

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada tahun 2018, Pemilihan Gubernur Jawa Barat (Pilgub Jabar) menjadi momen penting dalam kontestasi politik di Indonesia. Salah satu partai politik yang turut serta dalam Pilgub Jabar tersebut adalah Partai Golkar. Sebagai salah satu partai politik yang memiliki sejarah panjang dan basis massa yang kuat, Partai Golkar memahami pentingnya strategi marketing politik yang efektif dalam mempengaruhi pemilih.

Dalam era digital yang semakin berkembang, media sosial telah menjadi platform penting dalam dunia politik. Penggunaan media sosial sebagai alat komunikasi dan pengaruh politik telah memainkan peran yang signifikan dalam kampanye politik. Partai politik di Indonesia semakin menyadari pentingnya pemanfaatan media sosial dalam meraih dukungan publik, termasuk dalam pemilihan gubernur.

Dalam konteks tersebut, media sosial Facebook menjadi salah satu platform yang digunakan oleh Partai Golkar untuk berkomunikasi dengan pemilih di Jawa Barat. Media sosial Facebook memiliki keunggulan dalam hal jangkauan luas dan kemampuan untuk berinteraksi langsung dengan pemilih potensial. Oleh karena itu, analisis strategi marketing politik Partai Golkar pada Pilgub Jabar 2018 di media sosial Facebook Golkar Jabar menjadi relevan untuk diteliti.

Dalam konteks teoritis, penelitian ini mengacu pada dua perspektif teori yang relevan, yaitu teori Two Step Flow dan teori Branding Politik. Teori Two Step Flow menjelaskan bahwa pesan politik tidak hanya disampaikan secara langsung oleh partai politik kepada pemilih, tetapi juga melalui tokoh-tokoh politik dan relawan yang memiliki pengaruh kuat di masyarakat. Teori Branding Politik, di sisi lain, berfokus pada bagaimana partai politik membangun citra dan identitas positif melalui pesan-pesan politik yang konsisten dan berkesan.

Dengan memahami latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi marketing politik yang digunakan oleh Partai Golkar pada Pilgub

Jabar 2018 di media sosial Facebook Golkar Jabar. Dengan memperoleh pemahaman yang lebih dalam tentang strategi ini, penelitian ini dapat memberikan kontribusi pada pemahaman praktis dan teoritis tentang pengaruh media sosial dalam politik, serta dapat menjadi acuan bagi partai politik lainnya dalam memanfaatkan media sosial sebagai alat kampanye politik yang efektif

Teori *Two Step Flow* berpendapat bahwa media sosial memainkan peran yang penting dalam proses penyampaian informasi dan pengaruh terhadap opini publik. Teori ini menyatakan bahwa media sosial tidak langsung mempengaruhi opini publik, tetapi melalui perantara *"opinion leaders"* atau pemimpin opini. *Opinion leaders* ini merupakan individu atau kelompok yang dianggap memiliki pengetahuan atau posisi yang cukup kuat dalam masyarakat, yang kemudian akan menyampaikan informasi yang didapat dari media sosial kepada lingkungan sekitarnya.

Secara umum, media sosial memainkan peran yang penting dalam proses penyampaian informasi dan pengaruh terhadap opini publik, baik melalui perantara *opinion leaders* maupun dengan cara *framing* yang digunakan dalam penyajian informasi. Namun, perlu diingat bahwa opini publik juga dipengaruhi oleh faktor-faktor lain seperti latar belakang sosial ekonomi, pendidikan, dan jenis kelamin dan lain-lain. Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang strategi marketing politik yang efektif di media sosial dan dampaknya terhadap pemilih. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan masukan dan rekomendasi bagi Partai Golkar maupun pihak-pihak terkait dalam mengoptimalkan penggunaan media sosial sebagai alat komunikasi politik yang efektif.

Penelitian ini akan menggunakan pendekatan kualitatif dengan mengumpulkan data melalui observasi, studi dokumen, wawancara, dan kuesioner. Analisis data akan dilakukan secara deskriptif dan interpretatif untuk mendapatkan pemahaman yang komprehensif tentang strategi marketing politik Partai Golkar pada Pilgub Jabar 2018.

Penelitian sebelumnya telah banyak dilakukan tentang marketing politik dan penggunaan media sosial oleh partai politik, namun belum banyak yang memfokuskan pada analisis marketing politik Partai Golongan Karya pada pilgub Jabar 2018 di Kota Bandung. Oleh karena itu, penelitian ini dianggap penting untuk dilakukan agar dapat memberikan gambaran tentang bagaimana Partai Golongan Karya memanfaatkan media sosial sebagai salah satu strategi marketing politiknya serta mengetahui peranan Teori *Two Step Flow*. Diharapkan hasil dari penelitian ini dapat memberikan gambaran mengenai strategi marketing politik Partai Golkar di media sosial serta memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu politik dan komunikasi politik.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan sebelumnya, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi marketing politik Partai Golkar pada Pilgub Jabar 2018 di media sosial Facebook Golkar Jabar dapat dikarakterisasi?
2. Apa saja peran tokoh-tokoh politik dan relawan dalam menyampaikan pesan politik Partai Golkar kepada pemilih di media sosial Facebook?
3. Bagaimana pesan politik Partai Golkar yang diunggah di media sosial Facebook Golkar Jabar dapat membangun citra dan identitas politik yang positif?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah serta rumusan permasalahan yang telah di paparkan, maka penelitian ini bertujuan agar menguji peran media sosial dalam strategi marketing politik Partai Golongan Karya (Golkar) di Kota Bandung, serta faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan peran tersebut. Tujuan spesifik penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis strategi marketing politik yang diimplementasikan oleh Partai Golkar di media sosial dalam konteks Pilgub Jabar 2018.

2. Untuk mengetahui peran tokoh-tokoh politik dan relawan dalam menyampaikan pesan politik Partai Golkar kepada pemilih di media sosial Facebook.
3. Untuk mengetahui pesan politik Partai Golkar yang diunggah di media sosial Facebook Golkar Jabar dapat membangun citra dan identitas politik.

D. Manfaat Penelitian

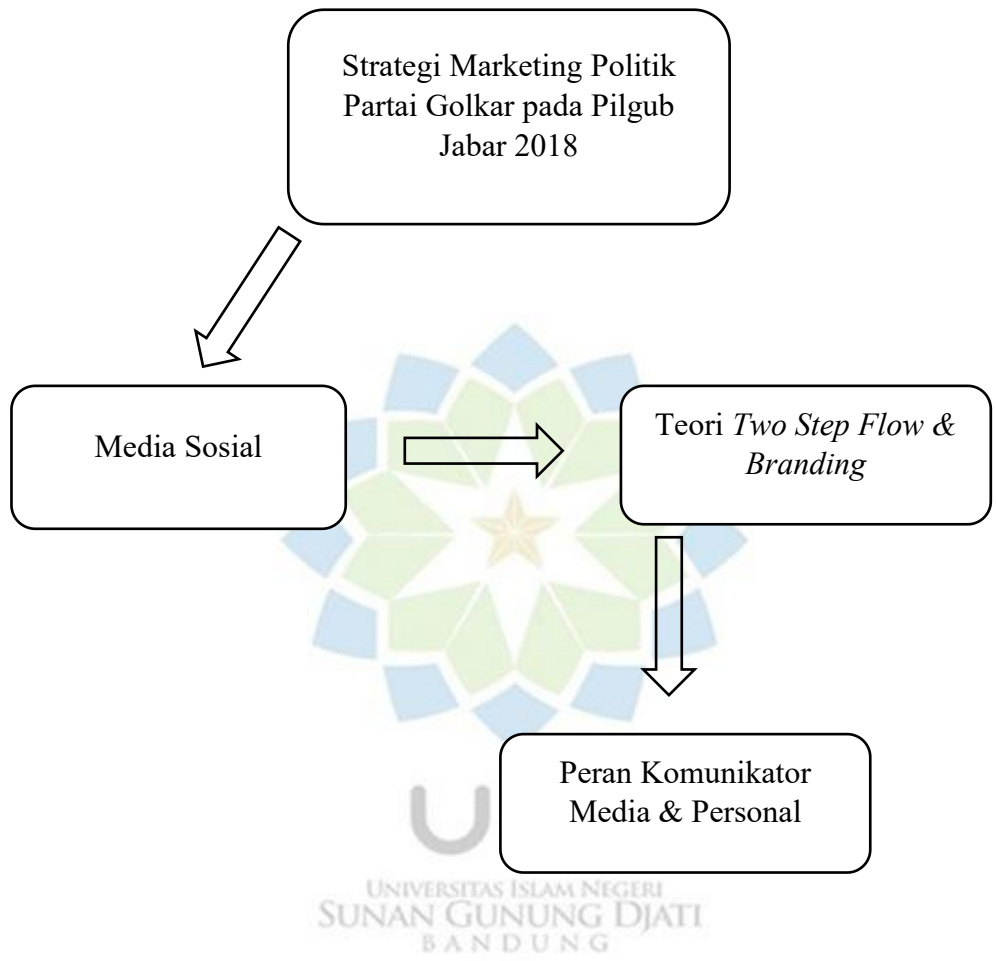
Penelitian ini diharapkan bisa menghadirkan manfaat banyak pihak yaitu:

1. Secara teoritis, Bagi peneliti lain: Hasil penelitian ini diharapkan sebagai sumber referensi untuk peneliti lain yang tertarik di masa yang akan datang dalam meneliti mengenai peran media sosial dalam strategi marketing politik terhadap Partai politik di Indonesia.
2. Secara praktis, Bagi Partai Golongan Karya (Golkar): Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi Golkar dalam mengelola strategi marketing politiknya di Kota Bandung, khususnya dalam menggunakan media sosial. juga Bagi masyarakat: Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan baru bagi masyarakat tentang bagaimana media sosial digunakan oleh partai politik dalam strategi marketing politiknya.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

E. Kerangka Berpikir

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan kerangka berpikir yang fokus berdasarkan pada Strategi Marketing Politik yang dilakukan Partai Golkar pada Pilgub Jabar 2018 sebagai poin analisis dengan melihat aspek media sosial, serta teori Teori *two-step flow* sebagai alat analisis penilaian untuk menentukan hasil Strategi Marketing Politik yang digunakan Partai Golkar pada Pilgub Jabar 2018. Maka ntuk lebih jelasnya kerangka berfikir ini divisualisasikan dalam gambar 1.1 berikut:



Gambar 1.1 Kerangka Berfikir