



Eksistensi Media Sosial KPU Provinsi Kalimantan Tengah Dalam Mensosialisasikan Pilgub Tahun 2020 di Kota Palangka Raya
The Existence Social Media Of General Elections Commision Province Central Kalimantan While Socialization Local Leaders Election 2020 in Palangka Raya City

¹Ramadhani Rizki Pratama, ²Favi Aditya Ikhsan & ³Desi Erawati

¹Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya, Kalimantan Tengah, Indonesia

²Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya, Kalimantan Tengah, Indonesia

³Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya, Kalimantan Tengah, Indonesia

ABSTRAK

ARTIKEL INFO

Diterima

Dipublikasi

November 2022

Penelitian ini berfokus pada bagaimana keberadaan media sosial KPU Provinsi Kalimantan Tengah dalam mensosialisasikan Pilgub tahun 2020 di Kota Palangka Raya. Pemilihan Gubernur sendiri dilaksanakan sebagai bentuk demokrasi di Indonesia. Metode yang digunakan adalah metode yang bersifat Deskriptif Kualitatif, dalam hal ini peneliti ingin menganalisa bagaimana kerja KPU Provinsi Kalimantan Tengah disertai dengan data-data yang digunakan sebagai pendukung analisa tersebut.

Media sosial saat ini sudah menjadi kebutuhan serta prioritas masyarakat sehingga perlu adanya informasi atau data yang disampaikan dalam hal ini KPU Provinsi Kalimantan Tengah berupaya dalam memanfaatkan hal tersebut terlebih media sosial sangat populer dikalangan anak muda saat ini. Bertepatan dengan Pemilihan Gubernur 2020 dan juga Pandemi Covid-19 maka perlu dilakukan sosialisasi melalui media ini sebagai media baru dalam berkomunikasi. Namun ada sejumlah kendala yaitu sedikitnya interaksi atau komunikasi, faktor kurangnya kesadaran, serta jaringan. Diharapkan pihak KPU Provinsi Kalimantan Tengah bisa memaksimalkan media sosial sebagai salah satu sarana dalam bersosialisasi sekaligus juga untuk berkomunikasi kepada masyarakat langsung terlebih kepada golongan muda yang perlu diberi pesan bagaimana komunikasi politik bisa berjalan dengan baik.

Kata Kunci : Sosialisasi KPU, Media Sosial, Pemilihan Gubernur.

ABSTRACT

This research focuses on how the existence of social media General Elections Commission Central Kalimantan Province in socializing the 2020 Local Leaders Election in Palangka Raya City. The governorship election itself is carried out as a form of democracy in Indonesia. The method used is a qualitative descriptive method in this case researchers want to analyze how the KPU of Central Kalimantan Province works accompanied by data used to support the analysis. Social media has now become a necessity and priority for the community so that there is a need for information or data submitted in this case the General Elections Commission of Central Kalimantan Province seeks to take advantage of this, especially social media is very popular among young people today. Coinciding with the 2020 Governor Election and also the Covid-19 Pandemic, it is necessary to socialize through this media as a new medium in communicating. However, there are a number of obstacles, namely the lack of interaction or communication, the factor of lack of awareness, and networking. It is hoped that the General Elections Commission of Central Kalimantan Province can maximize social media as a means of socializing as well as communicating to the community directly, especially to young people who need to be given a message how political communication can run well.

*e-mail :

*ramadhanirizki123@gmail.com

fai.borneo@yahoo.com

erawati1377@gmail.com

Keyword: Socialization General Elections Commission, Social Media, Local Leaders Election

© Universitas Muhammadiyah Palangkaraya

PENDAHULUAN

Pemilihan Umum adalah kegiatan tahunan yang sering diadakan di Indonesia sebagai salah satu wujud dalam menyuarkan demokrasi bagi seluruh rakyatnya. Pemilihan Umum Kepala Daerah dilaksanakan untuk memilih Kepala Daerah sesuai dengan jabatannya masing-masing menurut (Ulyanisa & Satrio, 2021, pp. 2–4).

Hal ini dibahas dalam Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 1 Tahun 2014 pasal 1 tentang Pemilihan Gubernur, Bupati, dan Walikota sebagai dasar dalam melaksanakan Pemilihan Umum Kepala Daerah tahun 2020. Tujuannya adalah pelaksanaan kedaulatan rakyat di Provinsi dan Kabupaten/Kota untuk memilih Gubernur, Bupati, dan Walikota secara langsung dan demokratis.

Pemilihan Umum Kepala Daerah di Kalimantan Tengah sendiri bisa dibidang perkembangannya tidak stabil bila dibandingkan dengan Provinsi lain. Tercatat, pada Pemilu tahun 2015 saja persentase pemilih yang ikut serta hanya sebesar 52,27% dimana angka tersebut tergolong rendah dibandingkan dengan daerah/provinsi lain yang melaksanakan Pemilu Serentak. Namun, pada tahun 2020 Pemilu Serentak yang diadakan oleh KPU Provinsi Kalimantan Tengah mengalami kenaikan pemilih sebanyak 62,93% menurut *survey* yang dilakukan oleh KPU Provinsi Kalimantan Tengah.

Melihat uraian diatas, maka perlu dicari hal-hal yang menyebabkan kesadaran masyarakat terhadap politik khususnya Pemilihan Umum masih kurang bahkan sampai menimbulkan golongan putih (*golput*). Setidaknya ada beberapa faktor yang cukup memengaruhi partisipasi masyarakat dalam Pemilihan Umum.

Diantaranya adalah faktor pengetahuan masyarakat itu sendiri kemudian faktor bagaimana sosialisasi menggunakan media sosial serta rentang Pendidikan

masyarakat. Lalu faktor peran peserta yang ikut menyuarkan hak nya serta faktor pemerintah daerah sebagai pelaksana.(Rahmawati, 2022, p. 98)

Media Sosial adalah salah satu alat komunikasi yang berkembang pesat saat ini apalagi dengan semakin banyaknya penggunaan *smartphone* saat ini. Selain itu, media sosial juga merupakan sarana yang aktif diakses, terlebih dalam kalangan remaja atau kaum muda yang sangat aktif bermedia sosial.

Menurut Lazuardi (2018, hlm. 9) dengan semakin banyaknya kaum muda yang menjadi pemilih pemula, maka dari itu perlu dilakukan sosialisasi tidak hanya melalui media konvensional saja akan tetapi juga perlu melalui media sosial. Karena untuk menjangkau kaum muda perlu cara yang berbeda dibandingkan dengan kaum atau golongan lain yang jarang aktif di media sosial. Kaum millennial atau muda sendiri sangat aktif dalam media sosial bahkan bisa berjam-jam ketika berselancar di internet baik itu mencari informasi atau sekedar membuka media sosial di gadget mereka.

Masih banyak yang belum mengerti pentingnya hak pilih dalam Pemilihan Umum dan juga gambaran seperti apa calon pilihan yang akan mereka pilih. Hal ini juga dapat digunakan sebagai sarana berinteraksi, *sharing* dan mengekspresikan pendapat mereka mengenai Pemilihan Umum atau tata cara Pemilihan Umum.(Safiullah et al., 2017)

Selain itu juga media sosial berfungsi juga sebagai sarana dalam mensosialisasikan Pemilihan Umum untuk masyarakat khususnya pemilih millennial yang kebanyakan merupakan pemilih pemula. Posisi Kota Palangka Raya yang merupakan ibu kota dimana masyarakat nya merupakan masyarakat urban (*perkotaan*) sehingga aktivitas penggunaan media sosial cukup tinggi sehingga diharapkan bisa digunakan sebagai sarana komunikasi khususnya pemilih pemula kaum millennial apalagi faktor kurangnya partisipasi masyarakat

dalam politik sehingga dengan adanya media sosial ini diharapkan masyarakat bisa mengerti dan paham.

Dari beberapa hasil kajian yang menjelaskan terkait pilkada di beberapa wilayah Indonesia menunjukkan bahwa usaha penyelenggara pemilu dalam mensosialisasikan Pemilihan Umum Kepala Daerah tahun 2020 menemui sejumlah kendala. Artikel jurnal ini membahas secara spesifik mengenai masalah tersebut karena penelitian sebelumnya hanya membahas secara umum saja tanpa adanya rincian seperti apa sosialisasi yang dilakukan pihak mereka.

Kajian tentang Sosialisasi Komisi Pemilihan Umum pada dasarnya sudah banyak dilakukan. Misalnya kajian yang dilakukan Oktavia Lia (2022) dengan judul “Sosialisasi Politik Virtual pada Pemilihan Walikota dan Wakil Walikota Bandar Lampung Tahun 2020” membahas mengenai sosialisasi yang dilakukan melalui virtual membahas mengenai hal-hal yang dipersiapkan menjelang Pemilu Kepala Daerah di Kota Bandar Lampung.

Sejalan dengan Oktavia Lia, Supit & Wuryanta. (2021) dengan judul “Media Sosial sebagai Media Politik dalam Pilkada Di Kabupaten Sukabumi tahun 2020” dalam kajiannya menemukan bahwa media sosial juga berfungsi sebagai media informasi mengenai politik bagi warga khususnya masyarakat di Kabupaten Sukabumi.

Kajian lain oleh Rahmawati (2022) dengan judul “Strategi Komisi Pemilihan Umum (KPU) Untuk Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Dalam Menggunakan Hak Pilih Pada Pemilihan Umum 2019 Di Kabupaten Nganjuk” dalam kajiannya meneliti bagaimana strategi yang dilakukan agar partisipasi masyarakat khususnya di Kabupaten Nganjuk dalam Pemilu bisa naik dibandingkan tahun-tahun sebelumnya serta bagaimana cara menggunakan hak pilih mereka.

Kajian-kajian di atas hanya berfokus atau bertempat pada daerah Kota Bandar

Lampung, Kabupaten Sukabumi dan Kabupaten Nganjuk. Namun kajian tentang sosialisasi komisi pemulihan umum secara spesifik khususnya di Kota Palangka Raya masih belum ada yang menyentuh atau yang meneliti.

Dengan kata lain masih terdapat kekosongan kajian terhadap pelaksanaan sosialisasi komisi pemilihan umum di Kota Palangka Raya menjadi penting dan relevan dilakukan untuk mengisi kekosongan kajian tersebut.

METODE PENULISAN

Metode Penulisan yang digunakan adalah metode dengan penelitian menggunakan penelitian kualitatif deskriptif. Metode ini dipilih karena mengamati fenomena yang ada berdasarkan kejadian di lapangan disertai dengan data-data yang digunakan untuk memperjelas fenomena atau kejadian yang terjadi.

Untuk subjek penelitiannya sendiri adalah KPU Provinsi Kalimantan Tengah dengan diwakili 2 orang perwakilan Komisi yaitu Bapak EWSB dan Bapak HM. Alasannya, karena KPU Provinsi Kalimantan Tengah sedang berupaya dan gencar untuk mengajak kalangan muda dalam berpolitik khususnya pemilih pemula yang aktif dalam media sosial.

Alur penelitiannya sendiri meliputi Perumusan Masalah yaitu Bagaimana Sosialisasi yang dilakukan KPU Provinsi Kalimantan Tengah di Kota Palangka Raya serta Apakah Sosialisasi yang dilakukan KPU Provinsi Kalimantan Tengah sudah efektif dan Mengapa KPU Provinsi Kalimantan Tengah memilih Media Sosial sebagai salah satu sarana dalam bersosialisasi. Data penelitian disajikan dalam bentuk deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan studi literatur, observasi terstruktur dan wawancara yang tidak terstruktur.

Pengecekan keabsahan data dilakukan dengan metode triangulasi dimana hasil

wawancara yang ada dikumpulkan untuk kemudian dibandingkan dengan hasil temuan di lapangan sehingga dapat dijadikan sebagai acuan perbandingan dengan objek penelitian apakah hasilnya absah atau tidak.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Akun Sosial Media KPU Kalimantan Tengah

Eksistensi media sosial KPU dalam mensosialisasikan Pemilihan Umum Kepala Daerah tahun 2020 terlihat dengan adanya usaha untuk menyebarkan informasi mengenai Kepemiluan ke semua platform khususnya di platform yang populer yaitu Instagram dan Youtube.

Golongan remaja sendiri cenderung memilih Instagram dalam berkomunikasi dikarenakan platform ini menggunakan foto serta video yang biasanya dijadikan sarana dalam berkomunikasi. Instagram juga merupakan sarana komunikasi yang jumlah penggunaanya terbesar di Indonesia karena kemudahan dalam menggunakan platform serta berfungsi sebagai wadah untuk menyimpan foto atau video secara digital yang praktis. (Sakti & Yulianto, 2018, p. 2)

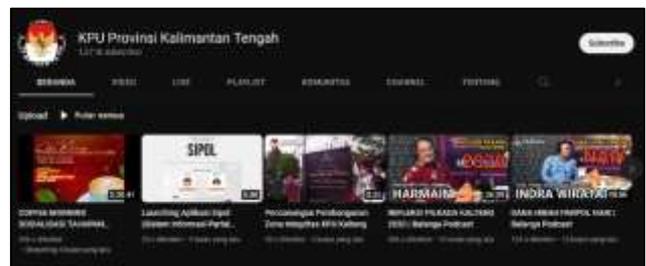


Gambar 1.1 Akun Media Sosial Instagram KPU Provinsi Kalimantan Tengah.

Youtube sendiri adalah media komunikasi lain audio visual yang digandrungi karena sering digunakan sebagai salah satu sarana hiburan melalui gadget atau *smartphone*. Terlebih dengan masyarakat yang menikmati

konten dalam bentuk video didalam media digital. Dan *influencer* sering menggunakan media sosial Youtube sebagai salah satu platform untuk membuat suatu konten hiburan. (Rahmawan et al., 2018, pp. 5–6)

Maka dengan adanya media sosial seperti Instagram dan Youtube yang sedang populer, KPU Provinsi Kalimantan Tengah melihat potensi ini sebagai salah satu usaha dalam merangkul dan mengajak kalangan muda khususnya usia remaja untuk ikut berpartisipasi dalam Pemilihan Umum melalui akun-akun serta postingan yang dibuat oleh admin media sosial tersebut.



Gambar 1.2 Akun Media Sosial Youtube KPU Provinsi.

Namun keberadaan media sosial KPU sendiri bisa dibilang jarang diketahui masyarakat berdasarkan observasi peneliti dalam akun sosial media KPU Kalimantan Tengah hal ini didasari pada jumlah pengikut dan jumlah suka pada postingan-postingan media sosial tersebut.



Gambar 1.3 Foto Postingan mengenai Tahapan Pilkada 2020.

Pada gambar diatas, tertera jelas bahwa jumlah like atau suka serta jumlah komen sangat sedikit. Hal ini mengidentifikasi bahwa media sosial KPU Provinsi Kalimantan Tengah jarang diketahui oleh masyarakat. Itu juga dibuktikan dengan jumlah pengikut serta subscriber baik Instagram maupun Youtube yang bahkan tidak mencapai setengah populasi dari Kota Palangka Raya itu sendiri. Bisa dilihat bahwa jumlah likes/suka dari postingan Instagram mengenai Tahapan Pemilihan yang hanya mendapatkan likes/suka sebanyak 26 orang saja. Ini menunjukkan bahwa interaksi yang dilakukan juga tidak banyak serta tidak sebanding dengan pengikut/followers dari akun Instagram nya yaitu sebanyak 4.4 rb orang.

Penggunaan Sosial Media KPU Kalimantan Tengah

Admin media sosial berusaha selalu aktif dalam memposting segala kegiatan seperti pada sosialisasi di Kampus atau sekolah yang ada dalam gambar berikut ini dimana Sosialisasi yang dilakukan di IAIN Kota Palangka Raya dan

Universitas Palangka Raya dibagikan ke media sosial.



Gambar 1.4 Sosialisasi yang diadakan di Institut Agama Islam Negeri Kota Palangka Raya dalam rangka silaturahmi sekaligus sosialisasi Pemilihan Gubernur tahun 2020 pada tanggal 11 Maret 2020.



Gambar 1.5 Sosialisasi yang diadakan di Universitas Palangka Raya dalam rangka mendukung pelaksanaan kegiatan Pemilihan Gubernur serta diharapkan agar mahasiswa menjadi agen komunikasi dalam

mensosialisasikan Pemilihan Gubernur dilingkungan universitas pada 22 Maret 2020.

Namun, bisa dilihat dari gambar 1.4 dan 1.5 bahwa jumlah *likes/suka* postingan tersebut tidak banyak hanya sejumlah 35 dan 40 orang saja yang berinteraksi di media sosial Instagram tersebut. Bisa dibayangkan bahwa akun media sosial Instagram KPU Provinsi Kalimantan Tengah cukup sepi.

Dengan melihat detail diatas maka upaya untuk meningkatkan kesadaran terkait pemilihan di kalangan kaum muda, KPU Kalimantan Tengah menyelenggarakan kompetisi atau *Challenge* di media sosial Instagram melalui *#PilkadaKalteng2020Challenge*. Selain melakukan branding melalui sosial media, mereka juga mengadakan kompetisi serta perlombaan lainnya menjelang Pemilihan berlangsung.

daya tarik pemilih pemula khususnya golongan remaja.

Postingan pada Gambar 1.6 cukup menarik, dikarenakan berhasil menjangkau sebagian kecil pengikut akun media sosial tersebut untuk ikut meramaikan *challenge* tersebut diikuti dengan tagar yang ada. *Viewers* sejumlah 1 rb sudah membuktikan bahwa masyarakat khususnya kalangan remaja lebih tertarik pada postingan video berdurasi pendek dibandingkan dengan postingan gambar.

Strategi KPU Kalimantan Tengah pada Sosial Media sebagai Sarana Menggaet Kaum Muda

Pihak KPU juga turut mengajak kaum muda untuk bersama-sama membuat video promosi sosialisasi mengenai Pemilihan Gubernur di Media Sosial di akun Youtube maupun Instagram mereka.



Gambar 1.6 Salah satu tujuan kegiatan diatas dilakukan adalah untuk menarik minat serta



Gambar 1.7 dan Gambar 1.8 Beberapa postingan promosi Sosialisasi mengenai Pemilihan yang akan berlangsung.

Bisa dilihat dari gambar tersebut bahwa video postingan KPU Provinsi Kalimantan Tengah di Youtube hanya mendapatkan 39 views bila dibandingkan dengan video postingan di Instagram yang mendapatkan 437 views dan mengundang kawula muda untuk berinteraksi diposting tersebut.



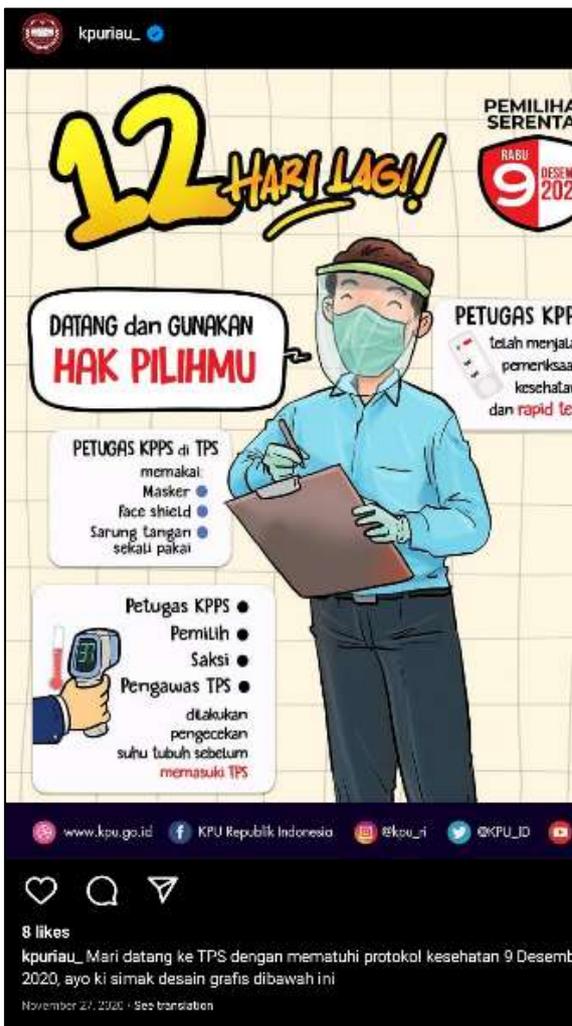
Gambar 1.9 Foto Postingan Akun Media Sosial KPU yang jumlah suka nya sedikit

Hal ini semakin membuktikan bahwa postingan foto yang dibagikan oleh pihak KPU Provinsi Kalimantan Tengah lebih sedikit yang tertarik bila dibandingkan dengan postingan video khususnya yang berdurasi pendek dari pihak mereka. Sehingga dapat menghasilkan jawaban bahwa masyarakat lebih menikmati postingan secara *audio visual* dibandingkan dengan hanya visual saja.

Tentu ini tidak hanya dialami oleh KPU Provinsi Kalimantan Tengah saja akan tetapi hal ini juga dialami oleh pihak KPU Provinsi lain, misalnya KPU Provinsi Riau.



Gambar 1.10 Akun Media Sosial Instagram KPU Provinsi Riau



Gambar 1.11 Salah satu postingan yang hanya mendapatkan jumlah suka yang sedikit

Bisa dilihat bahkan postingan Instagram KPU Provinsi Riau hanya mendapatkan 8 *likes/suka* saja bila dibandingkan dengan KPU Provinsi Kalimantan Tengah yang selalu mencatatkan *likes* diatas KPU Provinsi Riau.

Bila melihat dari hasil penelitian diatas, dapat diartikan bahwa media sosial bisa menjadi salah satu potensi media baru dalam sosialisasi mengenai Pemilihan Umum khususnya Pilgub ditengah pandemi Covid-19 yang membatasi sejumlah kegiatan atau aktivitas manusia. Akan tetapi, kendala nya adalah bagaimana pihak KPU bisa menyesuaikan diri dan karakter kepada kalangan muda atau remaja yang aktif di media sosial. Apalagi dengan posisi mereka sebagai pemilih pemula yang dimana masih bingung cara menyuarakan hak politiknya. Maka hal ini harus dimaksimalkan agar bisa menjangkau elemen yang lebih luas dan potensial untuk kehidupan politik kedepan.

Dibandingkan dengan hasil penelitian terdahulu, penelitian ini berfokus kepada sejauh apa upaya yang dilakukan KPU Provinsi Kalimantan Tengah dengan melihat jumlah interaksi media sosial mereka dengan masyarakat melalui jumlah *likes/suka* serta jumlah *views* yang ada dalam akun media sosial tersebut. Karena penelitian terdahulu hanya membahas mengenai bagaimana Sosialisasi melalui media sosial secara umum saja tanpa membahas detail temuan serta kendala apa saja yang ditemukan.

Teori yang terkait dengan penelitian ini adalah teori Media sebagai Medium (*Medium Theory*) yang diungkapkan oleh Marshall McLuhan (1964) bahwa media adalah pesan sehingga mempunyai ciri khas dan karakternya tidak hanya untuk menerima suatu informasi saja akan tetapi juga mengirimkannya. Kemudian Henry Jenkins dalam teorinya yaitu *Participatory Media Culture* berpendapat bahwa media baru merupakan salah satu alternatif dimana masyarakat bisa menjadi penyebar serta penerima informasi secara bersamaan. Sehingga pesan informasi bisa tersampaikan dan diterima tanpa adanya halangan.

Ada juga teori Sosialisasi Politik yang dikemukakan oleh Kenneth P.Langton dan

Gabriel A. Almond. Kenneth P. Langton berpendapat bahwa Sosialisasi Politik adalah usaha dalam mengenalkan tokoh atau calon politik kepada kalangan masyarakat supaya mendukung dia ataupun mengajak orang lain untuk ikut berpolitik. Sedangkan menurut Gabriel A. Almond ialah Sosialisasi Politik merupakan langkah dalam memperlihatkan serta melakukan sikap dan tingkah laku politik yang kemudian dapat dijadikan sebagai acuan atau patokan dalam meyakini hal-hal terkait politik.

Lalu, ada Teori Komunikasi politik menurut Rush dan Althoff (1997) menyebut bahwa komunikasi politik adalah peristiwa atau data politik yang akurat merupakan salah satu dari sistem politik yang menuju pada sistem kehidupan sosial. (Setiadi, 2016, p. 5). Teori lain dari Denton dan Woodward berpendapat komunikasi atau pesan yang dilakukan dengan tujuan politis, mencakup: 1. Semua pesan atau informasi yang disampaikan dengan maksud atau tujuan tertentu, 2. Komunikasi yang dilakukan oleh politikus kepada orang-orang non politik seperti pemilih dan kolumnis, 3. Komunikasi yang dilakukan politikus serta aktivitasnya yang diliput, diedit serta didiskusikan di media. Bentuk komunikasi politik ialah komunikasi politik termediasi melalui media tradisional sehingga terjadi secara searah. (Hasfi, 2019, p. 4)

Media sosial sendiri saat ini adalah sarana baru yang sering diakses dan digandrungi kalangan muda sekarang di era modern. Apalagi mereka bisa dibidang sangat aktif dalam bermedia sosial. Menurut hasil survey, pengakses platform media sosial Indonesia menyentuh angka 150 juta atau sekitar 56% dari keseluruhan penduduk di Indonesia. Hal ini semakin membuktikan bahwa masyarakat di era modern saat ini sudah melek digital atau sadar betapa pentingnya media daring yang sering dijuluki sebagai literasi digital. Literasi digital sendiri bermakna seseorang sekarang bisa mengakses serta

mencerna pola informasi dan data yang masuk dalam berbagai platform media sosial. Informasi ini bertujuan untuk disebarluaskan ke khalayak luas atau sekedar diterima untuk kemudian bisa dianalisa sesuai dengan kemampuan seseorang dalam mencerna informasi tersebut. Penggunaan media sosial yang dominan dalam kehidupan masyarakat sehari-hari juga menunjukkan bahwa media sosial seolah tidak bisa terpisahkan dalam kehidupan masa kini karena penyebaran informasi serta data yang sangat cepat terjadi. (Harahap & Adeni, 2020, p. 1)

Fungsi media sosial sendiri ialah untuk menyatukan beberapa orang yang memiliki fokus yang sama atau pembahasan dalam suatu platform sehingga bisa lebih terbuka dan leluasa untuk terhubung satu sama lain tanpa adanya batasan seperti media konvensional. Hal seperti inilah yang membuat media sosial semakin populer dan banyak digunakan masyarakat khususnya kaum muda. Media sosial juga berfungsi sebagai suatu sistem yang dimana data atau informasi dibagikan kepada orang lain tergantung dari topik, masalah, atau atmosfer dimana hal tersebut sedang hangat dalam lingkup masyarakat yang tertarik membahasnya. (Perangin-angin & Zainal, 2018, p. 3)

Negara maju menggunakan sarana ini dalam upaya komunikasi secara tidak langsung dan berlangsung efektif. Komunikasi ini dilakukan sebagai salah satu cara menyebarkan informasi atau data kepada masyarakat di negara maju tersebut. Dengan demikian, maka interaksi secara langsung bisa dikurangi dengan menggunakan media sosial sebagai salah satu perantaranya. (Furqon et al., 2018, p. 5)

Banyaknya pengguna media sosial juga terjadi karena akses gadget yang semakin mudah dan juga daya beli masyarakat yang mampu membeli gadget smartphone sehingga semakin banyak masyarakat yang bisa menjangkaunya. Usia pengguna media sosial juga beragam mulai dari usia sekitar 15 tahun

hingga usia 64 tahun. Gadget smartphone merupakan bagian yang krusial karena penggunaannya yang luas untuk menghandle berbagai kebutuhan yang ada. (Junawan & Laugu, 2020, p. 2) Media sosial juga mudah dibuka serta tidak terhalang rintangan apapun sehingga bisa mendapatkan informasi secara cepat dan tepat. (Endri & Prasetyo, 2021, p. 2)

Warga juga dapat mengetahui bagaimana visi-misi serta apa yang hendak diusung dan ide yang dimiliki oleh calon pada Pemilihan Umum Gubernur tahun 2020. Karena dengan media sosial masyarakat dapat mengetahui bagaimana perilaku serta postingan calon politik yang hendak dipilih dapat memudahkan masyarakat dalam memantapkan pilihan dengan pengetahuan serta gambaran calon politik tersebut berbekal pengetahuan yang mereka dapat dari sosialisasi melalui media sosial tersebut dan melalui ilmu politik dasar yang telah diajarkan sejak bangku sekolah maka bisa juga diterapkan ketika hendak memilih calon politik. Karena kalangan muda memiliki potensi sebagai salah satu partisipan dengan jumlah yang besar. (Maulandari & As'ad, 2021, p. 2)

Redhani *et al* (2020, p. 2) berpendapat bahwa tolak ukur keberhasilan suatu Pemilihan Umum tidak hanya dilihat dari statistik secara menyeluruh saja akan tetapi lebih spesifik kepada golongan rentang umur tertentu karena untuk mempersiapkan generasi penerus yang tahu dan sadar akan politik tidak mudah maka dari itu perlu adanya regenerasi sejak dini agar kedepannya pelaksanaan Pemilihan Umum bisa berjalan dengan baik dan juga partisipasi masyarakat bisa meningkat sesuai dengan target yang dicapai.

Agar bisa berjalan dengan baik maka golongan usia remaja yang terhitung masih baru dalam dunia politik perlu diberi arahan melalui sosialisasi yang dilaksanakan supaya informasi yang sudah diperoleh dapat diterima oleh golongan tersebut sebagai bentuk

indikator keberhasilan dalam merangkul dan mengajak kaum muda untuk ikut serta menyuarakan hak pilihnya dalam Pemilihan Umum tersebut. (Ardiani *et al.*, 2019, p. 4)

Dengan demikian, perlu adanya komunikasi atau pendekatan melalui media sosial sebagai salah satu media digital yang sering digunakan masyarakat dengan cara melakukan sosialisasi melalui platform media sosial yang digandrungi oleh kalangan muda yang aktif dan dinamis sebagai usaha dalam memberikan wawasan pengetahuan mengenai bagaimana cara menyuarakan hak mereka. (Octafitria, 2016, pp. 7–8)

Maka dari itu, menurut pandangan Dasuki & Wahid (2020, p. 6) Instagram dan Youtube juga menjadi tempat membagikan informasi ataupun update seputar Pemilihan Umum serta tata caranya dengan fitur yang bisa dibilang masyarakat menerimanya dengan baik khususnya pemilih pemula yang aktif di media sosial tersebut.

Hal yang harus diperhatikan dalam menyampaikan sosialisasi melalui media sosial adalah apakah pesan atau informasi yang disampaikan sudah cukup persuasif atau dalam bentuk ajakan yang bisa diimbangi dengan manfaat serta hal-hal baik apabila telah menyuarakan haknya dengan cara mengikuti Pemilihan Umum terhadap pemilih pemula kategori usia muda dan juga apakah media serta platform yang digunakan sesuai dengan minat serta kemauan golongan mereka. Menurut urutan peristiwa penyampaian pesan komunikasi Boove dan Thil yakni informasi bisa tersampaikan dengan baik apabila penerima informasi sudah mengerti yang disampaikan dari pengirim atau penyampai informasi tersebut. (Mivadila *et al.*, 2018, p. 7).

Karena Covid-19 membuat pihak KPU aktif melakukan sosialisasi dalam media sosial terlebih pembatasan aktivitas yang membuat masyarakat mengurangi aktivitas diluar rumah dan menemui kerumunan manusia sehingga lebih banyak dirumah saja sesuai imbauan yang

berlaku dan menerapkan protokol Kesehatan. Hal ini pun banyak memunculkan pertanyaan dari masyarakat mengenai kegiatan Pemilihan Umum Gubernur tahun 2020 khususnya Kalimantan Tengah di Kota Palangka Raya. Wajar jika beragam kekhawatiran tersebut muncul akibat sejumlah masalah atau hal-hal yang muncul jika Pilkada tetap dilakukan di tengah masa pandemi yang membatasi sejumlah aktivitas masyarakat.

Sehingga perlu dimaksimalkan upaya tersebut seperti pada ucapan Pak HM selaku Ketua KPU Provinsi Kalimantan Tengah: “Meskipun ditengah Pandemi Covid-19, media massa serta media sosial sangatlah penting keberadaannya sekaligus menjadi sarana efektif dalam mensosialisasikan tahapan hingga sampai pelaksanaan Pemilu dan salah satu upaya untuk meningkatkan partisipasi pemilih”.

Di lain waktu beliau berujar: “Sosialisasi yang diadakan baik secara langsung dengan mendatangi sekolah-sekolah atau kampus serta melalui media sosial dilakukan dengan tujuan untuk menggaet kalangan muda yang merupakan pemilih pemula sehingga bisa sadar akan Pemilihan Umum dan siap menjadi generasi penerus yang matang serta sadar politik.”

Ada juga hasil wawancara yang dilakukan bersama Pak EWS sebagai berikut: “Kami menyadari bahwa pemilih pemula banyak memiliki potensi sehingga perlu diarahkan kedepannya. Untuk itu kami berusaha untuk semakin memarakan sosialisasi khususnya menggunakan media sosial sebagai media paling populer. Maka dari itu segala platform yang ada dimaksimalkan dengan mengikuti tren serta minat golongan muda zaman sekarang”

Akan tetapi, media sosial adalah media komunikasi secara tidak langsung, maka tidak terjadi komunikasi yang menghasilkan feedback atau umpan balik sehingga dikhawatirkan terjadinya perbedaan persepsi masyarakat

terhadap penerimaan informasi melalui sosial media tersebut.

Kendala lain yang dihadapi dalam melaksanakan sosialisasi adalah masalah jaringan internet yang terbatas karena aktivitas yang banyak terjadi dirumah sehingga membuat internet mengalami penurunan yang signifikan sehingga banyak daerah mengalami kendala berbasis IT jaringan. Selain itu, ada beberapa lokasi yang bisa dikatakan tidak tercakup area internet sehingga terpaksa dilakukan sosialisasi secara langsung atau tatap muka ditengah pembatasan manusia pada masa pandemi Covid-19.

KESIMPULAN

Urgensi dari penelitian ini adalah untuk melihat bagaimana potensi dari media sosial sebagai wadah baru dalam bersosialisasi apalagi dengan semakin banyaknya pemilih pemula yang merupakan kalangan muda yang aktif di media sosial, maka penelitian ini penting karena mengangkat topik mengenai media sosial yang tidak bisa terlepas dari kehidupan masyarakat sehari-sehari. Keterbatasan dari penelitian ini adalah media sosial tidak dapat dijadikan sebagai acuan pasti dalam melihat interaksi yang dilakukan ketika sosialisasi berlangsung serta kegiatan Pilgub yang hanya dilaksanakan beberapa tahun sekali. Saran untuk penelitian yang dilakukan agar lebih banyak melakukan research serta memperhatikan media sosial yang sedang ramai digunakan khalayak masyarakat dan juga pengumpulan data dari daerah lain khususnya Pilgub yang sudah dilaksanakan periode-periode sebelumnya.

Kesimpulan yang didapat adalah, bahwa KPU Provinsi Kalimantan Tengah berupaya untuk melakukan sosialisasi di media sosial. Kesimpulan yang didapat dari penelitian yang telah dilaksanakan adalah bahwa media sosial sendiri bisa menjadi alternatif baru dalam melakukan sosialisasi terlebih dengan mengacu

kepada teori media sebagai medium maka media sosial dapat berfungsi sebagai penerima dan penyampai informasi. Meski begitu, masih perlu dilakukan penyesuaian antara postingan akun media sosial serta tokoh yang diajak bergabung agar elemen masyarakat bisa dijangkau secara lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardiani, Dwi, Dede Sri Kartini, and Ari Ganjar Herdiansyah. "Strategi Sosialisasi Politik Oleh Kpu Kabupaten Ngawi Untuk Membentuk Pemilih Pemula Yang Cerdas Dalam Pemilihan Gubernur Dan Wakil Gubernur Jawa Timur Tahun 2018 Di Kabupaten Ngawi." *Jurnal Socius: Journal of Sociology Research and Education* 6, no. 1 (2019): 18–32.
- Dasuki, Ira, and Umaimah Wahid. "Penggunaan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Untuk Membangun Brand Awareness Saat Pandemi Covid-19." *PARAHITA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 1, no. 2 (2020): 47–54.
- Endri, Engga Probi, and Kurniawan Prasetyo. "New Media: Instagram @sumbar_rancak as a Means of Promoting Tourism in West Sumatra." *New Media*, n.d., 9.
- Furqon, Muhammad Ariful, Deny Hermansyah, Rita Sari, Alifian Sukma, Yanuandika Akbar, and Nur Aini Rakhmawati. "Analisis Jenis Posting Media Sosial Pemerintah Daerah Di Indonesia Berdasarkan Like Dan Analisis Sentimental Masyarakat." *Jurnal Sositologi* 17, no. 2 (July 11, 2018): 177. <https://doi.org/10.5614/sostek.itbj.2018.17.2.1>.
- Harahap, Machyudin Agung, and Susri Adeni. "Tren Penggunaan Media Sosial Selama Pandemi Di Indonesia." *Professional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik* 7, no. 2 (2020): 13–23.
- Hasfi, Nurul. "Komunikasi Politik Di Era Digital." *POLITIKA* 10, no. 1 (2019).
- Junawan, Hendra, and Nurdin Laugu. "Eksistensi Media Sosial, Youtube, Instagram Dan WhatsApp Ditengah Pandemi Covid-19 Dikalangan Masyarakat Virtual Indonesia." *Baitul'Ulum: Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, 2020, 41–57.
- Lazuardi, Rivaldi Izza. "Pemanfaatan Media Sosial Instagram, Twitter, Dan Facebook Oleh Calon Legislatif Dalam Pengenalan Kepada Pemilih Millenial Di Kota Surabaya Pada Pemilihan Legislatif Tahun 2019." PhD Thesis, UNIVERSITAS AIRLANGGA, 2018.
- Lia, Octavia. "Sosialisasi Politik Virtual Pada Pemilihan Walikota Dan Wakil Walikota Bandar Lampung Tahun 2020 (Studi Pada Pemilih Pemula Melalui Media Sosial Resmi Komisi Pemilihan Umum Kota Bandar Lampung)." PhD Thesis, UIN RADEN INTAN LAMPUNG, 2022.
- Maulandari, Noor, and H M Uhaib As'ad. "Partisipasi Politik Pemilih Pemula Pada Pilkada Gubernur Kalimantan Tengah 2020," n.d., 11.
- Mivadila, Melisa, Emeraldy Chatra, and Ria Ariany. "Proses Komunikasi Dalam Sosialisasi Pilgub Sumatera Barat Tahun 2015." *Profetik: Jurnal Komunikasi* 11, no. 2 (December 19, 2018): 05. <https://doi.org/10.14421/pjk.v11i2.1477>.
- Munandar, Harris, and S. Maman. "Aktivitas Komunikasi Pemerintahan Ridwan Kamil Di Media Sosial." *Prosiding Hubungan Masyarakat* ISSN 2460 (2016): 6510.
- Octafitria, Yovita. "Media Sosial Sebagai Agen Sosialisasi Politik Pada Kaum Muda."

- Indonesian Journal of Sociology and Education Policy 1, no. 1 (2016): 13–34.
- Perangin-angin, Loina LK, and Munawaroh Zainal. “Partisipasi Politik Pemilih Pemula Dalam Bingkai Jejaring Sosial Di Media Sosial.” *Jurnal Aspikom* 3, no. 4 (2018): 737–54.
- Rahmawan, Detta, Jimi Narotama Mahameruaji, and Preciosa Alnashava Janitra. “Potensi Youtube Sebagai Media Edukasi Bagi Anak Muda.” *EduLib* 8, no. 1 (July 24, 2018): 81. <https://doi.org/10.17509/edulib.v8i1.11267>.
- Rahmawati, Misna Muzdalifa. “Strategi Komunikasi Komisi Pemilihan Umum (Kpu) Untuk Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Dalam Menggunakan Hak Pilih Pada Pemilihan Umum 2019 Di Kabupaten Nganjuk.” PhD Thesis, IAIN Ponorogo, 2022.
- Redhani, Muhammad Erfa, Muhammad Syahril Fitri, Afif Khalid Khalid, and Hanafi Hanafi. “Sosialisasi Pemilu Kepada Pemuda Guna Menciptakan Pemuda Yang Sadar Pemilu Di Kota Banjarmasin.” *Jurnal Pengabdian Al-Ikhlas Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjary* 6, no. 1 (2020).
- Safiullah, Md, Pramod Pathak, Saumya Singh, and Ankita Anshul. “Social Media as an Upcoming Tool for Political Marketing Effectiveness.” *Asia Pacific Management Review* 22, no. 1 (March 2017): 10–15. <https://doi.org/10.1016/j.apmr.2016.10.007>.
- Sakti, Bulan Cahya, and Muchammad Yulianto. “Penggunaan Media Sosial Instagram Dalam Pembentukan Identitas Diri Remaja.” *Interaksi Online* 6, no. 4 (2018): 490–501.
- Setiadi, Ahmad. “Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektifitas Komunikasi.” *Cakrawala-Jurnal Humaniora* 16, no. 2 (2016).
- Supit, Gerry Rizky Andrian, and AG Eka Wenats Wuryanta. “Media Sosial Sebagai Media Politik Dalam Pilkada (Studi Kasus Pemanfaatan Media Sosial Dalam Pilkada Kabupaten Sukabumi 2020),” n.d.
- Ulyanisa, Bella Rofi, and Yoga Satrio. “Hambatan Dan Tantangan Penyelenggaraan Pemilihan Kepala Daerah Serentak 2020.” *JLR - Jurnal Legal Reasoning* 3, no. 2 (June 30, 2021): 137–61. <https://doi.org/10.35814/jlr.v3i2.2411>.
- Yuliani, Wiwin. “Metode Penelitian Deskriptif Kualitatif Dalam Perspektif Bimbingan Dan Konseling.” *Quanta* 2, no. 2 (2018): 83–91.