini berhasil menciptakan kesan bahwa pasangan ini peduli dan responsif terhadap kebutuhan masyarakat, sehingga memperkuat daya tarik mereka di mata pemilih, terutama kalangan pemilih pemula yang sangat aktif di media sosial.

Ketertarikan untuk menulis judul ini berangkat dari fenomena maraknya penggunaan media sosial sebagai sarana kampanye politik yang interaktif dan dinamis. Media sosial telah mengubah cara kandidat berkomunikasi dengan masyarakat, dari yang sebelumnya bersifat satu arah melalui media konvensional, menjadi dua arah yang memungkinkan terjadinya dialog langsung antara kandidat dan pemilih. Pola komunikasi yang personal, visual, dan cepat ini memberikan peluang besar bagi pemilih untuk terlibat lebih aktif dalam proses politik. Kondisi tersebut menarik untuk dikaji lebih lanjut, terutama dalam melihat sejauh mana pengaruh media sosial terhadap pembentukan preferensi politik mereka. Berdasarkan beberapa uraian dan asumsi tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **"Peran Kampanye Di Media Sosial Dalam Pilkada 2024 Di Kota Kupang (Studi Kasus Kemenangan Dr. Christian Widodo dan Serena Francies)"**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut maka penulis merumuskan pokok permasalahan melalui pertanyaan berikut:

Bagaimana Peran Kampanye Di Media Sosial Dalam Pilkada 2024 Di Kota Kupang (Studi Kasus Kemenangan Dr. Christian Widodo dan Serena Francies)

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada rumusan masalah sebagaimana yang telah dijabarkan di atas, maka tujuan penelitian yang hendak dicapai melalui penelitian ini adalah:

Untuk mengetahui Peran Kampanye di Media Sosial Kampanye Dalam Pilkada 2024 Di Kota Kupang (Studi Kasus Kemenangan Dr. Christian Widodo dan Serena Francies)

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah dijabarkan tersebut, dapat disimpulkan manfaat penelitian yang diharapkan penulis dalam penelitian ini, antara lain:

1) Secara Teoritis

   Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi mengenai pemanfaatan kampanye di media sosial pada era digital. dengan menyoroti dinamika kampanye politik modern yang memanfaatkan media sosial sebagai instrumen utama dalam membangun hubungan dengan pemilih. Selain itu, Secara teoretis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam

bidang ilmu pemerintahan dan komunikasi politik. Adapun manfaat teoretis yang diharapkan dari penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

a. Pengembangan Ilmu Pengetahuan

   Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian ilmu pemerintahan dan komunikasi politik, khususnya terkait peran kampanye politik di media sosial dalam konteks Pilkada di tingkat lokal. Hasil penelitian ini dapat menambah perspektif teoretis mengenai perubahan pola kampanye politik dari konvensional ke digital.

b. Kontribusi terhadap Kajian Demokrasi Digital

   Penelitian ini memberikan sumbangan pemikiran akademik mengenai praktik demokrasi digital, terutama dalam melihat bagaimana media sosial berperan sebagai sarana edukasi dan persuasi politik dalam proses pemilihan kepala daerah.

c. Referensi bagi Penelitian Selanjutnya

   Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi atau rujukan bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengkaji tema serupa, baik mengenai kampanye politik, media sosial, maupun perilaku pemilih dalam konteks pemilu atau pilkada.

2) Secara Praktis

Secara praktis, penelitian ini dapat menjadi masukan bagi para kandidat kepala daerah, tim sukses dan partai politik dalam merancang strategi kampanye yang lebih efektif dan efisien melalui media sosial. Temuan dari

penelitian ini juga dapat digunakan oleh penyelenggara pemilu dan lembaga pengawas untuk memahami potensi pengaruhnya terhadap perilaku pemilih. Selain itu, bagi masyarakat umum, penelitian ini dapat meningkatkan kesadaran akan pentingnya literasi media digital dalam menyikapi informasi kampanye politik yang tersebar di media sosial.

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat nyata bagi berbagai pihak yang terlibat dalam proses politik dan demokrasi, khususnya dalam pelaksanaan kampanye Pilkada. Adapun manfaat praktis yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Bagi Kandidat dan Tim Kampanye

   Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dan masukan bagi kandidat kepala daerah serta tim kampanye dalam merancang strategi kampanye yang efektif, kreatif, dan berbasis media sosial sesuai dengan karakteristik pemilih, khususnya generasi muda.

b. Bagi Penyelenggara dan Pengawas Pemilu

   Hasil penelitian ini dapat memberikan gambaran bagi penyelenggara pemilu dan lembaga pengawas mengenai pengaruh kampanye media sosial terhadap perilaku pemilih, sehingga dapat digunakan sebagai dasar dalam merumuskan kebijakan pengawasan kampanye digital yang lebih adaptif dan responsif.

d. Bagi Masyarakat dan Pemilih

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran masyarakat,

khususnya pemilih, akan pentingnya literasi media digital dalam menyikapi informasi kampanye politik di media sosial agar mampu bersikap kritis, rasional, dan tidak mudah terpengaruh oleh informasi yang menyesatkan