

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Media sosial ialah aspek yang sangat penting bagi kehidupan masyarakat, bahkan pada setiap masyarakat sangat membutuhkan media informasi. Adanya perkembangan media yang sudah memicu dari informasi juga masyarakat ini membutuhkan informasi yang cepat serta tepat agar dapat dipercaya. Media yang hari ini ramai selalu diperbincangkan yaitu media sosial mau itu buruk ataupun baik mengenai beritanya yang ada dalam media sosial. Bahkan untuk membuat sebuah tulisan lepas yang dibaca oleh banyak orang tak perlu menjadi jurnalis, dengan kita memiliki media sosial ini kita sudah bisa membuat orang melihat kita.

Pada penyelenggaraan politik di Indonesia media sosial ini sudah lama dalam konsentarsi politik di mulai pada pemilu tahu 2004 media sosial ini belumlah ramai digunakan masyarakat. Tetapi pada pilkada serentak tahun 2018 media sosial menjadi sorotan dan peran penting bagi calon agar dapat memperkenalkan visi misi calon tersbut kepada masyarakat secara daring dan luas dan ini pun menjadikan persaingan bagi setiap calon bagaimana cara menggunakan media sosialnya dengan sebaik mungkin. Maka dari itu media sosial ini bisa menjadi alat kampanye bagi siapa saja yang menggunakannya secara baik dan tak perlu lelah untuk memasangkan sepanduk dan lainnya dijalanan (Cangara, 2014)

Maka dari itu, bisa dikatakan media sosial ini dapat menjadi sebuah penghubung pada market politik yang ada dalam kampanye, adanya strategi market politik pilkada bisa membantu calon yang akan memimpin masyarakat pada penyelenggaraan pilkada. Market politik dalam segi media sosial ini dapat meyakini masyarakat bahwa calon tersebut adalah seseorang yang layak untuk dipilih. Dari masing-masing calon dan timnya meyakini pemilih dengan memperlihatkan strategi politik yang sesuai dengan keinginan para pemilihnya (Ari Ginanjar, 2014).

Pada pilkada Jawa Barat 2018 dari empat calon yang akan menjadi, gubernur Ridwan Kamil lah yang pada saat itu lebih banyak berkampanye menggunakan media sosial terkhususnya Ridwan Kamil menggunakan akun pribadi yaitu Instagram dan Twiter yang dimana kekreatifan dan inovatif peyampaiannya begitu baik dan meluas kepada masyarakat serta menyertakan video visual yang menaarik bersama para artis yang berasal dari Jawa Barat agar dapat berkampanye bersama. Postingan yang disuguhkan oleh Ridwan Kamil berbau humor dan selalu terlihat fresh untuk dilihat, maka dari itu media sosial menjadi peran penting untuk kemenangannya dalam pilkada Jawa Barat pada tahun 2018 yang dimana Ridwan Kamil bisa memikat hati masyarakat agar bisa memilihnya. Melihat itu media sosial menjadi market politik utama bagi Ridwan Kamil karena banyak hal yang unik agar bisa membuat masyarakat penasaran tentang postingan kampanye apa yang dibuat. Bagi masyarakat media sosial itu sangat penting karena jalannya pilkada Jawa Barat 2018 ini masyarakat dapat melihat setiap kandidat calon secara langsung melalui layar kecil *smartphone* mereka hanya dengan membuka sosial media (Bawaslu, 2020).

Media sosial bertujuan untuk memberikan sebuah informasi yang secara instan dan dapat di pertanggung jawabkan dengan ucapan kata yang baik dan benar. Maka sebagai orang yang menyampaikan informasi mengenai politik ini juga harus mempunyai peran yang adil dalam memposting dengan bentuk visual politik yang harapannya sesuai dengan keinginan masyarakat yang akan memilih. Faktor dari orang yang menyampaikan informasi ini harus mempunyai daya tarik dan kredibilitas yang diperoleh dengan pandangan pada sikap komunikator yang perannya membentuk suatu gambaran politik yang sama dengan masyarakat yang akan memilih (Efriza & Indrawan, 2018)

Ridwan Kamil mempunyai follower di instagram lebih banyak dibanding dengan kandidat calon gubernur yang lain yang dimana beliau mempunyai 9 juta follower, dan isi yang diposting pun selalu menarik untuk dibahas oleh masyarakat. Walaupun Ridwan Kamil mempunyai akun sosial media yang lain seperti twitter dan facebook, tetapi pengikutnya lebih banyak di instagram dibanding akun media

sosial yang lain yaitu pada akun twitternya hanya mempunyai 3 juta follower dan facebook hanya 2 juta follower. Walaupun Ridwan Kamil lebih banyak memposting di twitter tetapi instagramlah yang dijadikan utama untuk berkampanye, karena berbagai faktor dari instagram mempunyai fitur yang menarik agar dapat menjadi kualitas yang baik dalam postingan berkampanyenya. Selain itu instagram juga mudah diakses oleh masyarakat luas (Nasution, 2015).

Dengan adanya kemudahan dari media sosial ini, masyarakat dapat memanfaatkan untuk berinteraksi langsung dengan Ridwan Kamil, dengan contohnya melaporkan adanya keluhan dari kejadian yang tak terlihat oleh pemerintah dan kemudian dapat merespon langsung atau dengan dibantunya penyampaian yang dilakukan oleh Ridwan Kamil untuk masyarakat dengan menggunakan media sosialnya, menariknya respon dari Ridwan Kamil sendiri tak selalu formal melainkan diselipi dengan hal humor. Maka dari itu dengan apa yang sudah dijelaskan media sosial ini dapat menjadikan market politik bagi Ridwan Kamil saat pemilihan gubernur 2018 karena dapat memikat hati masyarakatnya secara luas dengan bermedia sosial (Susanto, 2009).

Maka dari apa yang telah dipaparkan diatas terdapat berbagai keunikan yang dilihat pada peran media sosial dalam pemilihan gubernur ini, dengan berbagai kajian yang ada dalam analisis dan berbagai media yang dijadikan sarana penulisan guna dibuatnya penelitian ini dalam judul : **“Peran Media Sosial Ridwan Kamil Dalam Demokarsi Digital (studi kasus kemenangan Pilgub Jabar 2018)”**

## **B. Identifikasi Masalah**

Dari hasil pemaparan diatas pun peneliti berusaha merumuskan fokus permasalahan secara komprehensif yakni:

1. Peran Media sosial.
2. Marketing politik Ridwan Kamil di media sosial instagram
3. Personal branding Ridwan Kamil sebagai sosok pemimpin dari generasi milenial.

### **C. Rumusan Masalah**

Sesuai dengan apa yang sudah dipaparkan didalam latar belakang masalah dan fokus permasalahan dalam penelitian ini, yakni:

1. Mengapa Ridwan Kamil menggunakan media sosial sebagai market politik?
2. Apa saja Peran media sosial yang digunakan Ridwan Kamil untuk pilkada 2018 di Jawa Barat

### **D. Tujuan Penelitian**

Secara umum, penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui peran media sosial dalam pilkada gubernur Jawa Barat, adapun tujuannya sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui mengapa Ridwan Kamil menggunakan media sosial sebagai market politik
2. Untuk mengetahui peran media sosial yang digunakan Ridwan Kamil untuk pilkada 2018 di Jawa Barat

### **E. Manfaat Penelitian**

1. Kegunaan akademis (teoritis)
  - a. Peneliti berharap bahwa penelitian ini mampu ikut berkontribusi dalam pengembangan Ilmu Politik, khususnya dalam kajian politik pada pilkada Gubernur Jawa Barat khususnya bidang peran media sosial.
  - b. Peneliti pun berharap pada penelitian ini menjadi rujukan untuk penelitian selanjutnya berkaitan peran media sosial dan pilkada Gubernur Jawa Barat.
2. Kegunaan Praktis
  - a. Untuk Peneliti sendiri pengkajian ini sangat diharapkan dapat menambahnya pengalaman dan wawasan dalam mengkaji penelitian dan penyusunan karya ilmiah. Penelitian ini pun menjadi syarat dalam meraih gelar Sarjana untuk Peneliti.

- b. Hasil penelitian ini pun dapat memberikan informasi pada masyarakat dalam memahami peran media sosial dalam pilkada Jawa Barat.

## **F. Kerangka Pemikiran**

Ada beberapa hal-hal pokok yang dijadikan landasan berfikir dalam penelitian ini, untuk memperjelas dan memfokuskan terhadap masalah dan topik yang hendak dikaji, adapun beberapa pengertian tentang permasalahan yang akan dibahas oleh peneliti.

Teori-teori merupakan rangkaian konseptual dalam memberikan deskripsi terhadap persoalan yang sedang dikaji. Market politik adalah suatu konstruksi kampanye yang bagaimana ia bisa menggaet hati masyarakat untuk masyarakat memilih kandidat calon yang mereka ingin pilih menggunakan metode-metode yang dilakukan oleh calon pada pemilihan umum.

Berdasarkan pada uraian di atas, maka peneliti melakukan pengkajian melalui pendekatan secara teori. Pengumpulan data dan hasil penelitian mengenai permasalahan dari teori yang dipergunakan adalah melalui pendekatan keilmuan ilmu politik yang berkaitan dengan market politik.

Media sosial ialah media online yang penggunaannya dapat memudahkan dengan berpartisipasi secara online yang isinya dapat berupa blog, jejaring sosial, wiki, forum daring. Blog adalah jejaring sosial yang bentuknya umum digunakan oleh masyarakat secara luas. Antony Mayfield mengatakan dari iCrossing, media sosial merupakan menjadi manusia biasa yang dimana manusia yang dapat saling berbagi dari ide, kerja sama dan kolaborasi agar dapat menciptakan sebuah karya dan dapat menemukan teman baik secara virtual juga dapat membangun sebuah komunitas daring. Penggunaan media sosial menjadikan kita sebagai diri kita sendiri dengan mengakses informasi secara cepat (Susanto, 2009)

Ridwan Kamil menggunakan media sosial untuk dapat bisa lebih dekat kepada masyarakat secara online dan salah satunya dapat berkampanye dengan postingan yang dapat memikat masyarakat pada pilkada Jawa Barat 2018 salah satu contohnya

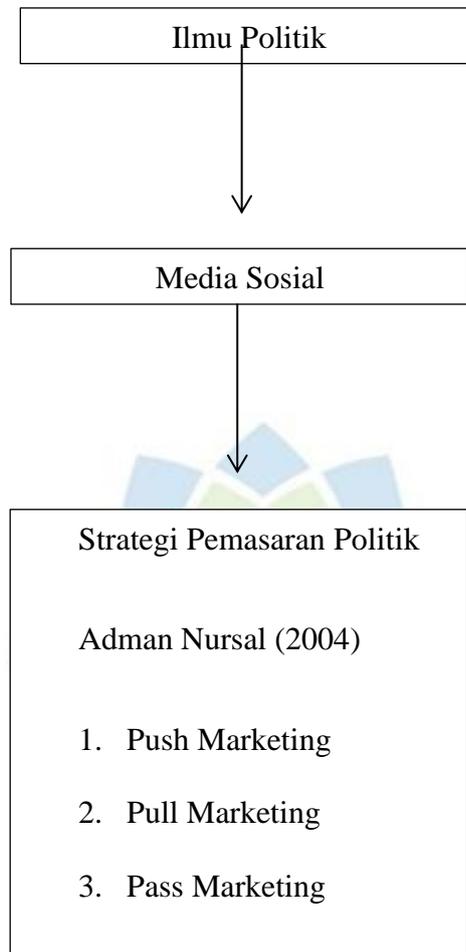
kampanye yang Ridwan Kamil lakukan menggunakan akun pribadinya di media sosial instagram, twitter maupun facebook dengan postingan yang sangat unik untuk dikaji dan diselipi dengan humor.

Dalam penelitian ini menggunakan strategi pemasaran politik melalui media sosial yang dilakukan oleh Ridwan Kamil, kerangka pemikiran ini menggambarkan objek penelitian yang dijadikan uji teoritis sebagai marketing politik dari 3P yang dikemukakan oleh Adman Nursal

1. *Push Marketing* (Mendorong Pemasaran, seperti melaksanakan kampanye secara langsung, melalui pertemuan akbar sampai ke ranah desa).
2. *Pull Marketing* (Trik Pemasaran, melakukan strategi yang dapat menggunakan media massa, dan lain sebagainya).
3. *Pass Marketing* (Lulus Pemasaran, dikatkan dengan tokoh yang berpengaruh agar memberikan *trust* yang lebih di khalayak umum).

Sebenarnya, ketiga pendekatan ini dapat ditumpu pada *pull marketing*, sebagai wadah untuk menyampaikan informasi dengan memanfaatkan media sosial. Namun, pada isu tertentu, instagram Ridwan Kamil juga mengimplementasikan pendekatan ini ke dalam perencanaan media sosialnya. Selain strategi marketing politik ini dipakai untuk berkampanye, hal ini juga mampu dijadikan landasan untuk memperkuat kekuasaan melalui peningkatan kepercayaan dan kepuasan publik. Lebih detailnya disampaikan ada gambar bagan berikut:

**Gambar 1 Kerangka Pemikiran**



Gambar 1 ini menjadi kerangka pemikiran yang menjadi pisau analisis bagi peneliti dalam menganalisis temuan di lapangan mengenai peranan media sosial instagram Ridwan Kamil.

Ilmu Politik memiliki banyak cabang teoritis yang membahas mengenai beberapa segmentasi, salah satunya penggunaan media sosial sebagai instrumen untuk mendapatkan interaksi sosial kepada masyarakat secara luas, bukan hanya menjadi ajang interaksi sosial yang luas, tetapi pun bisa menjadi akumulasi pengumpulan basis massa. Dengan adanya media sosial, bisa juga hal tersebut dijadikan ladang pengumpulan massa untuk kemenangan politik, maka dari itu peneliti menggunakan teori dari Adman Nursal mengenai strategi pemasaran politik untuk menganalisis peran media Ridwan Kamil.