

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Implementasi teknologi di masa *revolusi digital technology* ditandai dengan banyaknya pengguna yang memakai untuk kepentingan mereka masing-masing. Hal ini dibuktikan dengan adanya inovasi-inovasi terbaru. Inovasi ini mempunyai dampaknya tersendiri bagi kalangan masyarakat luas, terutama mereka yang menggunakan koneksi internet dalam kehidupan sehari-harinya. Koneksi internet saat ini sangat mudah digunakan oleh setiap kalangan. Sehingga tidak ada alasan lagi untuk tidak mengenal internet. Internet juga merupakan sebuah revolusi yang telah merubah tatanan kehidupan ekonomi dan social kita, dengan adanya koneksi internet maka apapun yang dibutuhkan akan terpenuhi.

Banyak sekali koneksi internet ini dimanfaatkan untuk media diskusi, seperti politik yang dimana koneksi internet ini meliputi website, blo, media sosial, aplikasi mobil dan lain-lain. Sering kali kita melihat media sosial yang digunakan sebagai alat komunikasi sebagai media kampanye oleh beberapa aktor politik ataupun oleh pasangan calon yang akan menduduki suatu jabatan strategis di pemerintahan. Tentunya mereka yang akan menjadi aktor politik dalam pemilihan umum. Kampanye online ini merupakan salah satu strategi terbaru yang digunakan oleh mereka dalam upaya untuk memperebutkan pilihan rakyat.

Pada tahun 2020 ini Indonesia sedang mengalami bencana darurat non alam yaitu pandemik *Covid-19* tidak hanya di Indonesia melainkan di dunia. Sehingga dalam penyeleksian pemimpin wilayah pelaksanaannya akan berbeda. Pemilihan langsung pada tahun 2020 pelaksanaannya menyertakan protokol kesehatan. Akan tetapi tidak menjadi hambatan dalam penyelenggaraannya karena pemilihan langsung sejak dahulu merupakan pesta demokrasi yang menjadi sarana untuk kemajuan suatu daerah dalam lima tahun yang akan datang. Maka dari itu penyeleksian terhadap pemimpin wilayah ini ditanggap dengan baik agar tidak mengurangi esensi dalam penyelenggaraannya. Berbagai strategi yang dilakukan

oleh aktor politik dan komunikator politik yang lain agar dapat dipahami oleh khalayak. Seperti melalui beberapa upaya yang dilakukan oleh komunikator politik atau membentuk tik sukses kampanye untuk merealisasikan rencana menjadi hasil apa yang telah diharapkan, dan tim konsultan politik agar dapat merumuskan strategi kampanye dan menyusun makna pesan agar dapat dinilai oleh khalayak. Mengingat Indonesia sedang mengalami bencana darurat non-alam yaitu *Covid-19* maka pemerintah Indonesia melakukan pembatasan kampanye pada pilkada yang bertujuan untuk memutuskan rantai penyebaran *covid-19*.

Maka komunikasi politik pada kampanye pilkada 2020 dilaksanakan secara daring (dalam jaringan) yang sebenarnya merupakan istilah penggunaannya menggunakan koneksi internet salah satunya menggunakan media sosial ini yang dimana dapat memberikan informasi berupa opini dan fakta sehingga dapat menggairahkan diskusi dan membangun hubungan antara individu. Salah satu Media sosial yang paling populer dikalangan masyarakat luas yaitu Media Sosial *Facebook*. Jaringan sosial yang dimana penggunaanya dapat digunakan siapa saja dan dapat mengirim pesan atau informasi dari individu ke individu lainnya di dunia melalui jaringan sosial ini bisa kita sebut juga dengan Media Sosial *Facebook*.

Penggunaan media sosial *facebook* ini tidak luput dari yang namanya pecintraan politik yang telah berkembang di Indonesia. Pecintraan seperti ini menciptakan ruang publik merupakan ranah kehidupan sosial dalam jaminan mendapat kebebasan dalam mengemukakan pendapatnya, sehingga dapat terbentuk sesuatu yang mendekati opini publik. Jika para aktor politik menjadi lebih peka terhadap opini publik yang kemungkinan mendominasi dalam proses membuat kebijakan dan pengambilan keputusan. Oleh karena itu, opini publik memiliki tujuan awal aktor politik dalam pecintraan politik untuk mendorong lahirnya partisipasi politik. Citra pemimpin konon lebih penting dari pada kemampuannya atau kecakapan dalam menyampaikan pesan politik jauh lebih penting dari pada isinya. Oleh karena itu pecintraan politik tidak dapat dihentikan karena para aktor politik, mereka sangat meyakini bahwa citra politik dapat dianggap menunjukkan kekuasaan dan karakter-karakter lain yang dikehendaki secara politis.

Namun hal ini tidak jauh dari pandangan politik yang berkaitan dengan proses kegiatan politik yang dimana manusia memiliki konsep yaitu sebagai makhluk politik dalam kehidupan sehari-hari. Meskipun dalam politik masyarakat bisa saja banyak yang melalaikan fakta dan opini, maka kekuasaan dalam kondisi apapun tidak selalu digunakan dengan baik. Oleh sebab itu manusia sering kali mengakali untuk menentang penyalahgunaan kekuasaan, terutama bagi mereka yang memegang kekuasaan politik.

Seberapa besarnya kekuasaan yang dimiliki oleh aktor politik maka mereka selalu dihadapkan dengan tuntutan untuk mempertanggungjawabkan apa yang telah mereka lakukan. Jika tidak menjalankan pertanggungjawaban itu maka kekuasaan itu dianggap tidak sah. Penguasa bisa saja mengabaikan tuntutan yang dapat menindas perlawanan namun dalam tatanan masyarakat realitas politik selalu menjadi bidang yang dipersoalkan dan dipertanyakan akan etika moral dalam berpolitik.

Media sosial *facebook* memiliki kapasitas yang dapat mempengaruhi khalayak terutama untuk membentuk opini publik. Media sosial memainkan peran kunci dalam menginformasi tentang politik dan menumbuhkan rasa kemanjuran politik sekaligus memperoleh citranya dari berbagai khalayak sesuai yang disebut dengan citra media. Maka penulis tertarik melakukan penelitian yang berangkat dari keresahan berdasarkan permasalahan yang sudah dipaparkan diatas, sehingga penulis memutuskan akan meneliti mengenai **“PENGUNAAN MEDIA SOSIAL *FACEBOOK* TERHADAP ETIKA POLITIK PADA KAMPANYE PILKADA DI KABUPATEN KARAWANG”**.

B. Fokus Penelitian

Berlandaskan yang melatarbelakangi permasalahan yang diatas, maka penelitian ini difokuskan menjadi rumusan :

1. Apakah peran media sosial *facebook* sebagai alat komunikasi politik efektif untuk membentuk opini publik?
2. Bagaimana pandangan etika politik terhadap kampanye pilkada menggunakan media sosial *facebook*?

3. Bagaimana tindakan Komisi Pemilihan Umum (KPU) menyikapi tim sukses setiap masing-masing calon kandidat yang menggunakan media sosial *facebook* sebagai media kampanye namun tidak mencerminkan etika politik?
4. Bagaimana membenahi komunikasi politik pada pemilihan umum agar tidak terjadi penyebaran informasi hoax?

C. Tujuan Penelitian

Berlandaskan fokus penelitian yang telah dikemukakan, adapun maksud yang hendak diraih adalah:

1. Untuk menginformasikan tentang peran media sosial *facebook* sebagai alat komunikasi politik yang efektif sehingga dapat membentuk adanya opini publik.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis etika politik dalam menggunakan media sosial facebook pada saat kampanye pilkada.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis tindakan Komisi Pemilihan Umum (KPU) dalam menyikapi hal-hal yang tidak mencerminkan etika politik pada saat kampanye pilkada oleh tim sukses masing-masing calon kandidat.
4. Untuk membenahi komunikasi politik pada pemilihan umum agar terhindar dari penyebaran informasi hoax.

D. Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini akan ada sejumlah manfaat yang akan ditemukan yaitu sebagai berikut :

1. Kegunaan dalam aspek teoritis yaitu memberikan gagasan dan informasi sebagai pengetahuan bagi para pembaca pada umumnya penggunaan media sosial *facebook* sebagai media kampanye yang mencerminkan etika politik.
2. Kegunaan dalam aspek Praktis yaitu untuk memperkuat pengetahuan bagi penulis terhadap penggunaan media sosial facebook sebagai media kampanye pilkada dalam pandangan etika politik, sehingga dapat

memberikan kontribusi yang nyata kepada masyarakat melalui bidang pendidikan.

E. Definisi Variabel

Adapun masalah yang akan dikaji melalui definisi variabel, dijabarkan dengan demikian:

1) Media Sosial

Andreas Kaplan dan Michael Haenlein (2010) mengatakan bahwa Suatu kelompok aplikasi internet berbasis kecanggihan teknologi yang dibangun atas ideologi yang dimana penggunaanya dapat saling berbagi informasi atau *user generated content* yang bisa disebut dengan media sosial.

2) Facebook

Menurut Wati dan Rizky (2009), merupakan bagian dari Media sosial yang dapat dimanfaatkan untuk saling mengenal dan memberikan pesan/informasi dalam berbagai keperluan yang sifatnya rekreasi bagi penggunaanya yang disebut sebagai *facebook*.

3) Etika Politik

Suseno (1994:14) mengatakan bahwa mempertanggung jawabkan kewajiban manusia bukan sebagai warga Negara terhadap Negara akan tetapi kewajiban manusia sebagai manusia itulah yang dinamakan etika politik

4) Kampanye

Roger and Storey (1987) mengungkapkan bahwa Suatu tindakan komunikasi yang tersusun untuk dapat menghasilkan dan mempengaruhi pikiran beberapa oknum yang dilakukan secara berkepanjangan pada setiap kurun waktu yang dinamakan kampanye.

5) Pilkada

Menurut Titik Triwulan Tutik (2015:270) Penyeleksian secara langsung Pemimpin wilayah dan wakilnya secara demokratis yang mana sudah terikat dalam UUD RI Tahun 1945 disebut sebagai pilkada.

F. Sistematika Skripsi

Adapun untuk penyusunan sistematika skripsi ini adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

1. Latar Belakang Masalah
2. Fokus Penelitian
3. Tujuan Penelitian
4. Manfaat Penelitian
5. Definisi Variabel
6. Sistematika Skripsi

BAB II KAJIAN TEORI

1. Etika Politik
2. Media Sosial *Facebook*
3. Komunikasi Politik
4. Partisipasi Politik
5. Penyeleksian Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah (Pilkada)
6. Pendidikan Politik
7. Peneliti Terdahulu
8. Kerangka Pemikiran

BAB III METODE PENELITIAN

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian
2. Kehadiran Peneliti
3. Instrumen Penelitian
4. Sumber Data
5. Prosedur Pengumpulan Data
6. Prosedur Analisis Data
7. Teknik Interpretasi Data

BAB IV Data dan Temuan Penelitian

1. Paparan Data
2. Hasil Temuan Penelitian
3. Pembahasan

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

1. Simpulan
2. Saran