

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Media sosial adalah suatu media online dimana penggunaannya bisa dengan mudah berpartisipasi dan berbagi di dalamnya (Tosepu, 2017:1). Data terbaru dari agensi *marketing We Are Social* dan *platform* manajemen media sosial *Hootsuite* per Januari 2021 menunjukkan bahwa sebanyak 170 juta penduduk dari total 274,9 juta penduduk Indonesia telah menggunakan media sosial. Hal tersebut menunjukkan lebih dari setengah dari populasi penduduk Indonesia saat ini telah meleak media sosial (Stephanie, 2021).

Seiring dengan populernya media sosial di Indonesia. Berbagai *platform* media sosial bermunculan, seperti *YouTube*, *Whatsapp* dan *Facebook* menjadi *platform* yang paling banyak digunakan oleh penduduk Indonesia. *YouTube* berhasil menjaring lebih dari 170 juta pengguna atau 93,8% dari total keseluruhan populasi 181,9 juta pengguna internet usia 16-64 tahun. Di posisi kedua ada *Whatsapp* dengan jumlah pengguna 87,7% atau 159,5 juta orang pengguna. Lalu dibelakangnya ada *Facebook* dengan presentase 85,5% atau 155,5 juta orang pengguna (Novianty, 2021).

Seiring dengan perkembangan yang semakin pesat internet dan media sosial seolah menjelma menjadi ruang publik baru bagi masyarakat (Fatah, 2019:312). Dengan berkembangnya berbagai *platform* media sosial, kemunculan kampanye dan iklan politik dalam pemilihan umum melalui media sosial menjadi hal yang lumrah.

Penggunaan media sosial mulai memiliki banyak peran dalam dunia politik. Media sosial berperan dalam kampanye, pengembangan melek politik dan peningkatan partisipasi pemilih (Munzir, 2019:179-181). Media sosial yang dulunya hanya sekedar sarana hiburan, saat ini telah dilirik oleh kalangan politisi untuk dijadikan sebagai ruang baru untuk berpolitik. Media sosial yang dimanfaatkan untuk hal yang positif, tentunya mampu membangun jaringan komunikasi politik yang interaktif antara kelompok politik dengan para simpatisan atau massa (Susanto, 2017:382).

Kelahiran media sosial yang berpengaruh di bidang politik (Stieglitz, 2012:1277), menjadikan kepopuleran *YouTube* sebagai media sosial baru dalam berkomunikasi meningkat. Terdapat 93 juta penonton unik di Indonesia (berusia di atas 18 tahun) yang menonton video di *YouTube* setiap bulannya selama tahun 2020 atau meningkat hingga 10 juta dibanding tahun 2019 (Tesalonica, 2020). Berawal dari fungsi hiburan, *YouTube* bertransformasi menjadi media yang berfungsi sebagai penyalur pesan. Fungsi tersebut yang kini dilirik kalangan politisi maupun pendukungnya untuk menyampaikan pesan-pesan politik dengan cara yang berbeda. Salah satunya pendukung Joko Widodo dan Basuki Tjahja Purnama dalam kampanye pemilihan gubernur DKI Jakarta Tahun 2012 memanfaatkan *YouTube* untuk memposting video kampanye kreatif mereka (Anshari, 2013:94). Kampanye politik yang dilakukan dengan memparodikan salah satu lagu dari idol yang buming saat itu dengan tajuk *What Makes You Beautiful by One Direction - Jokowi dan Basuki (Music Video Parody)* melalui *YouTube*. Lewat tampilan pesan yang sedang trend di jamannya, sebuah pesan

akan cepat masuk ke benak *audience* (Anshari, 2013:99). *YouTube* juga digunakan oleh Gubernur Jawa Tengah, Ganjar Pranowo. Melalui akun *YouTube* miliknya, Ganjar Pranowo menyampaikan kampanye, menyampaikan pesan, himbauan dan komunikasi. Melalui akun *YouTube* popularitas serta elektabilitas Ganjar Pranowo meningkat. Dukungan dari masyarakat terhadap Ganjar Pranowo sebagai Calon Presiden 2024 banyak bermunculan di kolom komentar. Hasil survei yang dilakukan *Voxpopuli Research Center* menunjukkan elektabilitas Gubernur Jawa Tengah Ganjar Pranowo meningkat, hingga mencapai 20,4 % (Zulfikar, 2021).

Media sosial merupakan rimba liar, dan praktis tidak ada peraturan di dalamnya (Fritch, 2009:5). Apabila tidak berhati-hati dalam penggunaannya, bukan popularitas yang didapatkan, aktor politik tersebut justru menjadi cibiran di dunia maya. Hal tersebut justru merugikan aktor politik sendiri. Salah satu contohnya video “Prabowo-Hatta: *We Rock You*” yang dibawakan oleh Ahmad Dhani. Video kampanye tersebut justru merugikan capres-cawapres Parbowo Subianto-Hatta Rajasa dalam Pilpres 2014. Karena dalam video klip yang dibawakan oleh Ahmad Dhani dan sejumlah musisi tersebut banyak menuai kontroversi. Ahmad Dhani dalam video tersebut menggunakan seragam pemimpin Nazi. Penggunaan simbol Nazi tidak pantas dipublikasikan dalam video dukungan capres karena sangat sensitif (Maharani, 2014). Nazi selalu diasosiasikan dengan rasisme, pembunuhan masal dan pelanggaran HAM. Hal tersebut sangat bertentangan dengan nilai Pancasila.

Berbeda dengan pelaksanaan pemilihan kepala desa (pilkades) serentak di tahun-tahun sebelumnya. Pilkades serentak di Kecamatan Padangan pada bulan Februari 2020, diikuti oleh 12 desa dari 16 desa yang ada di Kecamatan Padangan dengan calon kades sebanyak 38 calon. Sebagaimana dalam pemilihan umum lainnya, pelaksanaan kampanye dalam pelaksanaan pilkades masih dilakukan secara manual dengan memasang baliho, membagi-bagikan selebaran dan mengunjungi masyarakat secara *door to door*. Penggunaan media sosial sebagai sarana kampanye bagi calon kepala desa masih jarang dilakukan. Dari 12 desa yang melaksanakan Pilkades serentak hanya Desa Padangan yang calon dan panitia Pilkadesnya aktif memanfaatkan media sosial.

Pilkades 2020 di Desa Padangan diikuti oleh lima calon. Kelima calon kades menggunakan *YouTube* sebagai sarana kampanye yang difasilitasi oleh panitia penyelenggara. Kampanye terbuka diikuti oleh semua calon, disiarkan secara langsung melalui *channel YouTube* PadanganTV dan ditonton lebih dari 5.500 kali. Zaenal Abidin menjadi satu-satunya calon kepala desa yang kampanye online atas inisiatif sendiri dengan membuat konten *YouTube* dan diunggah di kanal *YouTube* milik simpatisannya, walaupun pada akhirnya ia tidak terpilih. Penggunaan *YouTube* sebagai salah satu media yang digunakan simpatisan Zaenal Abidin sebagai sarana untuk melakukan kampanye merupakan cara baru dalam berkampanye.

Penggunaan *YouTube* dalam pelaksanaan Pilkades serentak di Kecamatan Padangan periode 2020-2026 tidak hanya dilakukan oleh pihak calon kepala desa saja,

sebagai sarana berkampanye, namun juga dilakukan oleh Panitia Pemilihan Kepala Desa dalam menyampaikan sosialisasi pelaksanaan Pilkades. Panitia Pilkades Desa Padangan menyuguhkan konten mengenai Pilkades Desa Padangan mulai dari awal pencalonan hingga perhitungan suara secara *live* dari channel *YouTube* PadanganTV. Panitia Pilkades Desa Padangan adalah satu-satunya panitia Pilkades yang menggunakan *YouTube* sebagai sarana sosialisasi, namun tingkat partisipasi pemilihnya paling rendah diantara desa-desa di Kecamatan Padangan yang melaksanakan pilkades serentak. Partisipasi pemilih Desa Padangan hanya 77,86%, sedangkan rata-rata partisipasi pemilih pilkades di Kecamatan Padangan sebesar 86,34%.

Tak hanya *YouTube*, media sosial lain seperti *Whatsapp*, *Facebook* ternyata juga digunakan oleh para aktor politik. Walaupun tak sepopuler *YouTube*, media sosial tersebut juga dimanfaatkan para aktor politik untuk mencapai tujuan-tujuan politiknya (Munzir, 2019:174). Media sosial tidak hanya populer dikalangan aktor politik tingkat pusat dan daerah. Media sosial sebagai sarana sosialisasi dan kampanye politik juga mulai merambah di tingkat desa. Pilkades yang dulunya hanya dilakukan secara konvensional seiring dengan perubahan zaman dan teknologi berlahan-lahan telah memanfaatkan media sosial sebagai media baru dalam berdemokrasi. Pilkades yang dulu hanya dapat disaksikan oleh masyarakat desa setempat, dengan memanfaatkan media sosial saat ini dapat disaksikan oleh seluruh masyarakat tanpa mengenal jarak dan waktu.

Berdasarkan pada permasalahan di atas, maka penelitian ini menjelaskan dan menganalisis partisipasi politik online dalam Pilkades Padangan dengan sudah adanya penggunaan media sosial oleh calon kepala desa dan panitia pilkades dalam Pilkades Desa Padangan, Kecamatan Padangan, Kabupaten Bojonegoro pada tahun 2020. Partisipasi politik *online (e-participation)* dalam pilkades adalah bentuk partisipasi yang melibatkan pemilih, calon kepala desa, dan panitia pilkades melalui penggunaan teknologi komunikasi dan informasi.

1.2. Rumusan masalah

1. Bagaimana partisipasi politik online dalam Pilkades Desa Padangan tahun 2020?
2. Apa dampak partisipasi politik online dalam Pilkades Desa Padangan tahun 2020?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini antara lain:

1. Menganalisis bagaimana partisipasi politik online dalam Pilkades Desa Padangan tahun 2020
2. Menganalisis dampak partisipasi politik online dalam Pilkades Desa Padangan tahun 2020

1.4. Literature Review

Penelitian yang berkaitan tentang media sosial terhadap partisipasi politik tradisional pernah diteliti oleh Marko M. Skoric dan Nathaniel Poor (Skoric & Poor, 2013:187-201). Dalam penelitian tersebut dijelaskan bagaimana mahasiswa memanfaatkan media tradisional dan media sosial khususnya Facebook, yang tujuannya mengajak masyarakat melakukan demonstrasi dan protes terhadap pemerintah. Hal tersebut terjadi akibat dua media kampus yakni *The Nanyang Chronicle* (koran kampus) dan *The Nanyang Spectrum* (program berita siaran) sedang memberitakan tentang “Kunjungan Politisi Oposisi Dr. Chee Soon Juan ke *Nanyang Technological University* (NTU) di Singapura pada tanggal 26 Agustus 2008” namun beberapa saat berita tersebut disiarkan, administrasi universitas lakukan penarikan atas berita tersebut, yang menimbulkan ketidakpuasan di kalangan mahasiswa.

Sekelompok mahasiswa melakukan protes terhadap sensor dan membuat grup Facebook “*Stand Up For Media Freedom on Campus*” untuk mempromosikan aksi demonstrasi politik dan protes terhadap pemerintah. Dalam penelitian tersebut menemukan intensitas penggunaan Facebook hanya dapat memprediksi partisipasi politik tradisional tetapi tidak partisipasi online, dan lebih penting memperhatikan media tradisional. Mereka menduga bahwa keandalan yang lebih rendah dari ukuran partisipasi online bertanggung jawab untuk tidak mendeteksi hubungan yang signifikan antara penggunaan media sosial dan partisipasi politik online.

Potensi partisipasi media sosial serta peran media tradisional dalam memfasilitasi keterlibatan politik di kalangan warga negara muda di Singapura sangat jelas. Media baru adalah sarana untuk mobilisasi politik dan organisasi warga negara karena hambatan mereka yang rendah untuk masuk dan penyebaran informasi yang cepat. Facebook terlihat efektif untuk mobilisasi di antara jaringan langsung dan jaringan yang diperluas, tetapi kurang efektif dalam menyediakan ruang untuk diskusi atau menjangkau warga yang tidak aktif. Media tradisional, tidak ditentukan oleh teknologi melainkan karakteristik sejarah, informasi, organisasi dan masyarakat, masih memiliki peran untuk dimainkan dalam memberikan kepercayaan dan pengaruh terhadap masalah dan penyebab politik.

Model partisipasi politik media sosial berdasarkan perspektif teori sistem tujuan pernah diteliti oleh Johannes Knoll, Jorg Matthers dan Raffael Heiss (Knoll, Matthes & Heiss, 2018: 1-21). Sebelum mengetahui hubungan antara penggunaan Media Sosial dan Partisipasi Politik, mereka menemukan langkah-langkah yang perlu dilakukan. Pertama, pengguna media sosial harus terpapar konten politik. Dalam penelitiannya menemukan bahwa tidak ada hubungan langsung yang sederhana antara penggunaan media sosial dengan partisipasi politik. Sebagai gantinya, mereka mengusulkan “jalan berbatu” untuk menghubungkan antara penggunaan media sosial dan partisipasi politik. Penggunaan media sosial tidak sertamerta meningkatkan partisipasi politik. Yang mempengaruhi partisipasi politik seseorang bukanlah frekuensi menggunakan media sosial, melainkan jenis penggunaan media sosial yang mendorong partisipasi

politik. Model partisipasi politik media sosial mencakup kompleksitas faktor pribadi, sumber dan konteks serta menyerukan perspektif holistik tentang penggunaan media sosial dan partisipasi politik.

Penelitian mengenai internet dalam kaitan partisipasi politik juga dilakukan oleh Ellen Quintelier dan Sara Vissers (Quintelier & Vissers, 2008:411-427). Hasil Studi mereka menunjukkan bahwa kegiatan online yang dilakukan di internet mempengaruhi partisipasi politik, sementara lama mengakses internet diketahui mempengaruhi bagaimana partisipasi politik responden.

Peran media sosial dalam peningkatan partisipasi pemilih pernah diteliti oleh Ratnamulyani dan Maksudi yang menemukan beragam peran media sosial dalam dunia politik di Indonesia (Ratnamulyani, 2018:154-161). Dengan semakin berkembangnya teknologi informasi berbasis internet, kini media sosial berperan penting sebagai satu faktor peningkatan partisipasi politik di kalangan pelajar sebagai pemilih pemula di Kabupaten Bogor pada tahun 2014. Namun pemanfaatan media sosial berbasis internet ternyata belum optimal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengguna media sosial semakin massif di kalangan pelajar sebagai pemilih pemula di Kabupaten Bogor untuk mengakses informasi tentang pemilu, yaitu sebagai pengguna Twitter 35%, Facebook 28%, dan Instagram 28%. Sedangkan dikalangan politisi/partai politik dalam kampanye politik masih rendah dalam penggunaan akun media sosial 82,7%. Selain itu ditemukan bahwa konten kampanye politik dianggap kurang menarik sebanyak 94,2%.

Pengaruh Media Sosial Terhadap Partisipasi Politik Masyarakat Dalam Pemilu Kepala Desa pernah diteliti oleh Trisha Restu Swastika dan Ichwan Siti Utami (Swastika&Utami, 2020:152-260). Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh Media Sosial terhadap partisipasi politik masyarakat dalam konteks Pemilu Kepala Desa yang dilakukan di Desa Talangsari menunjukkan terdapat pengaruh positif antara media sosial terhadap partisipasi politik. Setiap penambahan nilai media sosial 1% maka nilai partisipasi politik bertambah sebesar 0,988. Serta, berdasarkan dari uji hipotesis ditemukan terdapat pengaruh yang signifikan antara media sosial terhadap partisipasi politik.

Melihat hasil telaah literatur sebelumnya, memang kajian media sosial yang dihubungkan dengan partisipasi politik bukan sesuatu yang baru dilakukan oleh akademisi. Bahkan sudah ada satu peneliti yang meneliti mengenai Pengaruh Media Sosial Terhadap Partisipasi Politik Masyarakat Dalam Pemilu Kepala Desa. Meskipun demikian, sejauh ini, terlihat masih belum ada peneliti yang mencoba lebih dalam mengkaji mengenai media sosial dalam pemilihan kepala desa secara lebih mendalam, khususnya yang dikaitkan dengan partisipasi politik online, kemudian secara mendalam membahas mengenai pengaruh partisipasi online terhadap partisipasi offline dalam Pemilihan Kepala Desa. Sehingga penelitian ini tergolong masih baru.

1.5. Kerangka Teori

1.5.1 Partisipasi Politik Online

The term political participation will refer to those voluntary activities by which members of a society share in the selection of rulers and, directly or indirectly, in the formation of public policy (Partisipasi politik adalah kegiatan-kegiatan sukarela dari warga masyarakat melalui darimana mereka mengambil bagian dari proses pemilihan penguasa dan, secara langsung atau tidak langsung, dalam proses pembentukan kebijakan umum) (McClosky,1972:252). Kegiatan ini mencakup tindakan seperti memberikan suara dalam pemilihan umum, menghadiri rapat umum, mengadakan hubungan (*contacting*) atau *lobbying* dengan pejabat pemerintah atau anggota parlemen, menjadi anggota partai atau salah satu gerakan sosial dengan *direct action*nya, dan sebagainya (Budiardjo, 2008:367).

Partisipasi politik juga dapat diartikan sebagai pengejawantahan dari penyelenggaraan kekuasaan politik yang absah oleh rakyat. Anggota masyarakat berpartisipasi dalam proses politik, misalnya melalui pemberian suara atau kegiatan lain, terdorong oleh keyakinan bahwa melalui kegiatan bersama itu kepentingan mereka akan tersalur atau sekurang-kurangnya diperhatikan, dan bahwa mereka sedikit lebih banyak dapat mempengaruhi tindakan dari mereka yang berwenang untuk membuat keputusan yang mengikat. Dengan kata lain, mereka percaya bahwa kegiatan mereka memiliki efek politik (*political efficacy*) (Budiardjo,2008:368-369).

Definisi partisipasi politik diatas merupakan partisipasi politik secara konvensional bukan partisipasi politik baru (online). Partisipasi politik online memiliki kesamaan dengan partisipasi politik konvensional, hanya saja yang membedakan dari keduanya yakni kegiatan-kegiatan yang dilakukan dalam konteks ini adalah online (Brady,1999:737-738). Artinya perbedaan antara keduanya hanya terletak pada ruang yang membatasinya antara fisik dan maya atau digital. Partisipasi Politik online itu sendiri adalah suatu bentuk aktivitas partisipasi yang bisa memengaruhi struktur pemerintah, pemilihan umum ataupun kebijakan yang dilakukan secara online (Brady, 1999: 737-738).

Menurut Andriadi hubungan antara demokrasi dan partisipasi sangat erat. Apalah arti dari demokrasi tanpa partisipasi. Pun sebaliknya: tanpa demokrasi, jangan harap ada partisipasi. Demokrasi digital adalah sebuah upaya untuk mengimplementasikan konsep demokrasi tanpa terkungkung oleh limitasi waktu, ruang dan kondisi fisik lainnya (Andriadi, 2017:10). Sehingga Partisipasi politik online dapat diartikan sebagai sebuah upaya untuk mengimplementasikan konsep partisipasi politik tanpa terkungkung oleh limitas waktu, ruang dan kondisi fisik.

Partisipasi *online (eParticipation)* pada prinsipnya dapat dipahami sebagai interaksi yang dimediasi teknologi antara ranah masyarakat sipil dan ranah politik formal, dan antara ranah masyarakat sipil dan ranah administrasi. Tujuan dari *eParticipation* adalah untuk meningkatkan kemampuan warga negara untuk berpartisipasi dalam tata kelola pemerintah digital, termasuk partisipasi dalam

proses politik dan transformasi informasi dan layanan pemerintah digital (Sanford&Rose, 2007:407-408). Definisi ini ini menekankan pentingnya tiga aktor kunci, selain warga adalah pemerintah dan politisi sebagai aktor dalam inisiatif e-partisipasi, dan karena itu sebagai pemangku kepentingan yang dipertimbangkan ketika melihat keberhasilan dan dampak dari e-partisipasi tersebut (Blanc,2020:4).

Dengan perkembangan internet dan media sosial, dampak politik dari media sosial dalam pembentukan opini publik serta alat gerakan sipil sangat besar dan luas. Para politisi mulai menyadari pentingnya peran media sosial sebagai cara untuk memperoleh kemenangan dalam pemilu. Memberikan suara pada pemilu merupakan salah satu bentuk partisipasi politik. Namun partisipasi politik tidak semata-mata diukur berdasarkan pemberian suara partisipasi politik seperti: mengirim surat (pesan) kepada pejabat pemerintah, ikut serta dalam aksi protes atau demonstrasi, menjadi anggota partai politik, menjadi anggota organisasi kemasyarakatan, mencalonkan diri untuk jabatan publik, memberi sumbangan kepada partai atau politisi, hingga ikut serta dalam acara penggalangan dana (Morissan, 2014:54).

Dalam berbagai literatur, tidak terdapat suatu pengertian yang diterima secara universal mengenai apa yang dimaksud dengan partisipasi politik. Dewasa ini, sumbangan yang diberikan masyarakat pendukung suatu partai politik menjadi lebih mudah dilakukan melalui fasilitas *website*. Pada periode kampanye,

masyarakat menjadi lebih sering membicarakan berbagai isu politik dengan keluarga atau teman. Menjelang dan selama masa kampanye, media sosial lebih sering digunakan masyarakat untuk memperbincangkan isu-isu politik atau mempromosikan kandidat atau partai politik yang didukungnya, sedangkan para politisi lebih agresif berkampanye kepada para pengguna media sosial (Morissan, 2014:56-57).

Pada hari ini, partisipasi politik mempunyai upaya dalam menyuarakan pendapat politik secara dalam talian (online) dan juga secara luar talian (offline). Partisipasi politik secara online adalah menghantar email politik, postingan komen politik di blog dan mengikuti perkembangan ahli politik di media sosial (Towner:2013,578). Selain itu, Skoric dan Poor mengembangkan bentuk partisipasi politik secara online dengan melihat aktivitas politik seperti memberi komentar dalam diskusi secara online mengenai politik atau hubungan masyarakat, membaca blog dengan memberi komentar yang berhubungan dengan politik atau hubungan masyarakat, mengirim email kepada orang lain yang berkaitan dengan politik, membaca website milik pemerintah, mengisi petisi online (Skoric,2013:188). Sedangkan Knoll, Matthes & Heiss membagi partisipasi online dan offline berdasarkan upaya rendah dan tinggi:

Tabel 1.1
Contoh Kegiatan Partisipasi Online dan Offline dengan
Upaya Rendah dan Tinggi

Partisipasi Politik	Upaya Rendah	Upaya Tinggi
Offline	<ul style="list-style-type: none"> - Menyampaikan kampanye (stiker, poster, dll) - Menandatangani petisi - Mengingatnkan seseorang untuk memilih 	<ul style="list-style-type: none"> - Menghadiri pertemuan politik - menghadiri demonstrasi politik - menghubungi kandidat politik - Bekerja untuk partai/kandidat
Online	<ul style="list-style-type: none"> - Memberikan like (mengklik tombol suka) akun aktor politik - Share link mengenai informasi politik - Memposting komentar politik singkat - Menandatangani petisi online 	<ul style="list-style-type: none"> - Mengirim email ke politisi - Menulis artikel politik dalam suatu blog - Terlibat dalam diskusi politik - Membuat grup politik dalam media sosial

Sumber: Knoll, Matthes & Heiss (2018:3)

Partisipasi politik online merupakan hasil sinergi antara teknologi digital dengan partisipasi politik. Membentuk kombinasi sempurna yang saling menguntungkan. Teknologi digital menawarkan efisiensi, efektifitas, transparansi, keterbukaan dan akuntabilitas terhadap partisipasi politik. Hal tersebut bukan berarti partisipasi politik online menganggap peran dan fungsi tatap muka tidak penting. Partisipasi politik online harus ditindaklanjuti dengan partisipasi offline. Partisipasi politik di dunia maya dilanjutkan partisipasi di dunia nyata. Pratik Partisipasi Politik online dalam rangka memperkuat partisipasi politik offline (Andriadi, 2017:10-12).

1.5.2 Interelasi antara Kampanye Online, Partisipasi Online dan Kemenangan Pemilu: Sebuah Perdebatan

Media sosial merupakan sarana baru dalam partisipasi politik. Andriadi (2017:192-193) menjelaskan ada tiga model penggunaan media sosial sebagai sarana baru dalam partisipasi politik. Ketiga model sebagaimana tampilan dalam tabel berikut.

Tabel 1.2
Tiga Model Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana Partisipasi Politik

No	Pola Partisipasi	Pola Tindakan di Media Sosial
1	Mengekspresikan preferensi politik	<ul style="list-style-type: none">- Menulis status yang menunjukkan dukungan pada kandidat tertentu- Menunjukkan atribut tertentu yang mencerminkan pilihan politiknya
2	Mempromosikan atau mengkampanyekan kandidat tertentu	<ul style="list-style-type: none">- Menulis status yang menunjukkan alasan memilih kandidat tertentu- Membagikan <i>link</i> hal-hal positif mengenai kandidat tertentu- Meng-<i>upload</i> dan menyebarkan foto bercitra positif kandidat tertentu
3	Menggalang dukungan publik (mengajak pemilih lain)	<ul style="list-style-type: none">- Menuliskan status yang berisi ajakan memilih kandidat tertentu- berkomunikasi dengan <i>netizen</i> lain dalam rangka mengajak memilih kandidat tertentu- membuat grub di media sosial untuk menggalang dukungan bagi kandidat tertentu

Sumber: Andriadi (2017:192-193)

Salah satu watak media sosial adalah partisipatoris. Watak tersebut dirancang untuk memungkinkan setiap individu menjadi pribadi yang dapat terlibat

membentuk masyarakat dan dia hidup didalamnya. Media sosial berbasis internet dapat digunakan sebagai media untuk menyuarakan dan menyampaikan aspirasi setiap warga negara dalam proses politik dan terlibat dalam urusan pemerintah. Dalam konteks ini, media sosial dijadikan sebagai media partisipasi politik (Browman & Hills, 2003). Berdasar model partisipasi politik oleh Andriadi (2017:192-193), bentuk partisipasi politik online tidak terbatas hanya kegiatan untuk menunjukkan preferensi politiknya, melainkan juga kegiatan yang dimaksudkan untuk mengkampanyekan kandidat dan memobilisasi pemilih. Aktivitas kampanye politik dan memobilisasi pemilih dengan demikian tidak terbatas dilakukan oleh calon yang bersangkutan atau tim kampanye, tetapi juga oleh pemilih yang aktif berpartisipasi sebagai pegiat media sosial.

Sementara itu, untuk memenangi pemilu calon melakukan kampanye guna memobilisasi pemilih. Kemenangan calon ditentukan oleh besarnya suara yang mampu diraih. Kampanye di zaman serba digital ini mulai mengalami pergeseran. Dewasa ini kampanye melalui media sosial mulai bermunculan di kalangan politisi. Menurut Lillker sebagaimana dikutip dalam Andriadi (2017:278-279) ada empat kecenderungan model kampanye di internet dan media sosial yaitu:

1. Memberikan informasi kepada konstituen tentang kandidat dan apa saja yang perlu mereka ketahui, agar tumbuh dukungan untuk memilih kandidat tersebut. Informasi yang disampaikan berupa profil kandidat, visi, misi, program dan lainnya

2. Melibatkan konstituen dalam proses partisipasi politik. Pada model ini, konstituen tidak hanya memberikan informasi, melainkan juga mengajak untuk terlibat lebih jauh dalam proses partisipasi politik, misalnya dengan turut mengampanyekan dan menyosialisasikan kandidat
3. Membujuk konstituen untuk mendukung kandidat. Pada model ini, konstituen diajak untuk mendukung kandidat dengan informasi yang telah diasosiasikan tentang kandidat tersebut
4. Memobilisasi dan berinteraksi dengan konstituen. Pada model ini, konstituen sudah diajak pada level jauh, yakni memobilisasi dan berinteraksi dengan sesama konstituen maupun dengan tim sukses atau juga malah langsung dengan kandidat.

Media sosial adalah sarana yang mampu menguatkan masyarakat sipil dan ruang publik. Melalui media sosial kelompok masyarakat dalam jumlah besar mampu bersatu untuk melakukan gerakan massa seperti gerakan politik atau lebih dikenal dengan kampanye tanpa harus membentuk organisasi formal (Ardha, 2014:113-118). Media sosial saat ini tidak lagi membosankan, fitur yang ada di dalamnya saat ini berevolusi menuju interaktivitas. Melalui media sosial pengguna dapat membentuk jejaring sosial dan berbagi file di dalamnya (Lillker, 2011:208). Kampanye online apabila dilakukan dengan baik oleh para politisi, tentunya dapat meningkatkan popularitas dan elektabilitas. Hal tersebut menguntungkan bagi politisi hingga dapat terpilih dalam Pemilu.

Namun, penggunaan media sosial sebagai alat kampanye masih tergolong baru. Meskipun beberapa politisi telah menggunakan media sosial sebagai sarana kampanye, apabila tidak disertai pemahaman yang baik tentang platform, komunikasi yang dilakukan melalui media sosial masih bersifat searah, konten yang disajikan kurang menarik masyarakat menjadi indikasi kurangnya pemahaman pemanfaatan media sosial secara baik oleh politisi. Pengguna media sosial saat ini merupakan pengguna yang terdidik dan tidak mudah dibohongi. Kampanye online yang tidak menarik tentunya berpengaruh terhadap keyakinan masyarakat untuk memilih dan hal tersebut seringkali memunculkan perdebatan. Media sosial tidak cocok bagi politisi “kosong”, melainkan bagi mereka yang punya kemampuan berpikir dan berdialektika. Media sosial juga tidak cocok bagi yang egois, melainkan bagi mereka yang memiliki kepekaan dan kepedulian terhadap masalah yang dihadapi masyarakat. Hanya politisi yang memiliki simpati dan empati terhadap masalah rakyat yang akan menuai simpati dan empati publik (Ardha, 2014:117).

1.5.3 Konteks Pedesaan dan Tantangan Partisipasi Online

Berdasarkan Pasal 1, Ayat 1, Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 Tentang Desa, Desa adalah desa dan desa adat atau yang disebut dengan nama lain, selanjutnya disebut desa adalah kesatuan masyarakat hukum yang memiliki batas wilayah yang berwenang untuk mengatur dan mengurus urusan pemerintahan, kepentingan masyarakat setempat berdasarkan prakarsa masyarakat, hak asal usul,

dan/atau hak tradisional yang diakui dan dihormati dalam sistem pemerintahan Negara Kesatuan Republik Indonesia. Dari segi geografis, desa adalah suatu hasil perpaduan antara kegiatan sekelompok manusia dengan lingkungannya. Hasil dari perpaduan itu dapat dilihat pada unsur-unsur fisiografi, sosial dan ekonomi, politik dan kultural yang saling berinteraksi antara unsur tersebut dan juga dalam hubungannya dengan daerah-daerah lain (Bintarto, 1989).

Namun seiring dengan berjalannya waktu dan perkembangan teknologi, saat ini desa berlahan-lahan mulai mengalami perubahan. Desa yang dulunya berbasis pada struktur kekuasaan feodal, dimasa ini relasi berubah berdasarkan pada jaringan. Di sini internet membangun jaringan solidaritas tersebut. Perpaduan antara teknologi digital berbasis internet dan partisipasi publik telah berperan penting dalam merangsang perubahan dalam komunitas perdesaan di Indonesia (Priyadharma, 2021).

Adapun tantangan yang dihadapi terkait digitalisasi untuk mencapai *e-government*, khususnya dalam hal partisipasi online yakni:

1. Tantangan Terstruktur

Tantangan ini terkait dengan mindset atau pola pikir dari seluruh komponen masyarakat untuk siap dalam hal digitalisasi, terutama ikut serta dalam partisipasi online, bagaimana masyarakat memahami partisipasi online, bagaimana masyarakat beralih dari partisipasi yang bersifat konvensional ke dalam partisipasi online atau digital.

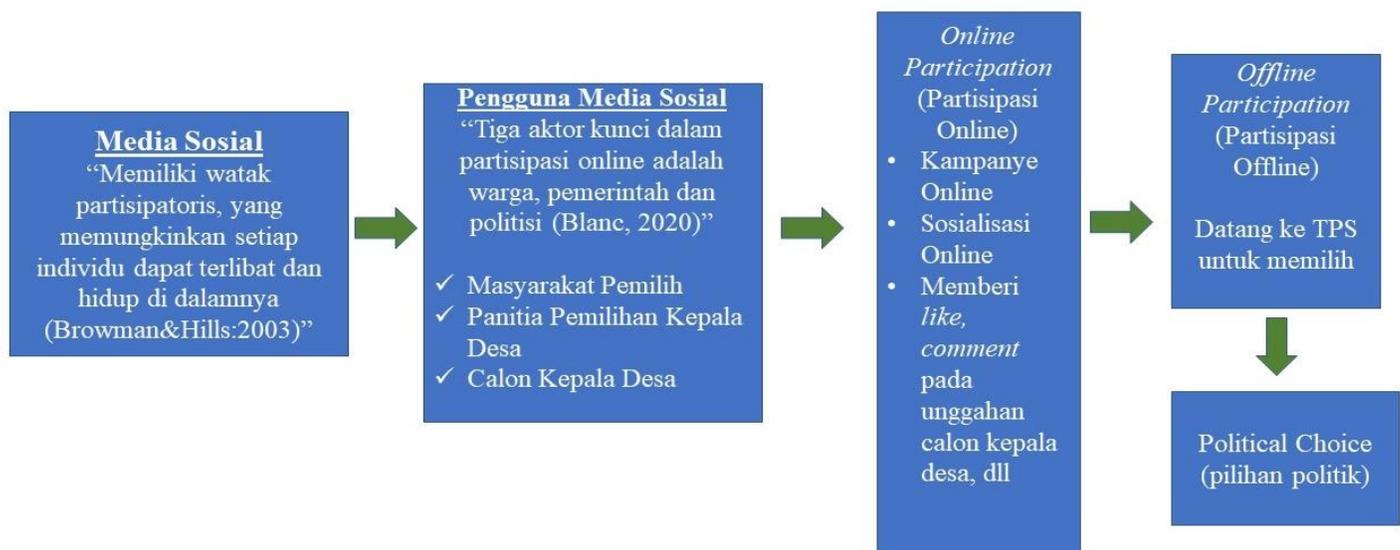
2. Tantangan Infrastruktur

Jika tantangan pertama bersifat non fisik, tantangan kedua ini lebih bersifat fisik. Hal ini berkaitan dengan aspek sarana prasarana. Hal ini berkaitan dengan kekuatan jaringan internet, ketersediaan media digital (handphone, komputer, dll) yang menunjang terwujudnya partisipasi online (Andriadi, 2017:385-386).

Apabila kedua tantangan tersebut dapat diatasi, tentunya e-government dapat terwujud di segala lini masyarakat. *E-Government* tak hanya berkuat ditingkat pusat saja, namun hingga tataran desa.

1.6. Kerangka Pemikiran

Gambar 1.1
Kerangka Pemikiran



Sumber: diolah dari berbagai teori partisipasi

Dengan perkembangan internet dan media sosial, dampak politik dari media sosial dalam pembentukan opini publik serta alat gerakan sipil sangat besar dan luas (Morissan, 2014:54). Media sosial sendiri memiliki watak partisipatoris. Watak tersebut memungkinkan setiap individu dapat terlibat dan hidup di dalamnya (Browman&Hills,2003). Hal tersebut membawa kemajuan dalam kehidupan berpolitik, tak hanya di tingkat pusat dan daerah, penggunaan media sosial dalam kehidupan politik sudah merambah hingga ke tingkat desa. partisipasi politik yang dulunya hanya dapat dilakukan secara konvensional, di era digital ini, partisipasi dapat dilakukan tanpa mengenal batasan ruang dan waktu. Ada tiga aktor kunci dalam partisipasi politik online yakni warga, pemerintah dan politisi (Blanc,2020). Apabila ketiga aktor tersebut diaplikasikan dalam Pemilihan Kepala Desa Padangan, ketiga aktor tersebut yaitu masyarakat pemilih, panitia pemilihan kepala desa dan calon kepala desa.

Dalam penelitian yang telah dilakukan, hal yang diteliti yakni bagaimana partisipasi online yang dilakukan oleh para calon kepala desa, panitia pemilihan kepala desa dan masyarakat pemilih dalam pilkades desa padangan. Kemudian membahas lebih jauh bagaimana pengaruh partisipasi online terhadap partisipasi offline dalam Pilkades Desa Padangan, yang berujung pada pilihan masyarakat untuk memberikan suara atau tidak dalam pilkades desa padangan. Hingga nantinya dapat mengetahui penyebab rendahnya partisipasi masyarakat dan kekalahan dari calon kepala desa yang menggunakan media sosial.

1.7. Metode Penelitian

1.7.1. Jenis Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian campuran/kombinasi (*Mixed Method Research*). Menurut Creswell dan Plato Clark dalam Creswell (2014:5) bahwa:

Penelitian metode campuran merupakan pendekatan penelitian yang mengobinasikan atau mengasosiasikan bentuk kualitatif dan bentuk kuantitatif. Pendekatan ini melibatkan asumsi-asumsi filosofis, aplikasi pendekatan-pendekatan kualitatif dan kuantitatif, dan pencampuran (*mixing*) kedua pendekatan tersebut dalam satu penelitian.

Sehingga dalam penelitian ini, terdapat dua pendekatan serta dua teknik dalam pengumpulan data penelitian. Teknik pengumpulan data kualitatif umumnya berupa wawancara, dokumentasi, dan observasi. Kemudian untuk menguatkan data-data yang disampaikan peneliti kemudian menggunakan teknik pengumpulan data kuantitatif berupa survei atau penyebaran kuesioner.

Adapun strategi penelitian dalam metode campuran yang digunakan yaitu menggunakan Strategi Eksploratoris Sekuensial. Menurut Creswell (2014:317) bahwa:

Strategi Eksploratoris Sekuensial melibatkan pengumpulan dan analisis data kualitatif pada tahap pertama, yang kemudian diikuti oleh pengumpulan dan analisis data kuantitatif pada tahap kedua yang didasarkan pada hasil-hasil tahap pertama. Bobot/prioritas strategi ini lebih cenderung pada tahap pertama, dan proses pencampuran (*mixing*) antar kedua metode ini terjadi ketika peneliti menghubungkan antara analisis data kualitatif dan pengumpulan data kuantitatif.

Pada dasarnya strategi Eksploratoris Sekuensial bertujuan untuk menggunakan data dan hasil penelitian kuantitatif untuk membantu menjelaskan dan memperkuat hasil penemuan-penemuan kualitatif. Penelitian ini menggambarkan dan mengeksplorasi tentang penggunaan media sosial yang mempengaruhi partisipasi politik dalam Pemilihan Kepala Desa Padangan.

1.7.2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan dalam dua lokasi ruang publik, yaitu di ruang publik fisik dan ruang publik virtual. Untuk lokasi ruang publik fisik, penelitian akan dilakukan di Desa Padangan, Kecamatan Padangan, Kabupaten Bojonegoro yang merupakan salah satu desa yang melaksanakan pemilihan Kepala Desa Serentak. Adapun alasan peneliti memilih lokasi ini sebagai situs penelitian karena, *pertama*, pemilihan Kepala Desa Padangan diikuti oleh banyak Calon Kepala Desa yakni lima orang Calon Kepala Desa. *Kedua*, jumlah penduduk di Desa Padangan paling banyak Sekecamatan Padangan. *Ketiga*, Desa Padangan merupakan satu-satunya desa yang calon dan panitianya secara aktif menggunakan media sosial dalam Pilkades.

Selanjutnya, untuk lokasi ruang publik virtual, peneliti memilih untuk menggunakan media sosial. Media sosial dipilih sebagai lokasi ruang publik virtual karena digunakan oleh calon dan panitia Pilkades sebagai media penyelenggaraan Pemilihan Kepala Desa Padangan yang dapat diakses seluruh masyarakat.

1.7.3. Informan penelitian

Dalam penelitian ini teknik pemilihan informan menggunakan *purposive sampling*, yakni berdasar kriteria semua orang yang terlibat langsung dalam Pilkades Desa Padangan 2020, sebagai peserta (calon dan tim sukses), penyelenggara (panitia) dan pemilih. Sedangkan untuk teknik penentuan informan dari kalangan masyarakat pemilih menggunakan *incidental sampling* (kebetulan/insidental), yakni siapa saja yang kebetulan bertemu dan memenuhi kriteria sampel penelitian data digunakan sebagai informan. *Incidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok dengan sumber data (Sugiyono, 2013:138). Subyek penelitian dibagi menjadi dua yaitu Kelompok Informan Kualitatif dan Kelompok Informan Kuantitatif yang sudah diklasifikasikan berdasarkan tugas dan fungsi yang berkaitan dengan data yang dibutuhkan:

Tabel 1.3
Identitas Informan Kualitatif

No.	Informan Penelitian	Informasi Yang Dibutuhkan
1.	Zaenal Arifin,SE Calon Nomor Urut 1	Informasi kampanye yang dilakukan oleh Zaenal Arifin,SE dalam Pilkades Padangan.
2.	Yusuf Efendi Calon Nomor Urut 2	Informasi kampanye yang dilakukan oleh Yusuf Efendi dalam Pilkades Padangan.
3.	Zaenal Abidin Calon Nomor Urut 3	Informasi kampanye yang dilakukan oleh Zaenal Abidin dalam Pilkades Padangan.

No.	Informan Penelitian	Informasi Yang Dibutuhkan
4.	M.Syaiful Azwar Calon Nomor Urut 4	Informasi kampanye yang dilakukan oleh M.Syaiful Azwar dalam Pilkades Padangan.
5.	Kristianawati Calon Nomor Urut 5	Informasi kampanye yang dilakukan oleh Kristianawati dalam Pilkades Padangan.
6.	A'la Panitia Pilkades Padangan	Informasi sosialisasi yang dilakukan Panitia Pilkades Padangan untuk meningkatkan partisipasi pemilih.
7.	Widodo Panitia Pilkades Padangan	Informasi sosialisasi yang dilakukan Panitia Pilkades Padangan untuk meningkatkan partisipasi pemilih.
8.	Karsono Tim Sukses Nomor Urut 1	Informasi mengenai upaya tim sukses untuk memengakan Zaenal Arifin,SE dalam Pilkades
9.	Eni Sulisetyowati Tim Sukses Nomor Urut 2	Informasi mengenai upaya tim sukses untuk memengakan Yusuf Efendi dalam Pilkades
10.	Tri Heriyanto Tim Sukses Nomor Urut 3	Informasi mengenai upaya tim sukses untuk memengakan Zaenal Abidin dalam Pilkades
11.	Yuli Tetangga Nomor Urut 4	Informasi mengenai upaya tim sukses untuk memengakan M.Syaiful Azwar dalam Pilkades
12.	Tri Cahya Mulyani Tim Sukses Nomor Urut 5	Informasi mengenai upaya tim sukses untuk memengakan Kristianawati dalam Pilkades

1.7.4. Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiono, 2014). Populasi dalam penelitian ini adalah jumlah masyarakat pemilih dalam Pilkades Padangan Tahun 2020.

Sedangkan Sampel dalam penelitian ini adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Jika populasi ini besar maka tidak mungkin mempelajari seluruh bagian yang ada di populasi, karena keterbatasan dana, waktu dan tenaga maka penelitian dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi.

Besarnya jumlah sampel dalam penelitian ini ditentukan berdasarkan perhitungan dengan rumus Frank Lynch sebagai berikut (Irawan, 2006:250):

RUMUS BESARNYA SAMPEL (Frank Lynch)

$$n = \frac{NZ^2 \cdot p(1-p)}{Nd^2 + Z^2 \cdot p(1-p)}$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

Z = Nilai Variabel Normal

1. Nilai variabel normal (2,58) untuk tingkat kepercayaan 99%
2. Nilai variabel normal (1,96) untuk tingkat kepercayaan 95%
3. Nilai variabel normal (1,65) untuk tingkat kepercayaan 90%

p = harga patokan tertinggi (0,50)

d = sampling error

1. 0,01 untuk $Z = 2,58$

2. 0,05 untuk $Z = 1,96$

3. 0,10 untuk $Z = 1,65$

Adapun penentuan jumlah sampel berdasarkan jumlah masyarakat pemilih di Desa Padangan melalui Rumus Frank Lynch adalah sebagai berikut:

Diketahui :

$$N = 4.237$$

$$Z = 1,65 \text{ maka } d = 0,10$$

$$P = 0,50$$

Ditanya :

$$n = ?$$

$$\begin{aligned} \text{Jawab : } n &= \frac{NZ^2 \cdot p(1-p)}{Nd^2 + Z^2 \cdot p(1-p)} \\ &= \frac{4191(1,65)^2 \cdot 0,50(1-0,50)}{4191(0,10)^2 + (1,65)^2 \cdot 0,50(1-0,50)} \\ &= \frac{4191(2,7225) \cdot 0,5(0,5)}{4191(0,01) + (2,7225) \cdot 0,50(0,50)} \\ &= \frac{4191 \times 0,680625}{41,91 + 0,680625} \end{aligned}$$

$$= \frac{2.852,49938}{42,590625}$$

$$n = 66,9 = 67$$

Berdasarkan perhitungan dengan rumus Frank Lynch tersebut di atas, didapatkan hasil jumlah sampel warga yang memiliki hak pilih di Desa Padangan sebanyak 67 orang dan dibulatkan dalam puluhan terdekat menjadi 70 orang. Total sampel yang dijadikan sebagai sumber data di Desa Padangan dengan ketentuan merupakan penduduk yang memiliki hak pilih dalam Pemilihan Kepala Desa Padangan.

Berdasarkan teknik sampling kuota, maka terdapat pembagian kelompok pada wilayah Desa Padangan. Desa Padangan sendiri, terdiri dari 21 RT, berdasarkan data tersebut sebanyak 70 responden tersebut akan dibagi merata setiap kelompok wilayah. Sehingga, didapatkan jumlah (kuota) sampel yang harus diambil pada setiap kelompok wilayah tersebut sebanyak 2-6 responden tergantung banyak sedikitnya jumlah penduduk yang secara kebetulan/insidental bertemu. Setelah jumlah sampel diketahui, langkah selanjutnya adalah memilih jumlah sampel pada masing-masing RT yang berada di Desa Padangan:

Tabel 1.4

Pengambilan Sampel Acak Berdasarkan Area Sampling

No	Alamat	Frekuensi	Persentase (%)
1	RT.01	4	6%
2	RT.02	2	3%
3	RT.03	4	6%
4	RT.04	3	4%
5	RT.05	2	3%
6	RT.06	4	6%
7	RT.07	5	7%
8	RT.08	4	6%
9	RT.09	6	9%
10	RT.10	5	7%
11	RT.11	3	4%
12	RT.12	2	3%
13	RT.13	4	6%
14	RT.14	4	6%
15	RT.15	2	3%
16	RT.16	3	4%
17	RT.17	3	4%
18	RT.18	2	3%
19	RT.19	2	3%
20	RT.20	3	4%
21	RT.21	3	4%
Jumlah		70	100%

Sumber : Data Olahan Primer 2022

Berdasarkan Tabel 1.4 terlihat bahwa terlihat penyebaran jumlah responden berdasarkan wilayah tempat tinggal dari RT satu dengan yang lain tidak terpaut jauh, dengan jumlah responden terbanyak ada pada RT.09 dengan jumlah responden sebanyak 6 orang atau 9%. Sedangkan untuk penyebaran responden di RT lain dengan jumlah antara 2-5 orang atau 3-7%. Dari data tersebut dapat dikatakan jumlah responden antara wilayah RT satu dengan yang lain merata.

1.7.5. Identitas Responden

Identitas responden yang disajikan dalam penelitian ini adalah identitas yang diklasifikasikan berdasarkan jenis kelamin, usia dan pekerjaan. Responden yang terdapat pada penelitian ini adalah responden dari masyarakat pemilih yang ada di Desa Padangan yang berjumlah 70 orang.

Tabel 1.5
Presentase Responden Menurut Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
1	Laki-laki	35	50%
2	Perempuan	35	50%
Jumlah		70	100%

Sumber : Data Olahan Primer 2022

Berdasarkan Tabel 1.5 diperoleh hasil jumlah dan persentase responden berdasarkan jenis kelamin. Responden laki-laki sebanyak 35 orang dengan persentase 50% dan responden perempuan berjumlah 35 orang dengan persentase 50%. Dari data tersebut, terlihat bahwa jumlah responden laki-laki dan perempuan sama atau seimbang.

Tabel 1.6
Presentase Responden Menurut Kelompok Usia

No	Kelompok Usia	Frekuensi	Persentase (%)
1	17-21	5	7%
2	22-26	3	4%
3	27-31	8	11%
4	32-36	8	11%
5	37-41	7	10%
6	42-46	8	11%

No	Kelompok Usia	Frekuensi	Persentase (%)
7	47-51	6	9%
8	52-56	13	19%
9	57-61	7	10%
10	≥62	5	7%
Jumlah		70	100%

Sumber : Data Olahan Primer 2022

Berdasarkan Tabel 1.6 terlihat hasil persentase responden menurut kelompok usia pada saat Pilkada Padangan berlangsung sebagian besar berada pada kelompok usia 52-56 tahun yaitu sebanyak 19% atau berjumlah 13 responden. Sedangkan kelompok usia paling sedikit berada pada kelompok usia 22-26 tahun yaitu sebanyak 4% atau berjumlah 3 responden.

Tabel 1.7
Presentase Responden Menurut Pekerjaan

No	Pekerjaan	Frekuensi	Persentase (%)
1	PNS/TNI/POLRI	3	4%
2	Wiraswasta	22	31%
3	Pedagang	16	23%
4	Petani	2	3%
5	Pensiunan	3	4%
6	Supir	2	3%
7	BUMN/BUMD	2	3%
8	Mahasiswa	1	1%
9	Ibu Rumah Tangga	16	23%
10	Belum Bekerja	3	4%
Jumlah		70	100%

Sumber : Data Olahan Primer 2022

Berdasarkan Tabel 1.7 terlihat bahwa kelompok mata pencaharian paling banyak adalah wiraswasta dengan jumlah sebanyak 22 responden atau sebesar 31%. Sedangkan kelompok mata pencaharian paling sedikit yaitu mahasiswa sebanyak 1 responden atau sebesar 1%.

1.7.6. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data (Sugiono, 2013:137). Pengumpulan data akan dilakukan dengan menggunakan 2 (dua) cara, yaitu:

1. Wawancara

Pada penelitian kali ini wawancara dilakukan dengan berpedoman pada pedoman pertanyaan yang sudah disiapkan (wawancara terstruktur) kepada informan pemilih dan wawancara tidak terstruktur kepada informan Calon Kades, Tim Sukses dan Panitia Pilkades (Sugiono, 2013:138-142).

2. Pengamatan (Observasi)

Pengamatan (Observasi) adalah metode pengumpulan data dimana peneliti atau kolaboratornya mencatat informasi sebagaimana yang mereka saksikan selama penelitian. Penyaksian terhadap peristiwa-peristiwa itu bisa dengan melihat, mendengarkan, merasakan, yang kemudian dicatat seobyektif mungkin (Sugiono, 2013:145).

Observasi atau pengamatan dilakukan dengan mengakses media sosial yang digunakan oleh Calon Kepala Desa, Panitia Pilkades maupun masyarakat dalam pelaksanaan Pilkades Desa Padangan 2020. Observasi dilakukan untuk melihat seberapa jauh penggunaan media sosial dalam Pilkades Desa Padangan 2020.

Sumber data primer, dalam penelitian kali ini hasil wawancara dan pengamatan. Sedangkan sumber data sekunder, dalam penelitian ini berupa dokumen-dokumen terkait Pilkades Desa Padangan agar diperoleh data-data tambahan untuk mendukung proses penelitian. Selain itu, peneliti juga menggunakan jurnal, artikel, buku, majalah, laporan penelitian, arsip-arsip Pilkades dan lain sebagainya. Foto pelaksanaan Pilkades juga akan digunakan guna membantu dalam memberikan gambaran pelaksanaan Pilkades.

1.7.7. Metode Analisis Data

Dalam penelitian ini menggunakan dua proses metode analisis data, yaitu analisis data kualitatif dan analisis data kuantitatif:

1. Analisis Data Kualitatif

Dalam penelitian ini, Peneliti memilih menganalisis data menggunakan model analisis Miles dan Huberman. Berikut merupakan langkah-langkah analisis data model analisis Miles dan Huberman:

a. Reduksi Data (*data reduction*)

Mereduksi data dapat diartikan sebagai langkah merangkum, memilah dan memilih data yang telah didapat pada saat proses pengumpulan data. Hal tersebut karena tidak semua data yang diperoleh memiliki relevansi terhadap objek penelitian sehingga peneliti harus cermat dalam menentukan data mana saja yang akan disajikan kemudian. Dalam mereduksi data, peneliti dapat mengacu pada tujuan yang akan dicapai, sehingga data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas.

b. Penyajian Data (*data display*)

Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian deskriptif. Melalui penyajian data tersebut maka data terorganisasikan, tersusun dalam pola hubungan sehingga akan mudah dipahami. Adanya penyajian data yang sistematis akan membantu peneliti dalam melakukan analisis data yang diperoleh dalam kegiatan penelitian

c. Penarikan Kesimpulan/Verifikasi

Langkah yang terakhir adalah penarikan kesimpulan dan melakukan verifikasi. Baik dari segi makna maupun kebenaran kesimpulan yang disepakati oleh subjek tempat penelitian dilaksanakan.

2. Analisis Data Kuantitatif

Analisis data kuantitatif dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif statistik deskriptif. Kegiatan analisis data dimulai dari:

1. Pengolahan data yang dilakukan dengan cara pengeditan data, coding dan transformasi data
2. Penyajian data dilakukan dalam bentuk tabel sampel berdasarkan area sampling untuk dapat memberikan data tingkat partisipasi serta alasan yang mempengaruhi pemilih untuk berpartisipasi dan menentukan pilihannya dalam Pilkada Padang
3. Analisis data, dilakukan dengan cara analisis statistik deskriptif. Jadi Penulis mengungkapkan dan mendeskripsikan persepsi masyarakat dalam memahami fenomena media sosial dalam Pilkada Padang tahun 2020.

1.7.8. Uji Validasi Data

Validasi data merupakan suatu prosedur untuk memeriksa keabsahan dari suatu data supaya analisis data penelitian dan penarikan simpulan dilandasi kebenaran, sebab berasal dari data yang sudah teruji keabsahannya. Dalam penelitian ini metode validitas data, strategi yang akan digunakan peneliti adalah Strategi Eksploratoris Sekueansial. Menurut Creswell (2014:317) bahwa:

Strategi Eksploratoris Sekuensial melibatkan pengumpulan dan analisis data kualitatif pada tahap pertama, yang kemudian diikuti oleh pengumpulan dan analisis data kuantitatif pada tahap kedua yang didasarkan pada hasil-hasil tahap pertama. Bobot/prioritas strategi ini lebih cenderung pada tahap

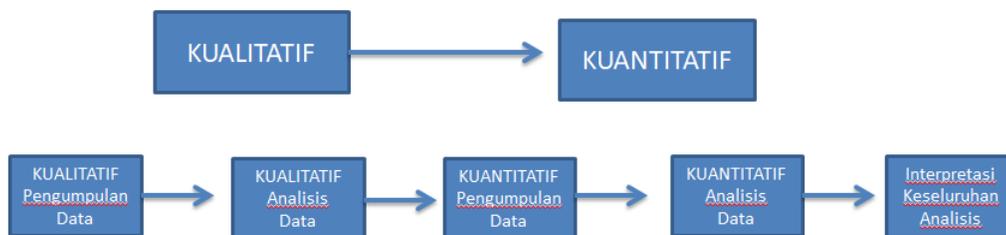
pertama, dan proses pencampuran (*mixing*) antar kedua metode ini terjadi ketika peneliti menghubungkan antara analisis data kualitatif dan pengumpulan data kuantitatif.

Dengan menggunakan strategi Eksploratoris Sekueansial, kekuatan data akan lebih meningkat bila dibandingkan hanya dengan satu pendekatan. Peneliti menggunakan strategi ini dengan tujuan agar dapat menggunakan data dan hasil kuantitatif untuk membantu menafsirkan penemuan-penemuan kualitatif. Menurut Morgan dalam Creswell (2014:h.317) juga menjelaskan bahwa:

Strategi eksploratoris sekuensial cocok digunakan untuk menguji elemen-elemen dari suatu teori yang dihasilkan dari tahap kualitatif. Lebih dari itu, strategi ini juga dapat digunakan untuk melakukan generalisasi atas penemuan-penemuan kualitatif pada sampel-sampel yang berbeda.

Adapun tahapan penggunaan strategi ini dapat dilihat pada gambar berikut:

Gambar 1.2
Strategi Eksploratoris Sekuensial



Sumber : Creswell (2014:314)

Berikut langkah-langkah metode validitas data menggunakan strategi Eksploratif Sekuensial yang akan ditempuh peneliti:

- a. Mengumpulkan data kualitatif dengan melakukan wawancara kepada informan
- b. Menganalisis data kualitatif (data hasil wawancara)
- c. Mengumpulkan data Kuantitatif dengan melakukan wawancara terstruktur/survei
- d. Menganalisis data kuantitatif (data hasil wawancara terstruktur)
- e. Interpretasi keseluruhan analisis