

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pemilihan Kepala Desa (Pilkades) merupakan salah satu bentuk demokrasi lokal di Indonesia yang memberikan kesempatan kepada masyarakat desa untuk secara langsung memilih pemimpin yang akan menyelenggarakan pemerintahan, pembangunan, dan pemberdayaan masyarakat desa. Pilkades menjadi sarana bagi masyarakat untuk menyalurkan hak politik sekaligus berpartisipasi dalam menentukan arah pembangunan desa melalui pemilihan kepala desa yang dinilai mampu mewakili kebutuhan dan aspirasi masyarakat. Dalam konteks demokrasi lokal, pilkades tidak hanya menjadi mekanisme pergantian kepemimpinan, tetapi juga mencerminkan pelaksanaan kedaulatan rakyat di tingkat desa (Kasmat et al., 2025).

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa, kepala desa dipilih secara langsung oleh penduduk desa yang memenuhi persyaratan sebagai pemilih dengan berpedoman pada asas langsung, umum, bebas, rahasia, jujur, dan adil. Pelaksanaan pilkades diselenggarakan secara serentak dalam satu wilayah kabupaten maupun kota sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Melalui mekanisme tersebut, masyarakat desa memiliki kesempatan untuk memilih pemimpin yang bertanggung jawab atas penyelenggaraan pemerintahan desa, pelaksanaan pembangunan, serta pemberdayaan masyarakat (Samosir, 2024).

Secara historis, desa telah menjadi fondasi bagi terbentuknya sistem pemerintahan di Indonesia bahkan sebelum berdirinya Negara Kesatuan Republik Indonesia. Keberadaan Pilkades menunjukkan bahwa demokrasi dan partisipasi politik masyarakat telah berlangsung di tingkat desa sejak lama. Seiring perkembangan demokrasi di Indonesia, penyelenggaraan Pilkades mengalami berbagai perkembangan yang memperkuat proses demokratisasi di tingkat desa serta mendorong partisipasi masyarakat dalam memilih pemimpin desa secara

langsung (Berenschot et al., 2021). Secara prosedural, penyelenggaraan Pilkades dilaksanakan melalui beberapa tahapan, yaitu persiapan, pencalonan, kampanye, pemungutan suara, penetapan hasil, hingga pengesahan dan pelantikan kepala desa. Tahapan tersebut dilaksanakan secara sistematis untuk menjamin terselenggaranya proses pemilihan yang demokratis, transparan, dan akuntabel (Silva Da & Asyiqoh Lin, 2024).

Pilkades memiliki peran strategis karena kepala desa memiliki kewenangan dalam menyelenggarakan pemerintahan desa, melaksanakan pembangunan, melakukan pembinaan kemasyarakatan, serta memberdayakan masyarakat (Salekun & Wirawan, 2025). Oleh karena itu, pilkades tidak hanya dipandang sebagai kegiatan politik untuk memilih pemimpin desa, tetapi juga sebagai proses yang menentukan arah pembangunan, pelayanan publik, dan kesejahteraan masyarakat dalam jangka panjang. Berbagai kebijakan dan program pembangunan desa sangat dipengaruhi oleh kepemimpinan kepala desa yang terpilih sehingga masyarakat dituntut memilih pemimpin yang mampu memahami kebutuhan masyarakat serta mengelola potensi desa secara optimal.

Salah satu tahapan penting dalam Pilkades adalah kampanye. Pada tahap ini, para calon kepala desa melakukan berbagai kegiatan komunikasi untuk memperkenalkan diri, menyampaikan visi dan misi, serta memperoleh dukungan dari masyarakat sebagai pemilih. Kampanye menjadi sarana bagi kandidat untuk membangun kedekatan dengan masyarakat sekaligus memengaruhi preferensi politik pemilih menjelang hari pemungutan suara. Melalui kegiatan kampanye, masyarakat dapat mengenal profil kandidat, program kerja yang ditawarkan, serta berbagai gagasan yang akan diwujudkan apabila terpilih menjadi kepala desa. Dengan demikian, kampanye tidak hanya berfungsi sebagai media penyampaian informasi politik, tetapi juga sebagai sarana komunikasi yang membentuk persepsi, kepercayaan, dan dukungan masyarakat terhadap kandidat (Fatimah, 2018).

Pada awalnya, kampanye politik lebih banyak dilakukan melalui metode konvensional yang mengandalkan interaksi langsung antara kandidat dan

masyarakat. Penyampaian pesan politik dilakukan melalui berbagai kegiatan, seperti pertemuan tatap muka, rapat umum, penyebaran selebaran, pemasangan spanduk dan baliho, serta kegiatan sosialisasi secara langsung. Metode kampanye konvensional bertujuan membangun kedekatan emosional, memperkenalkan kandidat, serta menyampaikan visi, misi, dan program kerja kepada masyarakat sebagai pemilih. Meskipun memiliki keunggulan dalam membangun hubungan secara langsung, kampanye konvensional juga memiliki sejumlah keterbatasan. Pelaksanaannya membutuhkan biaya operasional yang relatif besar, waktu yang lebih panjang, serta memiliki jangkauan informasi yang terbatas pada lokasi dan jumlah peserta yang hadir. Kondisi tersebut menyebabkan kampanye konvensional kurang optimal dalam menjangkau masyarakat secara lebih luas, terutama di tengah perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin pesat (Sistyawan Julisia Dwanda, 2025).

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi mendorong terjadinya perubahan strategi kampanye politik dari pendekatan konvensional menuju kampanye digital. Menurut (Sistyawan Julisia Dwanda, 2025), efektivitas suatu metode kampanye dipengaruhi oleh kemampuan kandidat dalam memilih media komunikasi yang sesuai dengan karakteristik masyarakat sasaran. Kehadiran internet memungkinkan proses komunikasi politik berlangsung tanpa dibatasi ruang dan waktu sehingga penyampaian pesan politik dapat dilakukan secara lebih cepat dan menjangkau masyarakat yang lebih luas. Kondisi tersebut mendorong berkembangnya kampanye digital yang memanfaatkan berbagai *platform* berbasis internet sebagai sarana penyampaian informasi dan komunikasi politik. Dibandingkan kampanye konvensional, kampanye digital dinilai lebih efektif dan efisien karena mampu menjangkau khalayak yang lebih besar dengan biaya yang relatif lebih rendah (Sinamo et al., 2025).

Perkembangan kampanye politik digital semakin terlihat sejak Pemilihan Presiden Amerika Serikat tahun 2008, ketika kampanye Barack Obama memanfaatkan media sosial secara luas sebagai bagian dari strategi komunikasi politik. Pemanfaatan media sosial tersebut menjadi salah satu tonggak penting

dalam perkembangan kampanye digital karena memungkinkan penyampaian pesan politik secara lebih langsung, interaktif, dan menjangkau khalayak yang lebih luas. Keberhasilan tersebut kemudian mendorong meningkatnya pemanfaatan media sosial sebagai media kampanye politik di berbagai negara (Gerodimos & Justinussen, 2014).

Salah satu bentuk kampanye digital yang berkembang pesat adalah pemanfaatan media sosial. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga dimanfaatkan untuk membangun citra politik, menyampaikan pesan politik, serta menjalin komunikasi dengan masyarakat (Jayus et al., 2024a). Karakteristik media sosial yang bersifat interaktif memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah antara kandidat dan masyarakat sehingga mendorong partisipasi publik dalam proses kampanye (Fahruji Deden & Fahrudin Atef, 2024).

Di antara berbagai platform media sosial yang berkembang di Indonesia, Facebook masih menjadi salah satu media yang banyak dimanfaatkan oleh masyarakat. Berdasarkan laporan *Digital 2025: Indonesia* yang diterbitkan oleh DataReportal, Facebook masih memiliki basis pengguna yang besar di Indonesia sehingga tetap menjadi platform yang relevan sebagai media penyebaran informasi kepada masyarakat (Kemp, 2025). Karakteristik Facebook yang memungkinkan pengguna membagikan informasi dalam bentuk teks, foto, video, siaran langsung (*live streaming*), serta menyediakan ruang diskusi melalui kolom komentar menjadikan platform ini efektif sebagai media komunikasi politik. Selain itu, berbagai fitur seperti *Facebook Page*, grup komunitas, siaran langsung, dan fitur berbagi (*share*) memungkinkan kandidat menyebarluaskan informasi kampanye secara cepat, membangun interaksi dua arah, serta memperoleh umpan balik secara langsung dari masyarakat (Ceccobelli, 2018).

Fenomena pemanfaatan Facebook sebagai media kampanye politik tersebut juga terlihat pada pelaksanaan Pemilihan Kepala Desa (Pilkades) Desa Kramat, Kecamatan Pakuhaji, Kabupaten Tangerang. Berdasarkan hasil observasi awal peneliti, pelaksanaan Pilkades pada periode sebelumnya masih didominasi oleh

metode kampanye konvensional, seperti pertemuan tatap muka, sosialisasi langsung kepada masyarakat, penyebaran alat peraga kampanye, serta komunikasi dari mulut ke mulut. Namun, pada Pilkades Tahun 2023 mulai terlihat adanya pemanfaatan Facebook oleh salah satu calon kepala desa, yaitu Nur Alam, sebagai salah satu media utama dalam menyampaikan informasi kampanye kepada masyarakat. Fenomena tersebut menunjukkan adanya adaptasi strategi kampanye politik terhadap perkembangan teknologi komunikasi digital dalam pelaksanaan demokrasi lokal di tingkat desa. Kondisi ini sejalan dengan penelitian (Fahruji Deden & Fahrudin Atef, 2024) yang menjelaskan bahwa media sosial telah berkembang menjadi instrumen penting dalam kampanye politik karena mampu memperluas jangkauan pesan, membangun interaksi dengan masyarakat, serta meningkatkan partisipasi politik pemilih.

Dalam penelitian ini, akun Facebook yang menjadi fokus penelitian adalah Sabda Alam, yang merupakan singkatan dari Sahabat Pemuda Nur Alam. Nama tersebut digunakan sebagai identitas akun Facebook pendukung pasangan calon Nur Alam selama Pemilihan Kepala Desa Kramat Tahun 2023. Akun ini bukan merupakan akun Facebook pribadi milik Nur Alam, melainkan akun yang digunakan sebagai media penyebaran informasi dan aktivitas kampanye selama proses pemilihan berlangsung.

Berdasarkan pengamatan awal peneliti, akun Facebook Sabda Alam aktif digunakan selama masa kampanye melalui unggahan foto, video, dokumentasi kegiatan, serta interaksi dengan masyarakat melalui kolom komentar dan fitur *share*. Aktivitas tersebut menunjukkan bahwa Facebook dimanfaatkan tidak hanya sebagai media penyampaian informasi politik, tetapi juga sebagai sarana membangun komunikasi dua arah dan meningkatkan keterlibatan (*engagement*) masyarakat selama proses kampanye berlangsung. Oleh karena itu, pemanfaatan akun Facebook Sabda Alam menjadi menarik untuk dikaji lebih lanjut karena memperlihatkan bagaimana Facebook dimanfaatkan sebagai bagian dari strategi kampanye politik dalam Pemilihan Kepala Desa Kramat Tahun 2023.



Gambar 1. 1 Akun Facebook Sabda Alam

Sumber: Akun Facebook @Sabda Alam

Pemanfaatan Facebook dalam kampanye Nur Alam menjadi menarik untuk diteliti karena menunjukkan adanya perubahan strategi kampanye politik pada Pemilihan Kepala Desa (Pilkades) dari pendekatan konvensional menuju kampanye digital. Jika sebelumnya kampanye Pilkades lebih banyak dilakukan melalui pertemuan tatap muka, penyebaran alat peraga kampanye, dan komunikasi langsung kepada masyarakat, pada Pilkades Desa Kramat Tahun 2023 Facebook dimanfaatkan sebagai media utama untuk menyampaikan informasi kampanye, membangun citra kandidat, serta menjalin interaksi dengan masyarakat. Fenomena tersebut menunjukkan bahwa media sosial mulai menjadi bagian dari strategi komunikasi politik dalam pelaksanaan demokrasi lokal di tingkat desa (Suranto et al., 2020).

Berbagai penelitian terdahulu menunjukkan bahwa Facebook telah banyak dimanfaatkan sebagai media komunikasi politik dan kampanye digital. Penelitian (Suranto et al., 2020) menjelaskan bahwa Facebook digunakan sebagai media

untuk menyebarluaskan informasi politik, membangun komunikasi dengan masyarakat, serta mendukung strategi kampanye kandidat. Penelitian (Rosmini et al., 2024) juga menunjukkan bahwa Facebook dimanfaatkan sebagai strategi komunikasi politik dalam membentuk citra positif kandidat melalui penyajian aktivitas sosial, komunikasi yang responsif, serta kedekatan dengan masyarakat. Selain itu, (Fahruji Deden & Fahrudin Atef, 2024) menjelaskan bahwa media sosial mampu memperluas jangkauan pesan politik, meningkatkan interaksi dengan masyarakat, serta mendorong partisipasi politik pemilih. Temuan-temuan tersebut menunjukkan bahwa Facebook memiliki peran yang penting dalam mendukung pelaksanaan kampanye politik di era digital.

Meskipun demikian, sebagian besar penelitian mengenai pemanfaatan Facebook sebagai media kampanye politik masih berfokus pada konteks Pemilihan Umum (Pemilu), Pemilihan Presiden (Pilpres), maupun Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada). Penelitian yang secara khusus membahas strategi kampanye politik melalui Facebook dalam konteks Pemilihan Kepala Desa (Pilkades) masih relatif terbatas. Padahal, Pilkades memiliki karakteristik yang berbeda dengan kontestasi politik pada tingkat nasional maupun daerah karena berlangsung dalam lingkup masyarakat yang memiliki kedekatan sosial, budaya, dan geografis sehingga pola komunikasi politik yang digunakan juga memiliki karakteristik tersendiri. Kondisi tersebut menunjukkan masih adanya kesenjangan penelitian mengenai strategi kampanye politik digital melalui Facebook pada konteks Pilkades.



Gambar 1. 2 Konten Kampanye Facebook Sabda Alam

Sumber: Akun Facebook @Sabda Alam

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini berfokus pada strategi kampanye melalui media sosial Facebook yang dilakukan oleh tim pemenangan Nur Alam melalui akun Facebook Sabda Alam dalam Pemilihan Kepala Desa Kramat, Kecamatan Pakuhaji, Kabupaten Tangerang Tahun 2023. Pemilihan kasus ini didasarkan pada adanya perubahan strategi kampanye dari pendekatan konvensional menuju kampanye digital melalui pemanfaatan Facebook sebagai media utama penyampaian informasi, pembangunan citra kandidat, dan komunikasi dengan masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana strategi kampanye melalui media sosial Facebook dirancang dan diterapkan dalam konteks Pilkades sehingga diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian komunikasi politik, khususnya mengenai strategi kampanye digital pada tingkat pemerintahan desa.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, penelitian ini berfokus pada strategi kampanye melalui media sosial Facebook yang dilakukan oleh calon kepala desa dalam Pemilihan Kepala Desa Kramat, Kabupaten Tangerang. Oleh karena itu, permasalahan yang diteliti dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi kampanye melalui media sosial Facebook diterapkan dalam pelaksanaan Pilkades Desa Kramat.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Bagaimana strategi kampanye melalui media sosial Facebook pada kasus Pemilihan Kepala Desa Kramat, Kabupaten Tangerang?

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis strategi kampanye politik melalui Facebook yang dilakukan oleh tim pemenangan Nur Alam melalui akun Facebook Sabda Alam dalam pemilihan Kepala Desa Kramat, Kabupaten Tangerang. Analisis difokuskan pada perencanaan kampanye, pengelolaan konten kampanye, pemanfaatan fitur Facebook, serta strategi komunikasi yang digunakan untuk menyampaikan pesan politik kepada masyarakat selama proses Pilkades berlangsung.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu komunikasi, khususnya pada bidang komunikasi politik dan kampanye digital melalui media sosial. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur mengenai strategi kampanye politik menggunakan Facebook dalam konteks demokrasi lokal, khususnya pada Pemilihan Kepala Desa (Pilkades). Selain itu, penelitian ini dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk meneliti strategi kampanye politik digital pada tingkat lokal, khususnya yang berkaitan dengan pemanfaatan media sosial dalam kegiatan kampanye politik.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai strategi kampanye politik melalui Facebook yang diterapkan dalam Pemilihan Kepala Desa. Hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan bagi calon kepala desa, tim pemenangan, maupun praktisi komunikasi politik dalam merancang strategi kampanye digital yang sesuai dengan karakteristik masyarakat desa. Selain itu, penelitian ini dapat memberikan wawasan mengenai pemanfaatan media sosial sebagai sarana komunikasi politik untuk menyampaikan informasi, membangun citra kandidat, serta menjalin interaksi dengan masyarakat.

1.5.3 Kegunaan Sosial

Secara sosial, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman masyarakat mengenai pemanfaatan Facebook sebagai media kampanye politik dalam Pemilihan Kepala Desa Kramat. Penelitian ini juga diharapkan dapat meningkatkan pemahaman kepada masyarakat mengenai bagaimana media sosial digunakan oleh kandidat untuk menyampaikan informasi politik, membangun komunikasi dengan warga, serta memperoleh dukungan selama proses kampanye berlangsung. Dengan demikian, masyarakat dapat memahami perkembangan komunikasi politik yang semakin memanfaatkan media digital dalam kehidupan demokrasi lokal.

1.6 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu dipahami. Pertama, penelitian dilakukan hanya di Desa Kramat, yang terletak di Kecamatan Pakuhaji, Kabupaten Tangerang. Kondisi sosial serta dinamika komunikasi di desa tersebut tidak bisa langsung dianggap sama dengan desa-desa lain, sehingga hasil dari penelitian ini lebih berfokus pada pemahaman lokal dan tidak dimaksudkan untuk penerapan yang lebih luas. Kedua, data penelitian diperoleh dari informan yang terlibat dalam pelaksanaan kampanye Nur Alam melalui media sosial Facebook, sehingga temuan penelitian lebih banyak menggambarkan perspektif dari pihak yang terlibat dalam strategi kampanye tersebut. Keterbatasan dalam jumlah dan

ragam informan ini menyebabkan hasil penelitian hanya mencakup sebagian perspektif, sehingga masih terdapat kemungkinan adanya sudut pandang atau pengalaman lain yang belum terungkap. Ketiga, penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang berfokus pada wawancara, observasi, serta pengumpulan dokumentasi. Pendekatan ini memberikan kesempatan kepada peneliti untuk memahami pengalamandan pandangan informan secara mendalam, namun hasil penelitian sangat dipengaruhi oleh interpretasi peneliti terhadap data yang diperoleh.

