



Analisis Isi Sosial Media (*Facebook*) dalam Pemilihan Gubernur Maluku Periode 2019-2024

Ronald Alfredo*, Yustina Sopacua, dan Rikar Sahetapy

Program Studil Ilmu Komunikasi, Universitas Pattimura, Indonesia

Email penulis korespondensi: ronald150877@gmail.com

ABSTRAK

Permasalahan dalam penelitian ini adalah Bagaimana isi pesan Komunikasi Politik pada Sosial Media (*Facebook*) Dalam Menghadapi Pemilihan Umum Gubernur Maluku Periode 2019-2024. maksud dan tujuan penelitian ini adalah Untuk Mengetahui Bagaimana Analisis isi Pesan Dalam Sosial Media (*Facebook*) Dalam Menghadapi Pemilihan Umum Gubernur Maluku. Bentuk penelitian yang di gunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, dengan harapan pendekatan ini mampu mengungkapkan fakta dan informasi objektif dari berbagai pendapat guna memperkaya pemahaman yang menyeluruh tentang permasalahan dalam penelitian ini yaitu, bagaimana isi pesan Komunikasi Politik pada Sosial Media (*Facebook*) Dalam Menghadapi Pemilihan Umum Gubernur Maluku Periode 2019-2024. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam melakukan proses komunikasi politik pada Sosial media *Facebook* sangat berjalan baik. simpatisan dalam mempromosikan Calon kandidat yang menjadi tolak ukur mereka dalam mencapai Kemenangan pada Pilgub 27 Juni 2018 dan realita pada *Facebook* pasangan No urut 3 mempunyai banyak Like tetapi hasilnya yang dicapai tidak sesuai dengan raelita yang terjadi pada akun *Facebook* yang di analisis serta komunikasi politik yang dilakukan di sosial media tidak menjamin dasar untuk mendapatkan suatu kemenangan yang mutlak dalam pemilihan umum.

Kata-kata Kunci: Analisis Isi; Komunikasi Politik; Sosial Media

ABSTRACT

*The problem in this research is the content of political communication messages on social media (*Facebook*) in facing the General Election for Governor of Maluku for the 2019-2024 period. The aim and objective of this research is to find out how to analyze the content of messages in social media (*Facebook*) in facing the Maluku Governor General Election. The form of research used in this research is descriptive qualitative, with the hope that this approach will be able to reveal facts and objective information from various opinions in order to enrich a comprehensive understanding of the problems in this research, namely, what is the content of Political Communication messages on social media (*Facebook*) in Facing Maluku Governor General Election for the 2019-2024 Period. The results of this research show that the political communication process on Facebook social media is going very well. sympathizers in promoting prospective candidates who are their benchmark in achieving victory in the June 27 2018 gubernatorial election and the reality on Facebook that pair No. 3 has a lot of likes but the results achieved are not in accordance with the reality that occurs on the Facebook account that is analyzed and the political communication carried out on social media does not guarantee the basis for achieving an absolute victory in the general election.*

Keywords: Content Analysis; Political Communication; Social Media

28

Submitted: May 24, 2024 Accepted: June 22, 2024 Published: June 30, 2024

E-ISSN: 2807-1182 Website: <https://communicatorsphere.org/>

DOI: <https://doi.org/10.55397/cps.v4i1.110>

Korespondensi: Ronald Alfredo, S.Sos., M.I.Kom. Universitas Pattimura. Jl. Ir. M. Putuhena, Poka, Kec. Teluk Ambon, Kota Ambon, Maluku 97233. *Email:* ronald150877@gmail.com

PENDAHULUAN

Komunikasi merupakan aktifitas dasar manusia. Melalui komunikasi manusia dapat saling berhubungan satu sama lain baik dalam kehidupan sehari-hari di rumah ditempat kerja, pasar, masyarakat, atau dimanapun manusia berada. Tidak ada manusia yang tidak terlibat dalam komunikasi. Komunikasi begitu sangat penting dalam kehidupan manusia, karena harus diakui bahwa manusia tidak bisa hidup tanpa komunikasi karena manusia adalah makhluk sosial yang saling membutuhkan satu sama lain, dengan berkomunikasi secara efektif maka, kegiatan-kegiatan yang sering dilakukan manusia bisa berjalan dengan baik. Tanpa adanya komunikasi dengan baik mengakibatkan ketidak teraturan dalam melakukan kegiatan sehari-hari baik itu di rumah maupun dalam suatu organisasi, perusahaan dan dimanapun manusia itu berada.

Komunikasi terjadi dimana-mana dengan tujuan berbeda pula. Seperti dalam sebuah kelompok, organisasi, keluarga, antara dua orang ataupun komunikasi di dalam diri sendiri. Macam-macam komunikasi ini memiliki tujuan yang berbeda pula. Namun tujuan utama dari terjadinya komunikasi yaitu tersampainnya pesan dari pengirim kepada penerima. Pesan itu baik berupa informasi maupun bujukan. Pengiriman pesan tersebut dilakukan melalui bermacam-macam cara dan alat. Melalui mulut ke mulut maupun menggunakan media atau dengan kata lain secara tertulis maupun lisan. Kehadiran sebuah media di belahan bumi manapun, baik cetak, elektronik, maupun internet telah banyak memberikan pengaruh sedikit banyak terhadap opini dan prilaku masyarakat. Bahkan, di tengah era globalisasi seperti saat ini, keberadaan sebuah media justru semakin dibutuhkan sebagai sarana layanan informasi kepada masyarakat. Dalam konteks politik misalnya, media juga seringkali dipergunakan sebagai jalur utama dalam mengkomunikasikan program kerja, pesan politik, atau pembentukan image politik partai atau seseorang. Bahkan, hebatnya cara kerja media, seringkali dimanfaatkan oleh sekelompok orang untuk hal-hal yang tidak patut, seperti pembunuhan karakter, berita hoax misalnya.

Besarnya potensi media sosial menjadi sumber informasi politik telah mendorong optimisme pemberdayaan digital, pembaruan ruang publik,hingga memfasilitasi aktor politik di tanah air menyebarluaskan informasi mengenai kegiatannya sebagai abdi masyarakat. Kehadiran media sosial memungkinkan politisi berkomunikasi dengan konstituennya dengan gaya informal sebagai bentuk interaksibaru terhadap transparansi penyelenggaraan pemerintah. (Sembada dan Sadjijo, 2020). Selain pada itu juga komunikasi politik adalah aspek yang selalu ditemui dalam setiap aktivitas politik, studi komunikasi politik selalu dapat dilihat

dalam setiap kajian ilmu politik walaupun hal tersebut tidak kurang disadari banyak orang (Pureklolon, 2016)

Fenomena media sosial di tengah zaman yang penuh inovasi teknologi komunikasi di dunia maya sangat berperan dalam aktivitas keseharian bersosial di masyarakat. Perkembangan teknologi komunikasi di ranah global saat ini sangat pesat. Perubahan ini tentunya memberikan dampak yang signifikan di berbagai bidang seperti sosial, ekonomi, pendidikan, dan bidang – bidang yang lainnya. Media merupakan konten online yang dibuat menggunakan teknologi penerbitan yang sangat mudah diakses dan terukur. Paling penting dari teknologi ini adalah terjadinya pergeseran cara mengetahui orang, membaca dan berbagi berita, serta mencari informasi dan konten. Ada ratusan saluran media sosial yang beroperasi di seluruh dunia saat ini, dengan tiga besar facebook, LinkedIn, dan twitter. Situs jejaring sosial hadir menjadi sesuatu yang digemari oleh banyak kalangan. Facebook merupakan salah satu contoh situs jejaring sosial yang paling digemari oleh hampir seluruh lapisan masyarakat begitu juga dengan pelajar. Facebook saat ini sudah menjadi sebuah fenomena baru. Banyak orang dalam sehari *login* di akun Facebook mereka lebih dari sekali. Facebook merupakan salah satu jejaring sosial yang banyak dinikmati oleh berbagai kalangan, baik kalangan muda maupun kalangan tua saat ini. Penggunaan facebook saat ini sangat berkembang pesat mengikuti gaya atau mode teknologi yang terus berkembang pesat. Pada mulanya komunikasi melalui internet hanya dapat dinikmati melalui chatting room dan sejenisnya, kemudian social network berkembang melalui tampilan yang lebih interaktif dan menggoda (contoh, *Friendster*) dan saat ini lebih disempurnakan lagi di dalam salah satu media komunikasi yang tampilannya lebih kompleks seperti facebook.

Media sosial adalah salah satu jembatan untuk berkomunikasi. Jika dilihat zaman dulu berkomunikasi dengan bertatap muka ataupun dengan bertukar surat setelah Napoleon Bonaparte yang menemukan mesin cetak informasi pun terus meningkat dari satu daerah kedaerah yang lainnya (Awaliyah, 2021). Media sosial dapat menjadi alat untuk memengaruhi setiap perilaku dan pengambilan keputusan khalayak (Rasyid dan Tunggali, 2022). Media sosial baru marak mulai menjelang tahun 2010, dan melonjak signifikan pemakaiannya hingga sekarang. Banyak yang bisa memanfaatkan media sosial untuk penyebaran konten positif, misalnya pendidikan, hubungan pemerintah dan masyarakat, penyebaran ajaran agama, peningkatan ekonomi. Namun harus diakui, media sosial tanpa menggunakan moral, etika, ajaran agama yang baik, justru bisa menjadi tempat yang subur bagi munculnya informasi fitnah, hasut, hoax, asusila.

Penelitian tentang Pilkada Gubernur Maluku 2019 memiliki relevansi ilmiah yang signifikan dalam beberapa aspek penting. Pertama, penelitian ini memungkinkan pemahaman mendalam terhadap dinamika politik lokal, termasuk faktor-faktor yang memengaruhi hasilnya seperti popularitas calon, isu-isu kampanye, dan strategi politik yang digunakan. Kedua, penelitian ini dapat mengungkap pola partisipasi politik masyarakat dalam proses pemilihan, serta faktor sosial dan ekonomi yang mempengaruhinya. Ketiga, penelitian ini relevan untuk mengeksplorasi pengaruh media dan informasi dalam membentuk persepsi publik terhadap calon-calon, serta peran media sosial dalam kampanye politik. Keempat, dari sudut pandang sosial ekonomi, penelitian ini menganalisis dampak kebijakan yang dijanjikan calon terpilih terhadap masyarakat Maluku. Terakhir, penelitian ini memberikan perspektif penting bagi pembuat kebijakan dalam merancang kebijakan publik yang responsif terhadap kebutuhan dan harapan masyarakat pasca-Pilkada.

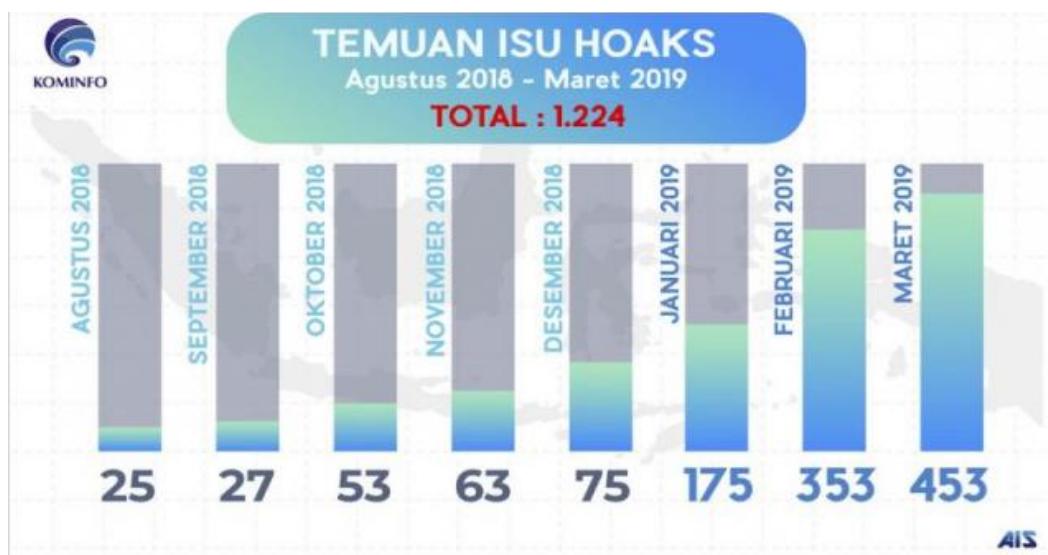
Dengan demikian, penelitian tentang Pilkada Gubernur Maluku 2019 tidak hanya memberikan wawasan akademis, tetapi juga relevansi praktis yang luas dalam memahami politik lokal dan dampaknya terhadap masyarakat. Peneliti mengamati, sejak Pilgub Gubernur Maluku 2018, hingga sekarang, media sosial juga menjadi ajang polarisasi antara kubu politik yang berseberangan. Polarasi itu kadang ekstrem, karena melibatkan fitnah, hasut dan hoax yang sebenarnya jauh dari perintah agama, dan normal kesusilaan, Etika dan Moral bangsa kita. Dari sisi norma kesusilaan dan kesopanan, perilaku menyebar hoax bertentangan dengan bertindak dan berperilaku jujur, berbicara hal-hal yang baik, menghormati orang lain.

Fenomena komunikasi politik di Media Sosial Facebook dalam ajang Pemilihan Gubernur Maluku Periode 2019-2014, dalam kondisi ini semua postingan mengenai hal-hal baik yang menyangkut dengan masing-masing calon Kandidat adalah segala kenirja yang di anggap dapat mempengaruhi atau mempersuafif Pemilih dalam hal ini masyarakat Netizen atau masyarakat pemilih yang terlibat langsung dalam media sosial Facebook tersebut. Selain itu juga ada postingan-postingan yang anggap tidak mendukung di komentari atau tidak setuju dengan kinerja dari masing-masing Calon Kandidat tersebut, maka mereka saling menjastisifikasi satu sama lain dalam hal ini untuk masyakat Netizen dapat melihat dan menilai manakah Calon kandidat yang terbaik untuk memimpin Provinsi Maluku selama 5 tahun Kedepan

Hoax merupakan informasi yang direkayasa untuk menutupi informasi sebenarnya dengan kata lain hoaks diartikan sebagai upaya memutarbalikkan fakta menggunakan informasi yang meyakinkan tetapi tidak dapat diverifikasi kebenarannya, dan dapat pula diartikan sebagai tindakan mengaburkan informasi yang sebenarnya dengan cara membanjiri suatu media dengan

pesan yang salah agar bisa menutupi informasi yang benar yang biasanya digunakan dalam media sosial, misalnya : facebook, twitter, whatsapp, blog dan lain-lain (Listuti, 2023). Tujuan dari hoax yang disengaja adalah membuat masyarakat merasa tidak aman, tidak nyaman, dan kebingungan. Propaganda hoaks yang selalu terjadi di ranah media baru dan dilakukan secara repetitive atau berulang-ulang sehingga membuat kebingungan di tengah masyarakat (Tahir et al, 2020). Dalam kebingungan, masyarakat akan mengambil keputusan yang lemah, tidak meyakinkan, dan bahkan salah langkah. Perkembangan hoax di media sosial semula dilakukan untuk sarana pembulian. Namun, perkembangan selanjutnya, hoax dimanfaatkan sebagai alat black campaign di pesta demokrasi yang mempengaruhi persepsi pemilih.

Penyebaran hoax di media sosial Indonesia, mulai marak sejak media sosial populer digunakan oleh masyarakat Indonesia. Ini disebabkan sifat dari media sosial yang memungkinkan akun anonim untuk berkontribusi, juga setiap orang, tidak peduli latar belakangnya, punya kesempatan yang sama untuk menulis. Beberapa orang yang tidak bertanggung jawab, menggunakan celah ini untuk menggunakan media sosial dalam konteks negatif, yaitu menyebarkan fitnah, hasut dan hoax. Hal ini semakin parah ketika musim pemilu. Media sosial, di satu sisi digunakan untuk ajang kampanye positif, namun banyak yang menggunakannya untuk kampanye negatif. Selain dunia politik, kekuatan hoax juga merambah ke masyarakat luas dengan menggunakan kedok agama. Mereka bisa merekrut sebanyak mungkin orang yang se-iman, dengan jalan menyebarkan hoax sebagai bagian dari perjuangan iman-Nya.



Sumber: Presentasi isu Hoax yang diterima Kominfo, 2019

Gambar 1 Data Isu Hoax 2018-2019

Hoax sudah merajalela di media sosial. Puncaknya saat Pemilihan Kepala Daerah tahun 2014 dimulai. Menurut data dari Mastel hoax paling sering ditemukan yaitu berkaitan dengan

Sosial Politik. Suhu politik di negeri ini kembali memanas. Isu-isu politik kembali bertebaran baik di media sosial maupun media massa. Walau hajatan pilkada serentak ini terjadi di beberapa daerah namun pilgub Maluku menjadi yang paling ramai dan panas. Pilkada rasa pilpres begitu istilahnya.

Terlepas dari itu semua, peneliti mengikuti perkembangan politik dan pemilihan kepala daerah oleh partai-partai politik, terutama yang terjadi di Maluku. Ada tiga pasangan calon yang sudah di umumkan oleh KPU Maluku, yaitu paslon Said Assagaf –Andreas Betanubun yang di usung oleh Golkar, Demokrat, PKS dan PBB, Herman Koedubun yang melalui Jalur Independen dengan Dukungan KTP dan Murad Ismail –Barnabas Orno yang di usung oleh PDIP, Nasdem, Gerindra, Hanura, PKB, PPP, PAN, PKP, PERINDO Menilik ketiga kandidat calon Gubernur Maluku tersebut, ketiganya mempunyai latar Penddikan dan Kemampuan yang berbeda pula. dan Terutama untuk yang notabene adalah calon Independen hampir semua partai melakukan mekanisme penyaringan calon gubernur dengan mengundang atau membuka pendaftaran bagi mereka yang ingin di usung oleh partai mereka. Partai-partai politik masih merasa bargaining power mereka dalam menentukan pemimpin di negeri ini tidak bisa di tandingi oleh kekuatan nonpartai. Pemilihan kepala daerah selalu menjadi peristiwa menarik terutama bagi masyarakat di wilayah atau daerah pemilihan dilaksanakan. Peraturan pelaksanaan pemilihan kepala daerah diatur pelaksanaannya berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 6 tahun 2005, dimana pemilihan adalah sarana pelaksanaan kedaulatan rakyat di Wilayah Provinsi kabupaten, kota berdasarkan Pancasila dan Undang-undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 untuk memilih kepala daerah. Selanjutnya dijelaskan bahwa kepala daerah dan wakil kepala daerah adalah gubernur dan wakil gubernur untuk Provinsi, Bupati dan wakil bupati untuk Kabupaten, serta Walikota dan Wakil Walikota untuk kota.

Peristiwa Pemilihan Gubernur merupakan salah satu yang menjadi perhatian khusus bagi hampir setiap elemen masyarakat di suatu provinsi. Berbagai kepentingan membuat banyak pihak menaruh harapan atas gubernur terpilih. Gubernur pada Orde Reformasi ini tidak lagi ditentukan oleh elit politik di Dewan Perwakilan Rakyat (DPR), Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) seperti pada Orde Baru, tapi sudah dipilih secara langsung oleh masyarakat. Pemilihan yang bersifat langsung, membuat interaksi antara yang dipilih dengan yang memilih menjadi hal yang menarik untuk diamati, khususnya tentang bagaimana komunikasi politik Calon Gubernur (cagub) dalam meraih suara untuk terpilih sebagai gubernur. Pada Fenomena menjelang Gubernur Maluku mulai memanas dan apa yang Penulis Temui yaitu (1) Adanya Berita Hoax yang di sampaikan para Oleh Tim Kandidat yang lain untuk menjatuhkan popularitas (Basis Masa) Kanditat tertentu, (2) Begitu maraknya saling menjatuhkan atau

fitnahan Visi dan Misi oleh setiap pendukung antara kandidat yang lain, dan (3) adanya isu sara dan ras bahkan agama sehingga ini merupakan masalah yang sangat Serius yang ingin menghilang Budaya Pela Gandong Islam, Sarane sebagai orang Bersudara di Maluku dengan Slogan Pela Gandong atau Sagu salempeng berpatah dua, Ale rasa beta rasa menghilang karena di Adopsi dengan Budaya Politik.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan yaitu deskriptif kualitatif dengan pendekatan analisis konten. Penelitian ini fokus pada analisis akun grup pasangan kandidat Pilkada Maluku 2018, dengan objek penelitian di media sosial, khususnya Facebook. Data-data yang dianalisis dalam artikel ini dikumpulkan dari masing-masing grup atau akun media sosial pasangan kandidat dalam Pilkada Gubernur Maluku 2018 periode 2019-2024. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana kampanye dan interaksi sosial para kandidat berlangsung di platform media sosial, serta untuk mengidentifikasi tema dan pesan utama yang disampaikan kepada publik melalui media sosial tersebut. Data dikumpulkan melalui teknik observasi dan dokumentasi terhadap postingan, komentar, dan berbagai aktivitas yang terkait dengan kampanye Pilkada di Facebook. Analisis konten digunakan untuk mengevaluasi dan menginterpretasi makna dari data yang dikumpulkan, sehingga dapat memberikan gambaran yang mendalam mengenai strategi komunikasi politik yang diterapkan oleh masing-masing kandidat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan Tabel 1, jumlah postingan yang diberi Like dan komentar menunjukkan beberapa tren menarik. Pasangan nomor urut 1, Ir. Said Assagaf & Andre Retanubun, menerima antara 50-100 Like dan 10-35 komentar per postingan. Pasangan ini merupakan petahana yang telah berperan penting dalam pemerintahan daerah selama periode 2014-2019 dan memiliki program kerja nyata yang telah dilaksanakan untuk masyarakat Maluku.

Tabel 1 Analisis Postingan masing-masing Calon Kandidat Gubernur Maluku Periode 2019-2024 Pada Facebook

No	Calon Kandidat	Nama Pasangan Calon	Analisis Postingan	
			Like	coment
1	SANTUN	Ir.Said Assagaf &Andre Retanubun	50-100	10-35
2	BAILEO	Murad Ismail & Drs. Barnabas Orno	70-100	20-45
3	HEBAT	Herman A. Koedoboен & Abdullah Vanath	100-150	45-70

Pasangan nomor urut 2, Murad Ismail & Barnabas Orno, menerima 70-100 Like dan 20-45 komentar per postingan. Jumlah ini lebih tinggi dibandingkan dengan pasangan nomor urut 1. Menurut analisis peneliti, peningkatan ini disebabkan oleh popularitas Murad Ismail sebagai seorang Jenderal yang dianggap mampu membawa perubahan positif bagi Maluku, serta keberhasilan Barnabas Orno sebagai kepala daerah di Kabupaten Maluku Barat Daya (MBD). Dukungan dari beberapa partai politik juga memperkuat posisi pasangan ini.

Pasangan nomor urut 3, Herman Koedoeboen & Abdullah Vannath, menerima 100-150 Like dan 45-75 komentar per postingan. Popularitas mereka yang tinggi di media sosial membuat pasangan ini menjadi pesaing kuat bagi pasangan nomor urut 1 dan 2. Pasangan nomor urut 3 maju melalui jalur independen, tanpa dukungan partai politik, yang menarik perhatian masyarakat aktif di Facebook dan mempengaruhi pilihan mereka dalam Pilkada ini. Berikut data Akun Facebook Tim sukses atau Simpatisan Kandidat Pilgub Maluku 2018:

Tabel 2 Sebaran usia Akun Facebook Tim

No Urut	Nama Pasangan Calon	Tingkatan Umur
1	SANTUN (Ir.Said Assagaff-Andrias Retanubun)	30-40 an
2	BAILEO (Murad Ismail-Barnabas Orno)	20-40 an
3	HEBAT (Herman Koedoeboen-Abdullah Vannath)	20-40 an

Pemilihan Gubernur Maluku Periode 2019-2024 juga menjadi ajang di mana media sosial digunakan oleh Tim Sukses 3 kandidat Pilgub. Ketiganya membangun Komunikasi Politik melalui media sosial salah satunya melalui Facebook. Dalam laman akun Facebook, Timses Santun di-likes oleh 50-100 pengguna Facebook. Sementara akun Timsus Baileo di-likes oleh 75-150 pengguna dan lebih mendominasi Postingan yang banyak di-likes pasangan Hebat dengan jumlah Likes 150-200 oleh pengguna Facebook. Hasil penelitian menemukan bahwa akun Facebook Timses atau Simpatisan Pasangan HEBAT yang lebih banyak di sukai oleh Pengguna Facebook dalam postingan yang di-likes berupa isi pesan (teks), gambar dan video.



Sumber: Data screen capture Peneliti

Gambar 2 Postingan masing-masing Calon di Facebook

Media sosial sangat perlu digunakan sebagai media pemasaran atau promosi bagi calon Gubernur Maluku periode 2018-2023. Tujuan akhir dari pemasaran atau promosi ini adalah untuk mencapai kepuasan masyarakat melalui akun Facebook dengan menyampaikan pesan-pesan yang diberikan oleh tim kampanye masing-masing kandidat untuk mempengaruhi atau meyakinkan mereka. Dalam konteks komunikasi politik, tujuannya adalah membentuk makna-makna politis dalam benak masyarakat melalui stimulus produk politik. Makna-makna ini pada akhirnya akan mempengaruhi pilihan pemilih.

Proses Komunikasi Politik melalui Sosial Media Facebook Dalam Pemilihan Gubernur Maluku

Pada bagian ini peneliti mendeskripsikan proses komunikasi politik melalui media sosial Facebook yang dilakukan oleh simpatisan atau tim sukses masing-masing calon. Melalui analisis isi pesan komunikasi politik di media sosial, terlihat bahwa simpatisan sering melakukan aktivitas surfing di internet ketika bekerja sebagai tim sukses. Kebanyakan aktivitas surfing ini digunakan untuk mengakses jejaring sosial Facebook, dengan tujuan mempengaruhi pemilih yang aktif di platform tersebut.

Pesan-pesan di Facebook berupa pesan virtual yang dikirimkan oleh tim sukses atau simpatisan dalam bentuk pernyataan dan diletakkan pada wall atau dinding Facebook. Pesan-pesan ini dapat memicu respon atau umpan balik dari masyarakat yang aktif di Facebook, menunjukkan bahwa jejaring sosial ini bisa digunakan sebagai sarana komunikasi selain dari media massa atau khalayak luas, juga sebagai komunikasi interpersonal. Komentar yang diberikan oleh pengguna Facebook menjadi bentuk respon, meskipun fitur komentar bersifat tidak langsung atau tertunda. Ini berbeda dengan fitur chat atau video call yang bersifat langsung, memungkinkan terjadinya feedback seketika.

Melalui berbagai fitur dan grup di Facebook, tim sukses memanfaatkan proses komunikasi politik untuk mencapai khalayak. Namun, proses komunikasi interaksional di jejaring sosial Facebook tidak selalu efisien karena faktor gangguan (noise) yang sering terjadi pada jaringan internet. Konektivitas yang stabil dan cepat sangat mempengaruhi proses komunikasi politik di dunia maya, khususnya di media sosial Facebook.

Proses komunikasi politik melalui Facebook yang dimanfaatkan oleh tim sukses dalam pemilihan Gubernur Maluku periode 2019-2024 masuk dalam kategori proses komunikasi sekunder. Media sosial berperan penting dalam menyalurkan pesan-pesan persuasif dan informatif kepada khalayak, serta sebagai sarana untuk melayani masyarakat netizen. Hal ini menjadi salah satu strategi yang dapat menunjang upaya menarik perhatian pemilih dalam

Pemilihan Gubernur Maluku periode 2019-2024, meskipun pada prinsipnya, feedback dari komunikasi berbasis media sosial bersifat tertunda.

Pemanfaatan Sosial Media Facebook dalam Pemilihan Gubernur Maluku Periode 2019-2024

Media atau saluran komunikasi memiliki peran penting dalam menyukseskan penyampaian pesan di luar jangkauan pengirim secara langsung. Penggunaan media sosial dalam kampanye politik dapat menjadi strategi yang efektif untuk mencapai partisipasi politik yang lebih luas, mempengaruhi persepsi publik, dan membentuk opini politik (Farid, 2023). Dalam konteks ini, simpatisan atau tim sukses masing-masing calon kandidat memanfaatkan media sosial Facebook bukan hanya sebagai platform tambahan, tetapi sebagai alat untuk memberikan informasi mengenai calon Gubernur yang didukung. Ini melengkapi dan menyempurnakan proses komunikasi politik, serta membantu menarik perhatian masyarakat kepada pasangan calon favorit mereka. Berikut adalah beberapa cara pemanfaatan media sosial Facebook dalam Pemilihan Gubernur Maluku Periode 2019-2024:



Sumber: Data *screen capture* Peneliti
Gambar 3 Postingan masing-masing Calon di Facebook

Sarana untuk mempromosikan Calon Kandidat Pilgub 2018

Media online atau internet telah memiliki dampak besar dalam beberapa tahun terakhir. Masyarakat secara tidak sadar telah memberikan kontribusi dalam mengembangkan pemikiran atau usaha dalam "Pemilihan Gubernur Maluku Periode 2019-2024". Penerapan komunikasi politik di media sosial Facebook menjadi salah satu strategi promosi dari semua kandidat, dengan dampak yang signifikan meskipun belum tentu dapat dipercaya sepenuhnya.

Proses yang dilalui oleh para politisi dalam Pilgub 2018 dimulai dari pendaftaran untuk mengambil nomor urut masing-masing calon kandidat, kemudian dilanjutkan dengan kampanye yang dimulai pada tanggal yang ditentukan oleh KPU Provinsi Maluku, hingga

pemilihan pada 27 Juni 2018. Hasil akhir pemilihan menunjukkan bahwa pasangan nomor urut 1, SANTUN (Ir. Said Assagaff-Anderias Retanubun), memperoleh 251.036 suara (31,16%), pasangan nomor urut 2, BAILEO (Murad Ismail-Barnabas Orno), memperoleh 328.982 suara (40,83%), dan pasangan nomor urut 3, HEBAT (Herman Koedoeboen-Abdullah Vanath), memperoleh 225.638 suara (28,01%).

Berdasarkan hasil survei dan pengumpulan suara dari berbagai TPS, pasangan nomor urut 2, BAILEO, dinyatakan sebagai pemenang dalam Pilgub pada 27 Juni 2018 dengan keputusan KPU pada 9 Juli 2018. Pasangan BAILEO terpilih sebagai Gubernur Maluku Periode 2019-2024 dan akan memimpin Maluku selama 5 tahun ke depan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan, peneliti menyimpulkan bahwa komunikasi politik di media sosial Facebook berjalan secara objektif dan efektif, dengan penekanan pada politik bersih. Kesimpulan ini didasarkan pada teori fenomenologi, yang digunakan oleh tim sukses dan simpatisan untuk mempromosikan pasangan calon yang mereka dukung. Peneliti mencermati temuan dan menganalisis isi pesan di Facebook mengenai peran tim sukses atau simpatisan dalam mempromosikan calon kandidat sebagai tolak ukur untuk mencapai kemenangan pada Pilgub 27 Juni 2018. Meskipun pasangan nomor urut 3 memiliki banyak *Like* di Facebook, hasil akhirnya tidak sesuai dengan realitas di akun Facebook yang dianalisis oleh peneliti. Komunikasi politik di media sosial tidak menjamin kemenangan mutlak dalam pemilihan umum.

DAFTAR PUSTAKA

- Awaliyah, C., Dewi, D. A., & Furnamasari, Y. F. (2021). Media Sosial Mempengaruhi Integrasi Bangsa. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(3), 7868-7874
- Farid, A. S. (2023). Penggunaan media sosial dalam kampanye politik dan dampaknya terhadap partisipasi politik dan persepsi publik. *Qaulan: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 4(1), 45-50
- Listuti, E. M. (2023). Penanggulangan Penyebaran Hoaks Yang Mengancam Keamanan Negara Indonesia di Dunia Maya Dengan Pendekatan Bela Negara. *Jurnal Magister Ilmu Hukum*, 8(1), 16-35
- Pureklolon, T. P. (2016). *Komunikasi Politik*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Rasyid, E., & Tuggali, A. P. P. W. (2022). Strategi brand activation Perguruan Tinggi Muhammadiyah Aisyiyah di masa pandemi COVID-19. *PRofesi Humas*, 6(2), 178-196
- Sembada, W. Y., & Sadjijo, P. (2020). Strategi Pesan Aktor Politik Dalam Media Sosial: (Studi Kasus Akun Wali Kota Tangerang Selatan Banten). *Jurnal Komunikasi, Masyarakat dan Keamanan*, 2(1)
- Tahir, R., Kusmanto, H., & Amin, M. (2020). Propaganda Politik Hoaks dalam Pemilihan Presiden Tahun 2019. *PERSPEKTIF*, 9(2), 236–251