

PARTISIPASI POLITIK MELALUI PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL OLEH KOMISI PEMILIHAN UMUM DI KOTA AMBON PROVINSI MALUKU

M Rezha Ricky Faadila

NPP 29.1646

Asdaf Kota Ambon Provinsi Maluku

Program Studi Politik Indonesia terapan

Email : rezharfadilah07@gmail.com

ABSTRACT

Problem Statement/Background (GAP): This research is entitled “Participation through the Utilization of Social Media by the General Election Commission in Ambon City, Maluku Province. **Purpose:** This research is intended to find out how the use of social media by the General Election Commission to find out what are the inhibiting and supporting factors as well as the efforts made by the Election Commission to overcome obstacles to the use of social media by the General Election Commission in Ambon City. **Method:** In this study, the researcher uses Almond's theory about the forms of political participation which is seen as the form of the use of social media as in political participation. Meanwhile, in this study, researchers used descriptive qualitative methods with an inductive approach. The data was collected by using the interview method, documentation and the use of a questionnaire. Data analysis techniques used include data reduction, data presentation, and concluding. **Result:** **Conclusion:** From the results of the study, it can be concluded that the Utilization of Social Media by the General Election Commission in Ambon City has been running optimally, seen by how the General Election Commission maximizes and optimizes online social media and applications in its implementation Optimizing the use of official social media for the Ambon City Election Commission Uploading designs and materials/content interesting, up-to-date, educative and duration socialization that is tailored to the needs in the form of infographics and/or videos of public service advertisements, with the theme of building institutional credibility regularly and seeing that during this pandemic the Election Commission displays political literacy activities as well as the General Election Commission's institutional activities so that they can be accessed by the public.

Keywords: Political Participation, Utilization, SocialMedia, General Election Commission

ABSTRAK

Permasalahan/Latar Belakang (GAP): Penelitian ini berjudul “Partisipasi Melalui Pemanfaatan Media Sosial Oleh Komisi Pemilihan Umum di Kota Ambon Provinsi Maluku. **Tujuan:** Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan media sosial oleh Komisi Pemilihan Umum untuk mengetahui apa saja faktor yang menghambat dan pendukung serta upaya-upaya yang dilakukan oleh Komisi Pemilihan Umum untuk mengatasi hambatan Pemanfaatan Media Sosial Oleh Komisi Pemilihan Umum di Kota Ambon. **Metode:** Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teori Almond tentang bentuk –

bentuk partisipasi politik yang dilihat adalah bagaimana bentuk pemanfaatan media sosial sebagai dalam partisipasi politik . Adapun dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan induktif. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan metode wawancara, dokumentasi dan penggunaan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. **Hasil/Temuan: Kesimpulan:** Dari hasil penelitian dapat ditarik kesimpulan yaitu Pemanfaatan Media Sosial Oleh Komisi Pemilihan Umum di Kota Ambon telah berjalan dengan maksimal dilihat dengan bagaimana Komisi Pemilihan Umum memaksimalkan serta mengoptimalkan media sosial media Online serta aplikasi dalam pelaksanaannya mengoptimalkan pemanfaatan media sosial resmi Komisi Pemilihan Umum Kota Ambon mengunggah desain dan materi/konten sosialisasi yang menarik, kekinian, edukatif, dan durasi yang disesuaikan dengan kebutuhan dalam bentuk Infografik dan/atau video iklan layanan masyarakat, dengan tema membangun kredibilitas kelembagaan secara berkala dan melihat selama masa pandemi ini Komisi Pemilihan Umum menampilkan kegiatan Literasi politik serta kegiatan kelembagaan Komisi Pemilihan Umum sendiri agar dapat diakses oleh masyarakat.

Kata kunci: Partisipasi Politik, Pemanfaatan, Media Sosial, Komisi Pemilihan Umum

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pesatnya perkembangan Era Digitalisasi revolusi industri 4.0 di Indonesia menjadikan berbagai aktivitas kehidupan menjadi lebih mudah dan efektif. Hadir dengan pemanfaatan teknologi digital sebagai kunci dapat mengubah segalanya, Melalui reformasi digital kini masyarakat dapat mengakses berbagai macam bentuk informasi dengan mudah dan cepat, berbagai kemudahan dalam akses ini tidak terlepas dari peran pemerintah dalam meningkatkan mutu kualitas digitalisasi di Indonesia.

Indonesia saat ini dengan pemakai internet sampai 150 juta jiwa seraya tembus 56 persen dan tersebar di semua tempat di tanah air. Total itu cuman terpaut kecil dengan total pemakai internet telepon genggam dengan banyaknya sebesar 142.8 juta jiwa dengan persentase yang tembus 53 persen. Sebesar 87,13 persen penduduk Indonesia menggunakan layanan internet untuk sosial media dengan pemanfaatan di bidang sosial dan politik khususnya untuk bidang berita politik sebesar 36,94 persen dengan penetrasi penggunaan internet berdasar usia yaitu 75,50 persen untuk usia 13-18 tahun disusul 74,23 persen untuk pengguna 19-34 tahun dan 44,06 persen untuk usia 35-54 tahun untuk data yang diambil oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia di tahun 2017 (APJII Indonesia, 2018).

Untuk area Maluku dan Papua memperlihatkan kebiasaan yang tidak beda dibandingkan area lain. Saat data ini di ambil Maluku serta Papua khususnya di Indonesia bagian timur masalah sebagai penggerak pusat perkembangan serta sumbangsih dalam penggunaan internet. Perkembangan internet di area maluku sebesar 0,2 persen dan juga Papua sejumlah 0,2 persen sedari 2018 silam (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2020).

Dominasi media sosial bagi partisipasi politik merupakan satu di antara parameter politik di Indonesia, dan secara situasional telah memainkan fungsi sentral guna membentuk partisipasi politik. Variasi informasi politik dapat didapatkan lewat media, serta dapat berpengaruh pada stigma masyarakat terhadap keikutsertaannya dalam politik (Utami, 2020).

pemilihan umum akan sangat mempengaruhi keputusan atau hasil pemilihan umum, dan serangkaian kampanye oleh para kandidat pasti akan mempengaruhi orientasi politik bahkan pengambilan keputusan politik pemilih. Pemilih berpartisipasi dalam kampanye pemilu untuk memahami visi dan misi calon pemimpin. Sebagai warga negara tanpa otoritas resmi, kegiatan ini dapat digolongkan sebagai kegiatan partisipatif (Nurchotimah, 2020).

Setiap negara partisipasi politik bakal menuju guna memperkuat sistem politik. Apabila semua warga negara bisa berpartisipasi, sehingga semakin sukar bagi pemerintah untuk mengabaikan persoalan yang dialami warga. Maka dari itu, pengembangan dalam pemahaman masalah sosial dan politik akan mempengaruhi keikutsertaan (Saud et al., 2020). Tersumbatnya portal atau tempat menyalurkan pendapat pada akhirnya orang beralih ke sosial media. Kebuntuan guna penyampaian pendapat membuat semakin sering penggunaan media sosial. Dalam hal ini, para pengelola negara kemudian menjatuhkan pilihan kepada sosial media sebagai penghubung untuk menyerap aspirasi publik selain itu menjadikan media sosialisasi kebijakan atau program yang telah dilakukannya salah satu contoh adalah bapak presiden kita Joko Widodo (Hidayat, 2019).

Melalui media sosial kelompok masyarakat dengan jumlah besar dan tidak satu dapat bersatu guna melakukan gerakan massa yaitu gerakan politik ataupun kampanye tanpa harus membuat organisasi dalam bentuk formal. Untuk Indonesia sendiri tergolong baru dalam penggunaan media sosial sebagai sarana kampanye politik. Meski ada sejumlah aktor politik yang membuat akun sosial media untuk berkampanye pada pemilu 2009, namun kala itu penggunaannya tidak diikuti dengan kecakapan dalam platform (Ardha, 2014).

Kampanye di media sosial bersifat terbalik dengan kampanye pada umumnya. Adapun ketika dunia nyata kampanye identik dengan suasana berisik penuh semangat berbeda dengan media sosial yang cenderung senyap namun semua suara memiliki arti di dalamnya.

(Junaidi, Ahmad; Hari, 2018) “Pemanfaatan media terutama media sosial sebagai sarana kampanye dinilai lebih efektif. Hal ini disebabkan, ketika ide atau gagasan yang disampaikan oleh sebuah partai politik lewat media sosial, hal itu segera langsung di tanggap.”

Media sosial selaku media pemanfaatan politik dirasa telah menjadi suatu hal yang biasa saat ini, terutama untuk organisasi partai politik maupun aktor - aktor politik. Tak hanya di Indonesia, di seantero dunia. Meskipun tidak lagi sesuatu yang baru, partai politik dituntut untuk menanggapi tantangan saat ini. Sekaligus bentuk tindakan guna menjelma menjadi partai politik yang berbeda dari yang terdahulu.

1.2. Kesenjangan Masalah yang Diambil (GAP Penelitian)

Maluku sendiri terkhusus di Kota Ambon Dewan Perwakilan Daerah RI sempat mengingatkan Komisi Pemilihan Umum Untuk meningkatkan Partisipasi di berbagai wilayah Kota Ambon, Maluku. Dalam Penelusuran lapangan, Dewan Perwakilan Daerah menemukan bahwa tingkat partisipasi di setiap TPS adalah 63-67 persen dari daftar pemilih tetap (Fauzi, 2018).

Dalam upaya dari Komisi Pemilihan Umum untuk memaksimalkan media sosial sebagai sarana pemanfaatan guna partisipasi politik pada masyarakat terkhusus di kota Ambon, kendala yang muncul adalah pengguna media sosial tidak hanya dalam konteks politik terutama pada saat ini di mana banyak pilihan dalam memanfaatkan media sosial. Dalam peraturan komisi pemilihan umum hanya diatur tentang pendaftaran akun media sosialnya saja namun tidak dengan konten yang dimuat di dalamnya. dan juga masyarakat kota Ambon yang menggunakan media sosial tidak hanya untuk mengakses konten politik.

1.3. Penelitian Terdahulu

Penelitian ini terinspirasi oleh beberapa penelitian terdahulu, dengan tema serupa yaitu pemanfaatan media maupun literasi digital itu sendiri

Ike Atikah Ratnamulyani dan Beddy Iriawan Maksudi, 2017 Peran Media Sosial dalam peningkatan partisipasi pemilih pemula di kalangan pelajar kabupaten Bogor. Semakin penting peran media sosial online. Media sosial sebagai salah satu faktor yang dapat memberikan efek positif dalam peningkatan partisipasi politik di dalam pemilihan umum.

menggunakan metode penelitian kualitatif. Fokus penelitian berupa partisipasi politik melalui media. lokus penelitian yang berada di kabupaten Bogor dan menasar kalangan pelajar.

Ronni Juwandi, M.Pd , Yasin Nurwahid, Ayu Lestari, 2019 Media Sosial Sebagai Sarana Pendidikan Politik Untuk Mengembangkan Literasi Digital Warga Negara. Jejaring sosial bertindak sebagai sarana pendidikan politik digital karena mengandung narasi kampanye berperan sebagai undangan untuk berpartisipasi dalam pemilihan. metode yang digunakan merupakan kualitatif. kajian tentang media sosial sebagai sarana kampanye digital. fokus penelitian yang menekankan ke arah literasi digital.

Ezra Zefanya Figo Polii, Agustinus B. Pati, Jamin Potabuga, 2019 Pengaruh Media Sosial Terhadap Partisipasi Politik Kaum Milenial Dalam Pemilihan Umum Di Kecamatan Tareran Kabupaten Minahasa Selatan Tahun 2019 metode yang digunakan merupakan metode kualitatif Fokus penelitian untuk melihat pengaruh media sosial terhadap partisipasi politik lokus penelitian yang berpusat pada kecamatan Tareran kabupaten Minahasa Selatan. Pengaruh media di mana pengguna mayoritas kaum milenial yang ada di kecamatan Tareran. Mampu terpengaruh akan eksistensi dari calon legislatif maupun calon presiden. Hal yang berpengaruh pada partisipasi politik kaum milenial, terdiri dari beberapa faktor seperti kualitas dari tim sukses yang mempengaruhi kaum milenial, faktor kedekatan.

Berliani Ardha, 2014 Sosial Media sebagai Media Kampanye Partai Politik 2014 Di Indonesia media sosial telah memainkan dan akan terus memainkan peran penting dalam kampanye politik. fokus terhadap sosial media sebagai media partisipasi politik metode yang digunakan merupakan deskriptif analisis.

1.4. Pernyataan Kebaruan Ilmiah

Penulis melakukan penelitian yang berbeda dan belum dilakukan oleh penelitian terdahulu, dimana konteks penelitian yang dilakukan yakni pemanfaatan media sosial oleh komisi pemilihan umum dalam partisipasi politik, metodenya yang digunakan menggunakan metode kualitatif ditambah kuesioner sebagai media penambah data juga berbeda dengan penelitian Ike Atikah Ratnamulyani dan Beddy Iriawan Maksudi, Ezra Zefanya Figo Polii, Agustinus B. Pati, Jamin Potabuga, maupun Berliani Ardha dkk. Selain itu pengukuran/indikator yang digunakan juga berbeda dari penelitian sebelumnya yakni menggunakan pendapat dari Gabriel Almond yang menyatakan bahwa terdapat bentuk - bentuk partisipasi politik yang dibagi dua, yaitu partisipasi politik konvensional dan partisipasi politik Non-Konvensional.

1.5. Tujuan.

Penelitian ini bertujuan Untuk menganalisis dan mendeskripsikan bagaimana pemanfaatan media sosial, faktor penghambat dan pendukung partisipasi politik melalui pemanfaatan media sosial, serta upaya dalam mengatasi hambatan partisipasi politik melalui pemanfaatan media sosial oleh komisi pemilihan umum.

II. METODE

Penelitian ini Penulis menggunakan metode Kualitatif Deskriptif dengan menggunakan pendekatan induktif. Dalam (Machmud, 2016) menyatakan “Pendekatan penelitian kualitatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan serta menganalisis fenomena , peristiwa kegiatan sosial sikap pemikiran orang secara perorangan atau kelompok. Pengumpulan data dilakukan memakai observasi yang cermat, termasuk deskripsi dalam konteks yang rinci, disertai dengan catatan wawancara mendalam dan hasil analisis dokumen.” Sugiyono (2008, p. 9) menyebutkan “Metode penelitian yang berdasar pada filsafat postpositivisme merupakan Metode-metode penelitian kualitatif, dipakai guna meneliti pada kondisi objek-objek yang apa adanya, (sebagai lawannya adalah eksperimen) di mana peneliti merupakan instrumen-instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan

dengan triangulasi (gabungan), analisis data memiliki sifat induktif atau kualitatif, serta hasil penelitian kualitatif lebih ditekankan di makna daripada penyamarataan”.

Penulis mengumpulkan data melalui angket, wawancara, dan dokumentasi. Adapun pengumpulan data dengan menyebarkan angket terhadap 50 orang dengan pemanfaatan media online yakni google form.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penulis menganalisis dan mendeskripsikan bagaimana partisipasi politik melalui pemanfaatan media sosial oleh komisi pemilihan umum di kota Ambon dengan menggunakan bentuk – bentuk partisipasi politik yang merupakan pendapat dari gabriel almond yakni partisipasi politik konvensional dan Non-Konvensional.

3.1. Partisipasi Politik Konvensional

Partisipasi politik melalui pemanfaatan media sosial oleh komisi pemilihan umum di Kota Ambon

Dalam rangka optimalisasi pemanfaatan media sosial untuk membangun kredibilitas Kelembagaan KPU Provinsi/ KIP Aceh dan KPU/KIP Kabupaten/Kota berdasarkan Surat Komisi Pemilihan Umum Nomor 170/ HM.06-SD/06/KPU/II/2021, maka KPU Kota Ambon telah:

1. Mengaktifkan akun resmi media sosial
2. Mengoptimalkan pemanfaatan media sosial resmi KPU Kota Ambon
3. Mengunggah desain dan materi/konten sosialisasi yang menarik, kekinian, edukatif, dan durasi yang disesuaikan dengan kebutuhan dalam bentuk infografik dan/atau video iklan layanan masyarakat, dengan tema membangun kredibilitas kelembagaan secara berkala.
4. Mengikuti (mem-follow) seluruh akun resmi media sosial KPU RI.
5. Mengunggah kembali (repost/retweet) desain dan materi/konten yang diunggah oleh akun resmi media sosial KPU RI ke akun resmi media sosial KPU Kota Ambon.
6. Menghimbau kepada seluruh pejabat atau staf di Sekretariat KPU Kota Ambon untuk mengikuti (memfollow), menyukai (like), dan berkomentar (coment) positif di kolom komentar, pada desain dan materi/konten yang diunggah oleh akun resmi media sosial KPU RI
7. Mengoptimalkan seluruh fitur-fitur yang ada di masing-masing platform media sosial dalam akun resmi satker, untuk kepentingan sosialisasi kelembagaan dan Pemilu/Pemilihan
8. Membuat Laporan aktivitas, akun resmi media sosial masing-masing satker (jumlah pengikut, pemanfaatan fitur, kendala dan solusi), secara berkala per 6 (enam) bulanan dan 1 (satu tahun), serta dilaporkan berjenjang sesuai dengan tingkatannya.
9. Intens memproduksi konten/ materi yang produktif agar informasi yang benar secara berkala dan tepat bisa sampai di masyarakat dan hoaks yang muncul secara perlahan bisa dieliminir.

3.2. Faktor pendukung dan penghambat

➤ Faktor penghambat:

Faktor penghambat untuk pemanfaatan media oleh KPU Kota Ambon adalah bagaimana media sosial merupakan media yang dominan ditemukannya disinformasi serta hoaks yang digunakan dengan tren relatif sama yaitu menggiring opini masyarakat menggunakan hoaks secara sengaja guna memprovokasi masyarakat. Hoaks yang bertebaran mampu mempengaruhi pemilih jika pemilih tidak memilah – milah akan kebenaran berita yang dia

terima, hoaks yang ada tidak hanya dari narasi berita saja melainkan foto serta video yang terdapat narasi untuk menggiring opini adalah yang paling berbahaya.

Dalam era digitalisasi yang terjadi secara masif ini, penggunaan media seharusnya dioptimalkan oleh Komisi Pemilihan Umum Kota Ambon dalam menghadapi perubahan arus. Selain itu Ketersediaan sumber daya manusia dalam memaksimalkan media guna partisipasi politik juga di perlukan Komisi Pemilihan Umum Kota Ambon, Komisi Pemilihan Umum kota Ambon memiliki sumber daya manusia yang dapat memaksimalkan media sosial baik dalam mendesain, menyajikan materi/konten serta mengunggah dan mempublikasikan materi/konten ke media sosial akun satker namun terbatas baik soal jumlah maupun kualitas. Masyarakat juga kurang sadar akan pentingnya media dalam membagikan serta mencari informasi yang valid. kurang dalam memanfaatkan momentum era digitalisasi ini, pelaksanaan kegiatan banyak yang dilaksanakan namun publikasinya masih kurang. Media sosial sering menjadi media yang paling dominan ditemukannya isu-isu berita hoaks/disinformasi. Pemanfaatan media yang masih kurang Menjadi ajang kampanye negatif karena cenderung mudah untuk diprovokasi.

Konten ujaran kebencian menjadi yang paling banyak digunakan untuk mempengaruhi pemilih.

➤ Faktor pendukung

Kedepannya Komisi Pemilihan Umum kota Ambon akan memaksimalkan dan memanfaatkan sosialisasi dan promosi lebih gencar lewat media, dikarenakan kebutuhan literasi politik yang meningkat di masyarakat serta faktor – faktor yang menjadikan pemanfaatan media penting adalah selain efektivitasnya dalam penggunaannya Media yang dapat di akses di mana saja, Serta sarana untuk Berkomunikasi lebih mudah dan cepat juga Memudahkan akses informasi Kepemiluan dan Kelembagaan Komisi Pemilihan Umum. Mempersingkat waktu dan memangkas biaya dalam berkampanye juga kebutuhan masyarakat saat ini apalagi di kota Ambon juga masyarakat tidak lagi buta akan teknologi sehingga kebutuhan mereka akan akses media juga meningkat apalagi di masa pandemi seperti beberapa saat belakang ini kebutuhan penggunaan media seakan tak lepas dari kehidupan masyarakat di tambah menyongsong pemilu serentak 2024 dimana masyarakat sudah tak ingin lagi kecolongan dengan pilihan mereka sehingga mereka butuh informasi ataupun literasi politik yang mumpuni serta valid isinya guna menjadi salah bahan pertimbangan mereka dalam menentukan pilihan mereka.

3.3. Partisipasi Politik Non Konvensional

Upaya Komisi Pemilihan umum dalam mengatasi hambatan

Komisi Pemilihan Umum Kota Ambon berupaya aktif dalam memanfaatkan media baik melalui media sosial ataupun pemanfaatan aplikasi guna pemanfaatan media terhadap partisipasi politik berdasarkan data terakhir pemilihan umum serentak pada tahun 2019 merupakan awal masa pemanfaatan media terhadap politik. Hasilnya untuk kota Ambon secara keseluruhan memiliki rata – rata persentase 70%. Dalam hal ini Komisi Pemilihan Umum Membentuk opini yang positif dengan memanfaatkan bentuk dari media yang memiliki segmentasi tersendiri, salah satu bentuk pesan yang memberikan informasi kepada publik dalam bentuk tulisan mengenai masalah-masalah tentang politik utamanya. Pembentukan opini tentang citra Komisi Pemilihan umum yang valid dalam penyampaian informasi politik. Mengedukasi masyarakat untuk bisa membedakan berita yang informatif dan berita atau informasi yang merupakan hoaks. mengoptimalkan kinerja serta fungsi media online. Komisi Pemilihan Umum berupaya semaksimal mungkin dalam setiap tahapan mereka dengan terbuka, memungkinkan semua pihak untuk mengetahui bagaimana Komisi Pemilihan Umum bekerja. Selain itu edukasi tentang pemahaman dalam memfilter informasi yang diserap oleh masyarakat terkait yang berkaitan dengan pemilu dan informasi politik lainnya Komisi Pemilihan Umum menawarkan wadah informasi yang bebas hoaks. Dari segi

publikasi wadah yang disediakan Komisi Pemilihan Umum dirasa telah mampu memenuhi kebutuhan masyarakat namun yang menjadi salah satu hambatan merupakan kesempatan terbacanya suatu informasi kepada pihak yang disasar.

3.4. Diskusi Temuan Utama Penelitian

Pemanfaatan media sosial oleh komisi pemilihan umum guna partisipasi politik ini mendapat Respon positif dari masyarakat. Sama halnya dalam penelitian (Ike Atikah Ratnamulyani dan Beddy Iriawan Maksudi, 2017) tentang Media sosial sebagai salah satu faktor yang dapat memberikan efek positif dalam peningkatan partisipasi politik di dalam pemilihan umum.

Selanjutnya bagaimana komisi pemilihan umum kota Ambon memanfaatkan Media Sosial Sebagai Sarana Pendidikan Politik Untuk Mengembangkan Literasi Digital Warga Negara. Jejaring sosial bertindak sebagai sarana pendidikan politik digital karena mengandung narasi kampanye berperan sebagai undangan untuk berpartisipasi dalam pemilihan layaknya temuan (Ronni Juwandi, M.Pd , Yasin Nurwahid, Ayu Lestari, 2019)

Rata rata pengguna media sosial serta media online lainnya merupakan kaum milenial dengan Pengaruh media di mana pengguna mayoritas kaum milenial menurut survei dimana rata rata mereka yang mengakses konten yang di publikasikan oleh KPU kota Ambon layaknya dalam temuan (Ezra Zefanya Figo Polii, Agustinus B. Pati, Jamin Potabuga, 2019) mengenai pengaruh media sosial terhadap partisipasi politik berpusat pada kecamatan Tareran kabupaten Minahasa Selatan dimana Pengaruh media yang mayoritas penggunanya kaum milenial yang ada di kecamatan Tareran Mampu terpengaruh akan eksistensi dari calon legislatif maupun calon presiden.

Perbedaan yang signifikan antara pemilihan tahun 2014 dan 2019 dimana data KPU mencatat kenaikan pengguna hak pilih mereka hal ini menunjukkan eksistensi Sosial Media sebagai Media Kampanye Partai Politik Di Indonesia, layaknya temuan (Berliani Ardha, 2014) mengenai media sosial yang telah memainkan dan akan terus memainkan peran penting dalam kampanye politik.

1.6. Pernyataan Kebaruan Ilmiah

Penulis melakukan penelitian yang berbeda dan belum dilakukan oleh penelitian terdahulu, dimana konteks penelitian yang dilakukan yakni pemanfaatan media sosial oleh komisi pemilihan umum dalam partisipasi politik, metodenya yang digunakan menggunakan metode kualitatif ditambah kuesioner sebagai media penambah data juga berbeda dengan penelitian Ike Atikah Ratnamulyani dan Beddy Iriawan Maksudi, Ezra Zefanya Figo Polii, Agustinus B. Pati, Jamin Potabuga, maupun Berliani Ardha dkk. Selain itu pengukuran/indikator yang digunakan juga berbeda dari penelitian sebelumnya yakni menggunakan pendapat dari Gabriel Almond yang menyatakan bahwa terdapat bentuk - bentuk partisipasi politik yang dibagi dua, yaitu partisipasi politik konvensional dan partisipasi politik Non-Konvensional.

3.5. Diskusi Temuan Menarik Lainnya

Penulis menemukan faktor penghambat partisipasi politik melalui pemanfaatan media sosial oleh komisi pemilihan umum ini adalah kesadaran masyarakat dalam memanfaatkan media sosial dengan kredibilitas sumber yang valid masih rendah.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis Penulis mengenai fenomena Partisipasi Politik melalui pemanfaatan media sosial oleh komisi pemilihan umum kota Ambon provinsi Maluku penulis menyimpulkan Pemanfaatan media sosial sebagai wujud partisipasi politik melalui pemanfaatan media oleh Komisi Pemilihan Umum Kota Ambon telah dimaksimalkan Komisi Pemilihan Umum melalui berbagai platform media sosial telah menampilkan

eksistensi dan keseriusan mereka dalam mengoptimalkan pemanfaatan media baik untuk menambah Literasi politik masyarakat demi mempersiapkan masyarakat yang tidak melek politik guna pemilihan umum 2024 nanti, Komisi Pemilihan Umum melalui pemanfaatan web serta saat ini serta aplikasi – aplikasi yang bisa memudahkan masyarakat.

Keterbatasan Penelitian. Penelitian ini memiliki keterbatasan utama yakni waktu penelitian. Penelitian juga dilaksanakan sebelum pemilihan umum 2024 dengan potensi lebih tinggi lagi dalam pemanfaatan media sosial dan media online lainnya.

Arah Masa Depan Penelitian (*future work*). Penulis menyadari masih awalnya temuan penelitian, oleh karena itu penulis menyarankan agar dapat dilakukan penelitian lanjutan pada lokasi serupa berkaitan dengan untuk menemukan hasil yang lebih mendalam.

V. UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih terutama ditujukan kepada ketua komisi pemilihan umum kota Ambon beserta jajarannya yang telah memberikan kesempatan penulis untuk melaksanakan penelitian, serta seluruh pihak yang membantu selama penulis pelaksanaan penelitian.



VI. DAFTAR PUSTAKA

- Andriyus. (2013). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Partisipasi Politik Masyarakat pada Pemilihan Umum Legislatif 2009 di Kecamatan S...*
- Antony, M. (2018). What is social media? image: weather project bw 01 by. *Icrossing*. http://www.icrossing.co.uk/fileadmin/uploads/eBooks/What_is_Social_Media_iCrossing_ebook.pdf
- APJII Indonesia. (2018). Penetrasi & Perilaku Pengguna Internet Indonesia. In *Apjii*. <https://apjii.or.id/survei2018s/download/TK5oJYBSyd8iqHA2eCh4FsGELm3ubj>
- Ardha, B. (2014). Social Media Sebagai Media Kampanye Partai Politik 2014 Di Indonesia. *Jurnal Visi Komunikasi*, 13(1), 105–120.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2020). Laporan Survei Internet APJII 2019 – 2020. In *Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia* (Vol. 2020). <https://apjii.or.id/survei>
- Budiardjo miriam. (2015). *Dasar-Dasar Ilmu Politik*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama,.
- Creswell, J. W. (2019). *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Dapartemen Pendidikan dan Kebudayaan. (2005). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka, 2005.
- Dapertemen Pendidikan Nasional. (2015). *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi III* (3rd ed.). (Jakarta: Balai Pustaka, 2015).
- Fauzi, P. (2018). *Partisipasi Pemilih di Ambon 67%, DPD Ingatkan KPU*. <https://News.Detik.Com/>. <https://news.detik.com/berita/d-4086286/partisipasi-pemilih-di-ambon-67-dpd-ingatkan-kpu>
- Grace, U., & Danfulani, J. (2015). Political Participation as a Catalyst for National Development in a Democratic Society. *Research on Humanities and Social Sciences*, 5(14), 56–62.
- Hidayat, A. (2019). *Demokrasi Digital Era Media Sosial*. <https://News.Detik.Com/>. <https://news.detik.com/kolom/d-4569835/demokrasi-digital-era-media-sosial>
- Junaidi, Ahmad; Hari, E. S. D. (2018). *Media dan Komunikasi Politik Potret Demokrasi di Indonesia dalam Perspektif Komunikasi Politik*.
- Machmud, M. (2016). Tuntunan Penulisan TUGAS AKHIR Berdasarkan Prinsip Dasar Penelitian Ilmiah. *Nucleic Acids Research*, 1–266.
- Mudjiyanto, B. (2013). Literasi Internet dan Partisipasi Politik Masyarakat Pemilih dalam Aktifitas Pemanfaatan Media Baru. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 16(1), 1. <https://doi.org/10.31445/jskm.2012.160101>
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial: prespektif komunikasi, budaya, dan sositeknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Nazir. (2013). *METODE PENELITIAN*. GHALIA INDONESIA , 2013.
- Nurchotimah, A. S. I. (2020). The Forms of Political Participation in General Elections by Beginner Voters. *Journal of Etika Demokrasi*, 5(2), 235–244.
- Saud, M., Ida, R., Abbas, A., Ashfaq, A., & Ahmad, A. R. (2020). Media Sosial dan Digitalisasi Partisipasi Politik pada Generasi Muda : Perspektif Indonesia. *Society*, 8(1), 87–97.
- Utami, F. (2020). Media Sosial Dan Partisipasi Politik Milenial Riau. *Jdp (Jurnal Dinamika Pemerintahan)*, 3(1), 65–84. <https://doi.org/10.36341/jdp.v3i1.1158>