

## **BAB IV**

### **DAMPAK PARTISIPASI ONLINE DALAM PEMILIHAN KEPALA DESA PADANGAN**

Bab ini menjelaskan bagaimana dampak partisipasi politik online terhadap partisipasi offline dalam Pemilihan Kepala Desa Padangan Tahun 2020, berdasarkan data yang diperoleh dari bab-bab sebelumnya

#### **4.1. Partisipasi Online Dalam Pilkades Padangan**

Sebagai sarana partisipasi politik, penggunaan media sosial dalam Pilkades Padangan Tahun 2020, apabila dilihat berdasarkan dari subjek pengguna media sosial, partisipasi politik dalam Pilkades Desa Padangan dibagi menjadi tiga yaitu partisipasi politik online calon kepala desa, partisipasi politik online panitia pemilihan kepala desa dan partisipasi politik online masyarakat pemilih.

##### **4.1.1. Partisipasi Politik Online Calon Kepala Desa Padangan**

Semua kandidat yang maju dalam Pilkades Padangan Tahun 2020 memanfaatkan media sosial. Namun tidak seluruhnya percaya pada kekuatan media sosial untuk menjadi faktor penentu kemenangan. Bahkan sebagian besar dari mereka justru tidak menyadari kekuatan dari media sosial. Hal tersebut dapat dilihat dari kemandirian/inisiatif kandidat dalam melakukan kampanye online. Sebagai sarana kampanye, media sosial pada Pilkades Padangan Tahun

2020 melalui dua model, yaitu kampanye online yang difasilitasi dan kampanye online mandiri.

Pertama, Kampanye online yang difasilitasi, dalam pelaksanaan kampanye online ini difasilitasi oleh Panitia Pilkades Padangan. Kampanye ini dilakukan oleh seluruh kandidat yang berkompetisi dalam Pilkades Padangan Tahun 2020. Seluruh kandidat yang berkompetisi dari Zaenal Arifin SE, Yusuf Efendi, Zaenal Abidin, M.Yusuf Aswar hingga Kristianawati sama-sama dapat melakukan kampanye online dengan fasilitas yang disediakan oleh Panitia Pilkades Padangan. Panitia Pilkades memanfaatkan media sosial YouTube sebagai sarana kampanye online yang dimanfaatkan oleh seluruh kandidat. Pelaksanaan kampanye online disiarkan secara live oleh channel YouTube Padangan TV dengan judul “Kampanye Terbuka Pemilihan Kepala Desa Padangan 2020”. Video dengan durasi 3 jam 8 menit 48 detik tersebut hingga saat ini telah ditonton sebanyak 5,6 ribu kali. Video tersebut memperlihatkan secara *real* proses pelaksanaan kampanye Pilkades Padangan. Masing-masing calon menyampaikan visi, misi dan janji politiknya. Masyarakat pemilih maupun tim sukses dapat menyampaikan aspirasinya dan bertukar pikiran satu sama lain melalui kolom komentar. Berdasarkan model partisipasi politik menggunakan media sosial, partisipasi politik dibagi menjadi 2 (dua) antara lain: Pertama, partisipasi politik personal yaitu partisipasi politik yang dilakukan dengan cara bergabung ke dalam akun-akun media sosial yang terkait

dengan calon yang didukung. Kedua, Partisipasi politik komunal yaitu partisipasi politik yang dilakukan secara bersama-sama (komunal) untuk kepentingan mengekspresikan, menyosialisasikan, atau menggalang dukungan bagi calon yang didukung (Andriadi, 2017:198-220). Jadi, kampanye online calon kepala desa Padangan yang difasilitasi oleh panitia Pilkades Padangan dapat dikategorikan sebagai partisipasi politik personal, dimana partisipasi politik personal yang dilakukan calon kepala desa yaitu dengan melakukan kampanye online dengan cara bergabung dengan akun komunal milik Panitia Pilkades yaitu YouTube Padangan TV. Adapun partisipasi politik personal yang dilakukan oleh calon kepala Desa Padangan yaitu turut serta bergabung dalam akun resmi media sosial panitia Pilkades Desa Padangan (Padangan TV) untuk melakukan kampanye online. Kampanye online diikuti oleh seluruh calon kepala desa dengan menyampaikan kampanye (program, visi dan misi) untuk menarik hati pemilih. hal tersebut dilakukan secara bergantian berdasarkan nomor urut dan seluruh kampanye calon kepala desa dirangkum di dalam media sosial panitia Pilkades Desa Padangan.

Selain itu, ada juga kampanye online yang difasilitasi oleh tim sukses. Salah satunya yang kampanye online yang dilakukan oleh Zenal Abidin, kampanye online yang dilakukan oleh Zaenal Abidin dapat dikategorikan sebagai partisipasi politik menggunakan media sosial secara personal. Walaupun berdasarkan hasil wawancara dengan Zaenal Abidin pada tanggal 21

Maret 2022 mengatakan bahwa tidak memahami media sosial, namun atas inisiatifnya Zenal Abidin meminta tim suksesnya untuk membuat konten kampanye online. Adapun model partisipasi politik dalam media sosial secara personal yang dilakukan Zaenal Abidin yaitu memberikan informasi serta ide kepada tim sukses mengenai visi, misi, dan bentuk promosi yang disuguhkan dalam konten kampanye online yang dibuat oleh tim sukses.

Sedangkan partisipasi politik melalui media sosial yang dilakukan oleh tim sukses Zaenal Abidin dikategorikan kedalam partisipasi politik melalui media sosial yang dilakukan secara komunal. Walaupun akun yang digunakan oleh tim sukses Zaenal Abidin merupakan akun pribadi, namun video, gambar, audio dan konten kreatif lainnya dibuat secara bersama-sama (komunal) atas diskusi Zaenal Abidin bersama tim.

Namun, tidak semua calon melakukan kampanye tahu bahwa tim suksesnya telah melaksanakan kampanye online. Hal ini terjadi pada calon Yusuf Efendi dan Kristianawati. Tim sukses dari Yusuf Efendi berinisiatif melakukan kampanye online yang dilakukan melalui media sosial Facebook. Berdasarkan uraian bagaimana tim sukses melakukan kampanye sebagaimana telah dijelaskan pada bab sebelumnya, sehingga dapat disimpulkan pola partisipasi yang dilakukan oleh tim sukses Yusuf Efendi dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.1**  
**Pola Partisipasi dan Pola Tindakan di Media Sosial Tim Sukses Yusuf Efendi**

No.	Pola Partisipasi	Pola Tindakan di Media Sosial
1	Mengekspresikan preferensi politiknya	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Menulis status yang menunjukkan dukungannya kepada Yusuf Efendi</li> <li>- Menggunakan foto Yusuf Efendi yang mengindikasikan preferensi politiknya</li> </ul>
2	Mengampanyekan (mempromosikan) kandidat tertentu	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Menulis status yang menunjukkan alasan memilih Yusuf Efendi.</li> <li>- Menyebarkan foto bercitra positif dari Yusuf Efendi.</li> </ul>
3	Menggalang dukungan publik (mengajak pemilih lain)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Berkomunikasi dengan netizen lain dalam rangka mengajaknya memilih Yusuf Efendi</li> </ul>

*Sumber: Data Olahan Primer, 2022*

Sedangkan untuk Tim Sukses Kristianawati, pada saat proses kampanye online disiarkan secara live, kerap kali menyampaikan pertanyaan serta kritikan kepada lawan calon Kades Kristianawati melalui kolom komentar. Tim sukses Kristianawati aktif dalam penggunaan media sosial YouTube pada saat masa kampanye maupun setelah perhitungan suara Pilkadaes Padangan. Hal tersebut terlihat pada unggahan salah satu Tim Sukses dari Kristianawati yaitu dengan akun “sugianto anto padangan bojonegoro”, akun tersebut aktif mengupload kegiatan kampanye tim sukses Kristianawati, hasil perhitungan suara dari Kristianawati sambil menunjukkan dukungannya kepada Kristianawati. Akun tersebut juga mengabadikan video detik-detik Kristianawati terpilih sebagai Kepala Desa Padangan. Dari penjelasan tersebut, dapat disimpulkan pola

partisipasi yang dilakukan oleh tim sukses Kristianawati dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.2**  
**Pola Partisipasi dan Pola Tindakan di Media Sosial Tim Sukses Kristianawati**

No.	Pola Partisipasi	Pola Tindakan di Media Sosial
1	Mengekspresikan preferensi politiknya	- Mengunggah video perhitungan suara sambil melambaikan kelima jari dan menerikan nomor urut lima sebagai bentuk dukungan kepada Kristianawati yang mengindikasikan preferensi politiknya
2	Mengampanyekan (mempromosikan) kandidat tertentu	- Mengupload video kemenangan Kristianawati se usai perhitungan suara
3	Mengalang dukungan publik (mengajak pemilih lain)	- Mengunggah video ajakan untuk mendukung nomor urut 5 (Kristianawati) yang disertai dengan kegiatan tim sukses - Berkomunikasi dengan netizen sambil memberi kritikan dan mengajukan pertanyaan kepada lawan politik Kristianawati melalui kolom komentar saat kampanye Pilkades Padangan berlangsung (untuk mempengaruhi pemilih lain)

*Sumber: Data Olahan Primer, 2022*

Jadi, pada Pilkades Padangan Tahun 2020, ada tiga pola / model penggunaan media sosial sebagai sarana baru dalam berpartisipasi politik. Hal tersebut sesuai dengan pandangan Pippa Norris mengenai penggunaan media sosial sebagai sarana partisipasi politik warga negara yang terdiri dari tiga sifat

yaitu informatif, interaktif dan partisipatoris. Untuk model partisipasi politik yang digunakan oleh tim sukses dari Yusuf Efendi maupun Kristianawati melalui media sosial dapat dikategorikan sebagai partisipasi politik secara personal. Adapun partisipasi politik secara personal yang dilakukan oleh Tim Sukses Yusuf Efendi dan Kristianawati, antara lain:

Pertama, turut serta mengkampanyekan dan mensosialisasikan calon Kades yang didukung melalui foto digital, video digital melalui media sosial dengan menggunakan akun pribadinya. Akun “Papanya Aditya” merupakan salah satu relawan Yusuf Efendi yang melalui akun facebooknya, secara aktif mensosialisasikan Yusuf Efendi. Melalui akunnya, ia menginformasikan kelebihan-kelebihan yang dimiliki oleh Yusuf Efendi sehingga layak untuk dipilih sebagai Kepala Desa Padangan. Komentar yang masuk pada status yang dibuat sebagai tanda dukungan, selalu direspon sebagai bentuk komunikasi antar netizen. Kemudian, untuk relawan Kristianawati yakni akun “sugianto anto padangan bojonegoro” secara aktif membuat video dukungan kepada Kristianawati melalui media sosial YouTube. Melalui akun YouTubenya, ia membuat video dengan judul “kampanye desa padangan”, “Lurah Padangan 2020”, “pemenang pilkades padangan” sebagai bentuk dukungannya kepada Kristianawati.

Kedua, melakukan pengawasan pelaksanaan Pilkades secara online melalui media sosial. Relawan Kristianawati yakni akun “sugianto anto

padangan bojonegoro” secara aktif melakukan pemantauan perhitungan suara secara online, hal ini terlihat pada unggahan videonya “Perhitungan Pilkades padangan TPS 1”, dalam video tersebut terlihat, pemilik akun tersebut melakukan pemantauan dan mengawal perhitungan suara dari Kristianawati.

Ketiga, menjadi relawan kampanye media sosial. langkah ini dilakukan dengan berbagai cara, misalnya bergabung dalam obrolan pada kolom komentar YouTube pada saat pelaksanaan kampanye Pilkades berlangsung. Hal tersebut dilakukan oleh salah satu tim sukses kristianawati dengan akun “sugianto anto padangan bojonegoro”, akun tersebut secara aktif memberikan kritikan dan pertanyaan kepada calon kepala desa pertahana. Menariknya, akun tersebut seakan menyerang calon kepala desa pertahana. Akun tersebut tidak segan-segan mengatakan bahwa mantan kepala desa “anti kritik”. Hal tersebut tersurat dalam komentar:

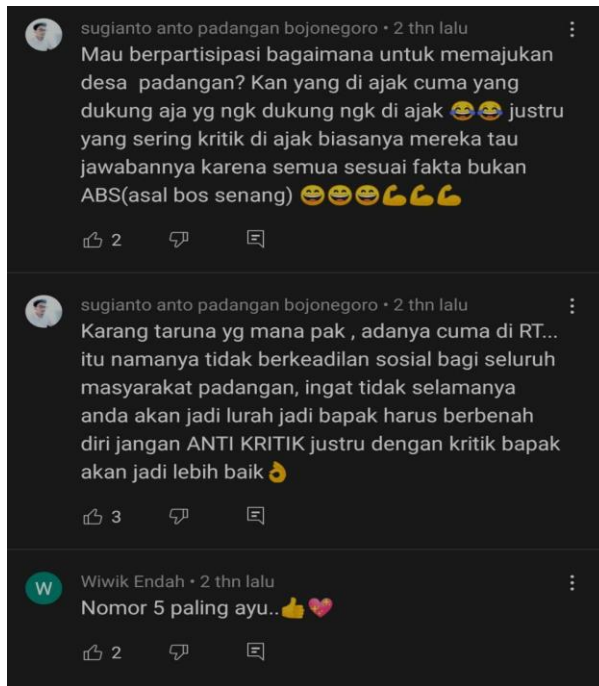
“....., adanya cuma di RT... itu namanya tidak berkeadilan sosial bagi seluruh rakyat padangan, ingat tidak selamanya anda menjadi lurah jadi bapak harus berbenah diri jangan ANTI KRITIK justru dengan kritik bapak jadi lebih baik (Kometar sugianto anto padangan bojonegoro pada video kampanye terbuka pemilihan kepala desa padangan 2020: 2020)”

Selain itu ada beberapa komentar lain yang disampaikan akun tersebut seperti mengkritik kinerja dari Calon Pertahana, kalimat sindiran dan mengajukan beberapa pertanyaan terkait kinerja dari calon pertahana. Adapun beberapa komentar yang disampaikan oleh tim sukses dari Kristianawati dapat dilihat pada gambar berikut.



### Gambar 4.1

#### Komentar Tim Sukses Kristianawati di Kolom Komentar Youtube



Sumber: YouTube Padangan TV, 2020

Kemudian, selain kampanye online yang difasilitasi, terdapat kampanye online mandiri yaitu kampanye online yang dilakukan oleh kandidat atas kesadaran diri sendiri dari calon. Kampanye online mandiri ini dilakukan dilakukan oleh Zaenal Abidin dan Kristianawati. Berdasarkan penjelasan pada bab sebelumnya Zaenal Abidin dengan inisiatif pribadinya memilih YouTube sabagi sarana kampanye online. Sedangkan Kristianawati memilih WhatsApp sebagai sarana kampanye online mandiri.

#### **4.1.2. Partisipasi Politik Online Panitia Pemilihan Kepala Desa Padangan**

Perubahan sosial, budaya dan politik masyarakat dari waktu ke waktu mengalami perubahan. Perubahan teknologi yang pesat membawa masyarakat untuk hanyut dalam perubahan tersebut. Media sosial yang dulu hanya dikenal di kalangan masyarakat perkotaan kini merambah hingga tingkatan paling bawah yakni desa. Perubahan tersebut ternyata sudah mulai disadari oleh Panitia Pilkades Padangan. Degradasi partisipasi politik, ditengah modernisasi Desa Padangan, membuat Panitia Pilkades Padangan memutar otak agar semangat partisipasi politik dalam Pilkades Padangan tak kunjung padam. Salah satu upaya yang dilakukan oleh Panitia Pilkades yaitu dengan sosialisasi online. Berdasarkan temuan pada penelitian ini, apa yang selama ini dilakukan oleh Panitia Pilkades dalam pelaksanaan sosialisasi online dapat dikategorikan sebagai partisipasi politik komunal. Adapun partisipasi politik komunal yang dilakukan oleh Panitia Pilkades Padangan untuk menyukseskan Pilkades Padangan Tahun 2020, antara lain sebagai berikut:

Pertama, Secara komunal membuat grub di media sosial untuk melakukan sosialisasi Pilkades Padangan. Dalam hal ini Panitia Pilkades membuat grub WhatsApp untuk berkomunikasi dengan RT untuk membahas upaya menyukseskan sosialisasi Pilkades. Selanjutnya, chaneel YouTube Padangan TV untuk digunakan untuk melakukan sosialisasi secara umum kepada seluruh masyarakat pemilih di Desa Padangan.

Kedua, secara komunal menyosialisasikan proses Pilkades Desa Padangan. Akun komunal yang telah dibuat yaitu chaneel YouTube Padangan TV oleh Panitia Pilkades juga dimanfaatkan secara komunal untuk menyalurkan aspirasi bagi masyarakat pemilih maupun tim sukses melalui kolom komentar. Sebab, sesuai karakter kampanye digital, partisipasi tidak hanya datang dari tokoh maupu elit saja, melainkan juga dari warga pengguna media sosial (nitizen) yang bergabung dalam akun-akun komunal sehingga hasil komunikasi antar nitizen itu menghasilkan suatu partisipasi politik.

Ketiga, secara komunal (Panitia Pilkades Padangan) membuat video, gambar dan karya kreatif lainnya untuk dijadikan sebagai materi sosialisasi yang disebarakan melalui media sosial, khususnya melalui akun komunal yakni akun YouTube Padangan TV. Sebab, berdasarkan hasil wawancara dengan Panitia Pilkades Padangan pada tanggal 27 Maret 2022 bahwa panitia memilih YouTube sebagai sarana sosialisasi online karena mereka ingin masyarakat pemilih lebih menyukai penyampaian pesan (sosialisasi) secara audio dan visual. Sehingga sosialisasi yang disampaikan oleh Panitia Pikades lebih dapat dipahami, diterima dan disukai oleh nitizen. Terlebih lagi, melalui YouTube dapat melakukan siaran langsung dalam waktu yang sangat lama dan dokumentasi lebih aman. Dengan pertimbangan tersebut YouTube digunakan Panitia Pilkades sebagai sarana dokumentasi dan pertanggung jawaban dari kinerja Panitia Pilkades Padangan. Selain itu, pertimbangan lain Panitia

Pilkades memilih YouTube karena fitur kolom komentar memungkinkan seluruh netizen menyampaikan pendapat, pertanyaan, kritikan kepada calon kepala desa, panitia pilkades maupun dengan netizen lain yang bergabung dalam obrolan pada kolom komentar.

#### **4.1.3. Partisipasi Politik Online Masyarakat Pemilih di Desa Padangan**

Perubahan teknologi di era digitalisasi, saat ini sedikit demi sedikit merubah cara pandang, cara bersikap dan bertindak dari sebagian besar masyarakat diseluruh belahan dunia, tak terkecuali bagaimana masyarakat Desa Padangan dalam berpartisipasi politik. Partisipasi politik yang dulunya hanya diketahui oleh masyarakat dengan cara-cara konvensional, saat ini mulai beralih ke dalam bentuk digital. Adapun partisipasi online yang dilakukan oleh masyarakat pemilih, sebagaimana telah dijelaskan pada bab sebelumnya, dapat dikategorikan kedalam partisipasi politik online melalui media sosial secara personal. Adapun partisipasi politik online secara personal yang dilakukan oleh masyarakat pemilih antara lain:

Pertama, secara personal bergabung dalam akun komunal yang dibuat oleh panitia maupun calon kepala desa. Hal ini dilakukan oleh masyarakat pemilih dengan kesadaran sendiri. Masyarakat pemilih secara personal bergabung ke dalam akun yang dibuat oleh panitia maupun calon kepala desa pada suatu media sosial. Media Sosial tersebut dapat berupa facebook,

YouTube, ataupun WhatsApp yang digunakan sebagai sarana sosialisasi maupun kampanye.

Kedua, secara personal turut berpartisipasi melalui media sosial. Setelah bergabung dalam suatu akun, masyarakat pemilih melakukan berbagai kegiatan politik didalamnya seperti memberi komentar berupa dukungan, kritik, masukan, berbagi link dan aktifitas politik online lain.

#### **4.2. Dampak Partisipasi Politik Online Dalam Pemilihan Kepala Desa Padangan**

Setelah mengetahui berbagai bentuk partisipasi politik online dalam Pilkades Desa Padangan, dalam sub bab ini juga membahas bagaimana dampak partisipasi politik online (kampanye online dan sosialisasi online) yang dilakukan oleh Calon kepala desa maupun panitia Pilkades Desa Padangan terhadap partisipasi offline di Desa Padangan. Pada bab sebelumnya telah dijelaskan bagaimana bentuk partisipasi politik yang dilakukan oleh setiap subjek yang terlibat dalam Pilkades Padangan. Adapun dampak dari adanya partisipasi politik online yang dilakukan oleh calon kepala desa, panitia pemilihan kepala desa dan masyarakat pemilih dalam pilkades antara lain sebagai berikut:

Pertama, Dampak partisipasi Online yang dilakukan oleh calon kepala desa melalui kampanye politik online yaitu mempengaruhi masyarakat dalam menentukan calon yang akan dipilih. Berdasarkan data pengetahuan masyarakat mengenai kampanye online yang dilakukan oleh calon kepala desa sebesar 30% menyatakan tahu kampanye online yang dilakukan calon kepala desa dan sebesar 70% menyatakan tidak tahu

kampanye yang dilakukan calon kepala desa. Dari 30% masyarakat yang mengetahui kampanye yang dilakukan oleh calon kepala desa, sebesar 24% responden menyatakan tertarik memilih calon yang melakukan kampanye online dan sebesar 6% tidak tertarik memilih calon yang melakukan kampanye online. Dari data tersebut terlihat bahwa masyarakat yang tidak tahu mengenai kampanye online yang dilakukan oleh calon kepala desa lebih banyak jika dibandingkan dengan masyarakat yang tahu mengenai kampanye online yang dilakukan oleh calon kepala desa. Namun, apabila diteliti kembali, jumlah masyarakat yang tertarik untuk memilih calon yang melakukan kampanye online jauh lebih besar. Hal tersebut menunjukkan bahwa, kampanye online yang dilakukan oleh calon kepala desa mampu merubah pilihan dari masyarakat pemilih di Desa Padangan. Melalui kampanye online masyarakat lebih tahu mengenai visi misi, kualitas kampanye yang calon serta lebih mengedukasi masyarakat dalam menentukan pilihan politiknya.

Kedua, Dampak adanya partisipasi politik online berupa sosialisasi online yang dilakukan oleh panitia pemilihan kepala desa padangan yaitu mampu meningkatkan partisipasi offline dalam pilkades desa padangan tahun 2020. Apabila dilihat dari jumlah partisipasi politik desa padangan di tahun 2014, sebesar 73,84% dan di tahun 2020 meningkat menjadi 77,86%. Kemudian, apabila dilihat dari partisipasi memilih masyarakat Desa Padangan, dari seluruh responden sebanyak 91% responden memilih dalam Pilkades Desa Padangan. Sedangkan sisanya 9% tidak memilih. Apabila diteliti kembali data partisipasi memilih sebanyak 91% tersebut masih bercampur antara

partisipasi memilih dari masyarakat yang menggunakan media sosial dan masyarakat yang tidak menggunakan media sosial. Dari 91% responden atau sebanyak yang ikut memilih, sebesar 71% ikut memilih dan menggunakan media sosial. Serta 20% merupakan masyarakat yang memilih, namun tidak menggunakan media sosial. Sedangkan untuk 9% dari masyarakat yang tidak memilih, terdiri dari 1% masyarakat yang tidak memilih dan tidak menggunakan media sosial. Serta 8% menggunakan media sosial namun tidak memilih.

**Gambar 4.2**



*Sumber: Data Olahan Primer, 2022*

Dari tabel tersebut terlihat partisipasi masyarakat yang menggunakan media sosial dan ikut memilih dalam Pilkadaes jauh lebih besar dibanding dengan masyarakat pemilih yang tidak menggunakan media sosial dan tidak ikut memilih. Sehingga dapat diartikan bahwa, penggunaan media sosial dalam partisipasi online mampu meingkatkan partisipasi memilih masyarakat dalam Pilkadaes Desa Padangan.

Ketiga, Dampak Partisipasi Online yang dilakukan oleh masyarakat pemilih dalam pilkades desa padangan berupa menyaksikan jalannya pilkades melalui YouTube, like, comment, subscribe dan share yaitu masyarakat pemilih dapat berpartisipasi dan berinteraksi dalam proses pemilihan kepala tanpa mengenal jarak dan waktu. Hal tersebut terbukti dengan banyaknya masyarakat yang berinteraksi satu sama lain dalam obrolan di media sosial yang digunakan Panitia Pilkades maupun calon kepala desa pada saat Pilkades berlangsung. Partisipasi politik online juga dilakukan dengan banyaknya masyarakat yang ikut serta untuk menyaksikan pilkades melalui media sosial, ikut serta melakukan aktivitas dalam media sosial seperti like, comment, subscribe dan berbagi link mengenai Pilkades Desa Padangan. Masyarakat pemilih yang awalnya tidak tahu bagaimana jalannya pilkades Desa Padangan, melalui link yang dibagikan oleh sesama masyarakat pemilih, mampu mengajak masyarakat yang lain untuk ikut berpartisipasi dalam Pilkades Desa Padangan. Selanjutnya, berdasarkan data mengenai urgensi penggunaan media sosial yang sudah dijelaskan pada bab sebelumnya, dalam pilkades 54% menyatakan bahwa media sosial diperlukan dalam Pilkades. Sedangkan sebesar 46% media sosial tidak diperlukan dalam Pilkades. Jumlah masyarakat yang menyatakan media sosial dalam pilkades diperlukan jauh lebih banyak jika dibandingkan yang menjawab tidak perlu. Hal tersebut menunjukkan bahwa media sosial dalam Pilkades saat ini mulai dianggap perlu bagi sebagian besar masyarakat pemilih di Desa Padangan. Sehingga, partisipasi politik online dimungkinkan dapat dilangsungkan kembali pada Pilkades Padangan pada periode berikutnya.



Dari penjelasan diatas menunjukkan bahwa media sosial dalam Pilkades Desa Padangan masih dapat diterima oleh masyarakat. Walaupun, pengaruh dampak partisipasi politik online dalam Pilkades terhadap partisipasi memilih masyarakat tidak terlalu berpengaruh secara signifikan. Namun, peran media sosial yang memiliki watak informatif, interaktif dan partisipatoris dalam Pilkades Desa Padangan sudah mulai diterapkan. Watak informatif media sosial dalam pilkades terbukti dengan banyaknya masyarakat yang mengetahui mengenai kampanye dan sosialisasi online Pilkades Padangan, melalui media sosial masyarakat lebih tahu mengenai visi misi, proses pilkades secara lebih rinci dan lebih teredukasi. Watak interaktif, terbukti dengan banyaknya masyarakat yang berinteraksi satu sama lain dalam obrolan dalam media sosial yang digunakan Panitia Pilkades maupun calon kepala desa pada saat Pilkades berlangsung. Watak parsipatoris, terbukti dengan banyaknya masyarakat yang ikut serta untuk menyaksikan pilkades melalui media sosial, ikut serta melakukan aktivitas dalam media sosial seperti like, comment, subscribe dan berbagi link mengenai Pilkades Desa Padangan.