

PERAN PARTAI POLITIK DALAM ERA DIGITAL: TRANSFORMASI KAMPANYE KONVENSIONAL KE DIGITAL

Rasji, Alexander Danelo Putra Wibowo, Willion Lim, Steven Angkasa

Universitas Tarumanagara, Indonesia

*Corresponding Author:
Rasji

Abstract

Political parties in Indonesia are institutions that play an important role in influencing and intervening in government policy, where their existence is an instrument for shaping culture and political attitudes in society, acting as a liaison between those who govern and those who are ordered, namely mapping information from the community to be distributed to other parties. control and vice versa from the authorities to the community. The emergence of social media and other digital platforms has provided new ways for political parties to interact with society, especially the younger generation. However, many things are happening, namely how political parties move from conventional campaigns in the form of banners to digital campaigns in the form of social media, online advertisements and whether social media increases people's political participation or creates false involvement. This paper uses normative legal research or literature review as a process to find legal rules, legal principles and legal doctrines to answer the legal issues faced. In this period of transition from conventional to digital campaigns, it is an unavoidable trend in the world of modern politics. Although there are challenges in implementation, digital campaigns offer great opportunities for political parties to reach voters more effectively and efficiently. Therefore, it is hoped that this research can make a positive contribution to a better understanding of the role of social media in political dynamics, as well as provide recommendations for political parties, policy makers and society in general.

Keywords: Political Party; Government; Campaign

PENDAHULUAN

Hadirnya partai politik di Indonesia merupakan institusi yang berperan penting dalam memengaruhi dan mengintervensi kebijakan pemerintah yang keberadaannya menjadi instrumen untuk membentuk budaya dan sikap politik di masyarakat. Perkembangan teknologi digital telah mengubah lanskap politik secara signifikan. Munculnya media sosial dan platform digital lainnya telah memberikan cara baru bagi partai politik untuk berinteraksi dengan masyarakat, khususnya generasi muda. Jika pada masa lalu kampanye politik identik dengan pertemuan langsung secara *door to door*, spanduk, poster, dan lain-lain, kini partai politik berlomba-lomba memanfaatkan potensi media sosial untuk menjangkau pemilih yang lebih luas dan personal.¹ Dalam pemanfaatan media sosial, tentu terdapat beberapa hal yang mendorong implementasi dari penggunaan media sosial itu sendiri. Salah satunya tentu dari segi biaya, kampanye secara digital terlihat lebih menghemat biaya dibandingkan kampanye secara konvensional. Mengingat fitur iklan (*ads*) yang tersedia di media sosial saat ini, lebih leluasa diatur oleh penggunaanya dalam

¹Nindi Utari, "PENGUNAAN MEDIA SOSIAL DAN TRANSFORMASI PEMASARAN POLITIK DAN KAMPANYE DEMOKRASI YANG BERKEMBANG DI INDONESIA", *SIBATIK JOURNAL*, Vol. 8, No. 2 Tahun 2022, hal. 1520.

beriklan. Mulai dari penentuan target audiens, biaya iklan, dan bahkan dapat secara spesifik menentukan usia audiens yang akan dituju oleh iklan tersebut. Sehingga dapat diketahui peralihan dari kampanye konvensional ke digital menawarkan sejumlah keuntungan, seperti jangkauan yang lebih luas, biaya yang lebih efisien, dan kemampuan untuk menargetkan pesan kampanye secara lebih spesifik.²

Berdasarkan Data Reportal, terdapat jumlah pengguna media sosial dengan total 167 juta pengguna pada tahun 2023. Data tersebut menunjukkan bahwa sebesar 79,5% dari total atau berkisar 157 juta merupakan pengguna di atas usia 18 tahun. Menurut hasil survei yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan pengguna media sosial yang paling banyak setelahnya yaitu sebesar 14,69%, berasal dari kelompok usia mahasiswa yang berkisar 19-24 tahun. Media sosial telah membuka ruang baru bagi partisipasi politik yang dimana terdapat platform-platform seperti Instagram, Tiktok, Twitter, dan lain-lain yang memungkinkan bagi masyarakat untuk berdiskusi terkait isu-isu terkini, mengikuti perkembangan politik, dan lain sebagainya.³

Jika dibandingkan dengan kampanye konvensional, kampanye digital menawarkan sejumlah keunggulan yang signifikan. Jangkauan yang lebih luas dan personalisasi pesan memungkinkan partai politik untuk menargetkan segmen pemilih yang lebih spesifik, seperti generasi muda atau kelompok minat tertentu. Selain itu, biaya kampanye digital umumnya lebih efisien dibandingkan dengan kampanye konvensional yang lebih melibatkan kegiatan tatap muka secara massal. Namun, kampanye konvensional masih memiliki peran yang krusial dalam membangun basis dukungan yang kuat di tingkat lokal. Interaksi langsung dengan pemilih, seperti kegiatan door-to-door atau pertemuan tatap muka, membantu membangun kepercayaan dan hubungan yang lebih mendalam. Oleh karena itu, kombinasi antara kampanye konvensional dan digital menjadi strategi yang semakin populer di kalangan partai politik. Perpaduan ini tidak hanya memungkinkan partai politik untuk mencapai jangkauan yang luas, tetapi juga memungkinkan partai politik untuk mencapai jangkauan yang luas, tetapi juga memungkinkan mereka untuk membangun hubungan yang lebih personal dengan pemilih.

Namun, di balik potensi positifnya, penggunaan media sosial dalam kampanye politik juga menimbulkan sejumlah pertanyaan. Salah satunya adalah mengenai dampak media sosial itu sendiri terhadap partisipasi politik masyarakat. Apakah dengan media sosial ini benar-benar dapat meningkatkan partisipasi politik masyarakat, atau justru menciptakan semacam “keterlibatan palsu” di mana masyarakat hanya terlibat secara online tanpa melakukan tindakan nyata? Pertanyaan tersebut penting untuk dijawab karena mengingat peran sentral media sosial dalam kehidupan masyarakat modern. Jika media sosial terbukti efektif dalam meningkatkan partisipasi politik, maka partai politik perlu terus mengembangkan strategi digital mereka. Sebaliknya, jika media sosial hanya menciptakan ilusi partisipasi, maka diperlukan upaya untuk mendorong partisipasi politik yang lebih substansial. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana partai politik di Indonesia beradaptasi dengan lanskap politik digital yang terus berubah. Secara khusus, penelitian ini akan mengkaji strategi kampanye digital yang digunakan oleh partai politik, dampaknya terhadap partisipasi politik masyarakat, serta tantangan dan peluang yang dihadapi dalam era digital. Penelitian ini relevan karena implikasi yang luas bagi berbagai pihak. Bagi partai politik, penelitian ini dapat memberikan wawasan tentang strategi kampanye digital yang efektif untuk memenangkan hati pemilih. Bagi pemilih, penelitian ini dapat membantu mereka menjadi lebih kritis dalam mengonsumsi informasi politik di media sosial. Bagi pembuat kebijakan, penelitian ini dapat menjadi dasar untuk merumuskan regulasi yang lebih baik terkait

² Haidir Fitra Siagian, “PENGARUH DAN EFEKTIVITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI SALURAN KOMUNIKASI POLITIK DALAM MEMBENTUK OPINI PUBLIK”, *Jurnal Al-Khitabah*, Vol. II, No. 1, Desember 2015, hal. 20.

³ Nazah Dwi Putricia, Dkk, “Studi Literatur : Pengaruh Media Sosial terhadap Partisipasi Politik Gen Z (Zoomers)”, *Jurnal Komunikasi, Sosial, dan Ilmu Politik*, Vol. 1, No. 2 Tahun 2024, Hal.75.

penggunaan media sosial dalam kampanye politik. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pemahaman yang lebih baik tentang peran media sosial terhadap dinamika politik, serta memberikan rekomendasi bagi partai politik, pembuat kebijakan, dan masyarakat secara umum.

METODE

Tulisan ini mengenakan penelitian hukum normatif atau yang lazim dikenal dengan tinjauan pustaka (*library research*) sebagai suatu proses untuk menemukan suatu aturan hukum, prinsip-prinsip hukum, maupun doktrin-doktrin hukum guna menjawab isu hukum yang dihadapi⁴. Penelitian ini memandang hukum sebagai sebuah sistem norma ideal yang dijelaskan sebagai eksplorasi dari sudut pandang dasar yang mencakup asas, norma, dan kaidah dari peraturan hukum, keputusan lembaga, perjanjian, dan doktrin. Secara sederhana, yang dimaksud dengan sistem norma adalah kumpulan kaidah atau aturan hukum.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagaimana partai politik beralih dari kampanye konvensional berupa spanduk ke kampanye digital berupa media sosial, iklan online?

Pada hakikatnya, kampanye merupakan suatu proses kegiatan komunikasi individu atau kelompok yang dilakukan secara terlembaga dan bertujuan untuk menciptakan suatu efek atau dampak tertentu. Menurut Peraturan KPU Nomor 15 Tahun 2023 tentang Kampanye Pemilihan Umum, Kampanye merupakan kegiatan Peserta Pemilu atau pihak lain yang ditunjuk oleh Peserta Pemilu untuk meyakinkan Pemilih dengan menawarkan visi, misi, program, dan/atau citra diri Peserta Pemilu⁵. Berbagai strategi yang sering ditempuh oleh para kandidat dan partai politik untuk memenangkan hati para pemilih, diantaranya :

1. Pemasaran politik tradisional yang dihasilkan dari penjualan langsung (blusukan), kampanye dari pintu ke pintu dan dari mulut ke mulut ;
2. Pemasaran dan kampanye politik di Internet dan media sosial; dan
3. Pemasaran politik media massa swasta / komersial gratis dan berbayar, seperti : penyiaran televisi, media cetak, dan iklan videotron .

Namun, pada era digital saat ini, cara - cara konvensional seperti blusukan, media cetak, dan penyiaran dinilai kurang efektif dan efisiensinya dari segi biaya. Strategi atau metode yang digunakan oleh partai politik berpotensi beralih dari kampanye konvensional menjadi kampanye digital merupakan suatu evolusi yang didorong oleh beberapa faktor utama, yakni :

Perubahan perilaku Masyarakat

Pada era digital saat ini, banyak masyarakat cenderung menghabiskan waktunya di dunia maya, sehingga media sosial menjadi sarana yang lebih efektif untuk menjangkau dan menyampaikan pesan politik kepada mereka dibandingkan melalui cara konvensional berupa spanduk. Selain itu, pemilih juga dapat mengakses informasi politik dengan lebih mudah dan cepat melalui internet. Dengan memantau percakapan dan topik yang sedang tren partai politik dapat menyesuaikan strategi apa yang digunakan dengan cepat untuk memanfaatkan peluang pasar yang muncul, kemudian media sosial dapat membantu partai politik dalam menganalisa

⁴ Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum*, (Jakarta, Kencana Prenada Media Group, 2007), hal. 35.

⁵Indonesia, *Peraturan Komisi Pemilihan Umum Nomor 15 Tahun 2018 tentang Kampanye Pemilihan Umum*, Ps. 1 butir 18.

konten yang lebih sesuai dengan preferensi audiensnya. Sehingga dapat membantu masyarakat dalam menentukan pilihannya.⁶

Efisiensi Biaya

Kampanye secara digital memiliki potensi yang umumnya lebih efisien dari segi biaya dibandingkan kampanye konvensional. beberapa hal yang menjadi alasan terkait efisiensi biaya, antara lain :

1. Kampanye digital tidak memerlukan anggaran yang besar untuk mencetak alat - alat peraga kampanye fisik, seperti : baliho, spanduk, pamflet, dan poster yang dianggap sebagai “komponen utama” dalam kampanye konvensional.
2. Distribusi konten kampanye melalui platform digital seperti media sosial dapat dilakukan dengan biaya yang jauh lebih rendah dibandingkan menyewa ruang iklan fisik, seperti videotron atau mengadakan acara tatap muka yang memerlukan penyewaan tempat dan logistic.
3. Kampanye digital memungkinkan penggunaan iklan berbayar yang dapat disesuaikan dengan budget yang ada sehingga pengeluaran lebih terkendali dan efisien, seperti fitur *pay-per-click* (ppc), *cost-per-impression* (cpi), dll yang memungkinkan tim kampanye untuk memantau efektifitas iklan secara real-time, sehingga mereka dapat mengoptimalkan anggaran dengan menargetkan audiens yang lebih relevan.⁷

Target audiens yang lebih spesifik

Mengingat fitur ads atau iklan yang tersedia pada sosial media, dapat menentukan target audiens secara spesifik. Sehingga partai politik dapat menargetkan kepada siapa pesan kampanye tersebut disampaikan dan lebih tepat.

Strategi yang dapat diterapkan Partai Politik berupa :

1. Partai Politik menciptakan konten yang menarik, informatif, dan menghibur untuk menarik perhatian pemilih di media sosial. Contohnya dapat berupa video pendek (*shorts*), infografis, atau bahkan *meme*.
2. Partai Politik dapat melakukan kerja sama dengan *influencer* untuk mempromosikan pesan kampanye mereka. *Influencer* memiliki pengaruh yang kuat terhadap pengikut mereka, sehingga dapat membantu partai politik untuk menjangkau audiens yang lebih luas.
3. Iklan berbayar pada platform media sosial dapat digunakan untuk menargetkan audiens yang lebih spesifik. Partai politik dapat menargetkan berdasarkan usia, lokasi, minat, dan perilaku online.
4. Selain itu, partai politik juga dapat mengadakan acara melalui fitur live streaming untuk berinteraksi langsung dengan pemilih. Hal ini memungkinkan partai politik untuk menjawab pertanyaan secara langsung dan membangun hubungan yang lebih dekat dengan pemilih.⁸

Meskipun penerapannya memberikan hasil yang positif, terdapat juga tantangan yang mungkin dihadapi dalam penggunaan media sosial itu sendiri. Tantangan tersebut dapat berupa penyebaran hoaks dan disinformasi yang dapat mempengaruhi reputasi partai politik dan bahkan menyesatkan pemilih. Kemudian media sosial juga dapat memperkuat polarisasi politik, karena

⁶ Zunan setiawan, *Strategi Pemasaran, Konsep dan Inovasi Pemasaran di Era Digital*, (jakarta, PT Sonpedia Publishing Indonesia, 2024), hal. 45-46.

⁷ Desriana Waruwu, dkk, “Analisis Peran Teknologi Digital Pada Proses Pelaksanaan Pemilu Serentak 2024”, *Journal of Law, Administration, and Social Science*, Vol. 4, No. 5 Tahun 2024, Hal. 781.

⁸ Mohammad Nasrum Adhim, “Implikasi Media terhadap Dinamika Partisipasi Politik di Era Digital”, *Journal of Global Humanistic Studies*, Vol. 1, No. 2 Tahun 2023, Hal. 5.

orang cenderung mengikuti akun-akun yang sependapat dengan mereka. Hal ini dapat mempersulit upaya untuk membangun konsensus.

Apakah media sosial meningkatkan partisipasi politik masyarakat? atau justru menciptakan “keterlibatan palsu”?

Perkembangan teknologi digital telah mengubah lanskap politik secara signifikan, terutama dalam hal kampanye dan partisipasi masyarakat. Tujuan utama dari penggunaan media massa adalah untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat dan setiap informasi tersebut harus dapat dipertanggungjawabkan dan tidak menyesatkan bagi pembacanya.⁹ Media sosial sebagai salah satu platform digital yang paling populer, telah menjadi arena baru bagi partai politik untuk berinteraksi dengan pemilih. Namun, seiring dengan meningkatnya penggunaan media sosial dalam politik, justru menimbulkan pertanyaan apakah media sosial tersebut benar-benar meningkatkan partisipasi politik masyarakat atau justru menciptakan ilusi keterlibatan yang dangkal?

Di satu sisi, media sosial menawarkan potensi besar untuk meningkatkan partisipasi politik. Aksesibilitas yang mudah, jangkauan yang luas, dan kemampuan untuk memobilisasi massa menjadikannya alat yang ampuh bagi partai politik dan masyarakat sipil. Melalui media sosial, informasi politik dapat menyebar dengan cepat, memungkinkan masyarakat untuk terlibat dalam diskusi publik dan membentuk opini secara mandiri. Selain itu, media sosial juga memfasilitasi interaksi langsung antara politikus dan masyarakat, sehingga memungkinkan adanya dialog yang lebih terbuka dan partisipatif. Dengan demikian, media sosial menjadi sebuah platform yang dimanfaatkan untuk menjangkau partisipasi yang lebih luas dengan aksesibilitas yang tinggi bagi masyarakat.¹⁰

Disisi lain, terdapat kekhawatiran bahwa keterlibatan politik di media sosial lebih bersifat permukaan dan tidak berdampak nyata pada perubahan politik yang substansial. Banyak aktivitas di media sosial yang bersifat sementara dan tidak berujung pada tindakan politik yang nyata, seperti memberikan suara dalam jajak pendapat online atau membagikan postingan. Selain itu, fenomena “*echo chamber*” atau gelembung filter di media sosial dapat memperkuat polarisasi politik dan menghambat dialog yang konstruktif. Namun, salah satu tantangan utamanya yang tentu tidak terlepas dari akibat penggunaan media sosial adalah penyebaran berita atau informasi palsu yang dapat menyesatkan masyarakat (*Hoax*) serta akun yang menarik perhatian dan memicu diskusi pada masyarakat melalui media sosial atau yang biasa disebut sebagai “*Buzzer*”.¹¹

Pengaruh media sosial terhadap partisipasi politik adalah fenomena yang kompleks dan multidimensi. Di satu sisi, media sosial memang telah membuka peluang baru bagi masyarakat untuk terlibat dalam politik. Namun, disisi lain, kita juga perlu waspada terhadap potensi negatifnya, seperti keterlibatan palsu, polarisasi, dan manipulasi data.

KESIMPULAN DAN SARAN

Peralihan dari kampanye konvensional ke digital merupakan tren yang tidak dapat dihindari dalam dunia politik modern. Meskipun terdapat tantangan, kampanye digital menawarkan peluang yang besar bagi partai politik untuk menjangkau pemilih secara lebih efektif dan efisien. Saran dalam penelitian ini sebagai berikut:

⁹Ahmad Zubaidi, dkk, “Peran Media Digital dalam Meningkatkan Partisipasi Politik : Studi pada Tirto.id di Yogyakarta”, *Jurnal Kawistara*, Vol. 10, No. 1 Tahun 2020, Hal. 82.

¹⁰Ahmad Salman Farid, “Penggunaan Media Sosial dalam Kampanye Politik dan Dampaknya terhadap Partisipasi Politik dan Persepsi Publik”, *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, Vol. 4, No. 1 Tahun 2023, Hal. 48.

¹¹Adam Ramadhan, dkk, “Pengaruh Teknologi dan Media Sosial dalam Tata Negara dan Proses Pemilihan Presiden: Tinjauan pada Pemilihan Presiden 2024”, *Journal of Social Science Research*, Vol. 4, No.2 Tahun 2024, Hal. 7.

1. Meskipun kampanye digital memiliki banyak keunggulan, perlu adanya pendekatan hybrid dengan tetap melibatkan elemen kampanye konvensional, seperti pertemuan langsung atau kegiatan komunitas, dapat memperkuat hubungan dengan pemilih dan menciptakan dampak yang lebih besar.
2. Perlunya optimalisasi media sosial yang digunakan sebagai saluran komunikasi utama. Partai dapat menggunakan platform ini untuk menyampaikan visi, misi, serta program kerja secara interaktif, melibatkan pemilih melalui diskusi langsung, jajak pendapat, atau forum online.
3. Partai politik perlu mengembangkan strategi kampanye digital yang lebih terstruktur dengan memanfaatkan data dan teknologi analitik untuk memahami perilaku pemilih. Pendekatan berbasis data dapat membantu partai menargetkan audiens dengan pesan yang relevan dan tepat sasaran.

REFERENSI

- Adhim, Nasrun, M. 2023. Implikasi Media terhadap Dinamika Partisipasi Politik di Era Digital.
- Desriana Waruwu, dkk. 2024. Analisis Peran Teknologi Digital Pada Proses Pelaksanaan Pemilu Serentak 2024.
- Farid, Ahmad, S. 2023. Penggunaan Media Sosial dalam Kampanye Politik dan Dampaknya terhadap Partisipasi Politik dan Persepsi Politik.
- Indonesia, *Peraturan Komisi Pemilihan Umum Nomor 15 Tahun 2018 tentang Kampanye Pemilihan Umum*.
- Marzuki, Peter, M. (2007). *Penelitian Hukum*. Kencana Prenada Media Group.
- Putricia, Nazah, D. 2024. Studi Literatur : Pengaruh Media Sosial terhadap Partisipasi Politik Gen Z (Zoomers).
- Ramadhan, Adam, dkk. 2024. Pengaruh Teknologi dan Media Sosial dalam Tata Negara dan Proses Pemilihan Presiden: Tinjauan pada Pemilihan Presiden 2024.
- Setiawan, Zunan. (2024). *Strategi Pemasaran, Konsep dan Inovasi Pemasaran di Era Digital*. PT Sonpedia Publishing Indonesia
- Siagian, Fitra. 2024. Pengaruh Dan Efektivitas Penggunaan Media Sosial Sebagai Saluran Komunikasi Politik Dalam Membentuk Opini Publik.
- Utari, Nindi. 2022. Penggunaan Media Sosial dan Transformasi Pemasaran Politik dan Kampanye Demokrasi yang Berkembang di Indonesia.
- Zubaidi, Ahmad, dkk. 2020. Peran Media Digital dalam Meningkatkan Partisipasi Politik : Studi pada Tirto.id di Yogyakarta.