

PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP ELEKTABILITAS BAKAL CALON PRESIDEN DAN WAKIL PRESIDEN

¹Najwa El-Khoir Hasibuan,
²Ulfah Fadilah Sidabalok ,
³Rahmat Afandi,
⁴Marzuki Manurung

^{1,2,3,4}Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

*¹elkhoirnajwa@gmail.com , ²ulfahfadillah02@gmail.com , ³Rahmataffandi071@gmail.com ,
⁴marzukimanurung07@gmail.com

Received: 04 Desember 2023 | Accepted: 01 Januari 2024 | Published: 24 Maret 2024
DOI : 10.31602/jt.v6i1.13323

Abstract:

This journal discusses the influence of social media as a realm of current developments on the electability of presidential and vice presidential candidates in general elections. Writing this journal uses the library study method, with data collection methods in the form of documentation. The analysis technique used is data analysis, through references from journals and books which are then analyzed by the author. The results obtained in this journal are that social media plays a major role in determining the electability of prospective presidential and vice presidential candidates in the general election. Social media is also a means of political communication and attracting the interest of the younger generation in determining their roles and interests in the presidential and vice presidential candidate pairs. However, sometimes social media itself backfires and backfires on presidential and vice presidential candidate pairs who cannot regulate the direction of their use of social media. In this case, negative things related to hoaxes, hate speech and misrepresentations can occur in social media forums. So it is important for every prospective partner to respond and use social media wisely because this has a big influence on their electability.

Keyword: Social Media, Electability

PENDAHULUAN

Dalam waktu yang dekat, Pemilu akan kembali diadakan di Indonesia, tepatnya pada tahun 2024. Untuk memilih calon presiden yang sesuai dengan keinginan masyarakat, berbagai lembaga survei sudah membuat survei calon presiden untuk mengetahui elektabilitas capres yang sesuai dengan pilihan rakyat. Elektabilitas seorang calon presiden mengacu pada tingkat popularitas dan dukungan yang diterima oleh calon tersebut dari pemilih dalam pemilihan presiden. Istilah ini menggambarkan kemungkinan atau potensi seorang calon untuk memenangkan pemilihan berdasarkan dukungan yang mereka terima dari pemilih.

Di era digital saat ini, media sosial memiliki dampak positif yang besar dalam berbagai aspek kehidupan. Media sosial memungkinkan komunikasi global, memfasilitasi kolaborasi, memperluas jaringan sosial, menyebarkan informasi secara cepat, serta menjadi platform untuk edukasi dan



kesadaran sosial. Dan juga tak luput mengenai berita politik saat ini, media sosial menyebar begitu cepat dan mengakibatkan timbulnya konsekuensi dalam politik.

Di Indonesia, sebagai negara demokrasi, asyarakat mendapatkan banyak informasi melalui media sosial. Media sosial membentuk cara masyarakat menafsirkan dan mengamati informasi politik, khususnya berita terkait pemilu dan peristiwa politik lainnya. Media sosial mewujudkan upaya ini dan melibatkan masyarakat secara langsung dalam aktivitas politik seperti memberikan suara, berkomunikasi dengan pejabat, dan berpartisipasi dalam protes anti-pemerintah. Di media sosial, berbagai politisi berlomba-lomba menampilkan citra positif dan menggaet simpati masyarakat.

Selain itu, preferensi politik masyarakat mungkin dipengaruhi oleh tindakan politisi di media sosial, termasuk perilaku 3 bakal capres dan cawapres menuju pemilu presiden Indonesia tahun 2024. Pilpres tahun 2024 bukan pemilihan umum pertama di Indonesia dimana media sosial digunakan sebagai alat untuk menarik perhatian masyarakat. Bahkan bakal capres cawapres tanpa menaikkan dirinya di media sosial pun sudah banyak sekali pemilih pemilih yang menaikkan elektabilitas dari calonnya masing masing. Terbukti ketika membuka aplikasi Tiktok, terdapat banyak sekali akun media sosial yang mempengaruhi preferensi politik melalui tampilan pencitraan dari calon yang akan dipilihnya di pilpres 2024 nantinya.

METODE PENELITIAN

Penulisan jurnal ini menggunakan metode study pustaka, dengan metode pengumpulan data berupa dokumentasi. Teknik analisis yang digunakan merupakan analisis data, melalui referensi yang berasal dari jurnal, dan buku yang kemudian dianalisis oleh penulis.

PEMBAHASAN

Mengenai Elektabilitas

Dalam waktu yang dekat, Pemilu akan kembali diadakan di Indonesia, tepatnya pada tahun 2024. Untuk memilih calon presiden yang sesuai dengan keinginan masyarakat, berbagai lembaga survei sudah membuat survei calon presiden untuk mengetahui elektabilitas Calon Presiden atau Capres yang sesuai dengan pilihan rakyat. Elektabilitas seorang calon presiden mengacu pada tingkat popularitas dan dukungan yang diterima oleh calon tersebut dari pemilih dalam pemilihan presiden. Istilah ini menggambarkan kemungkinan atau potensi seorang calon untuk memenangkan pemilihan berdasarkan dukungan yang mereka terima dari pemilih. Survei ini berisikan beberapa pertanyaan yang dapat mewakili calon presiden pilihan rakyat.

Menurut survei yang telah dilakukan oleh Lembaga Survei Nasional (LSN) pada 24 Mei hingga 3 Juni 2023 di 34 provinsi, hasil elektabilitas tiga calon presiden yang tengah populer belakangan ini, yaitu Prabowo Subianto, Ganjar Pranowo, dan Anies Baswedan, telah dirilis. Dalam survei tersebut, Prabowo mendapatkan tingkat elektabilitas sebesar 38,5%, diikuti oleh Ganjar dengan 32,8%, dan Anies dengan 21,9% dalam tingkat elektabilitas nasional.¹

¹Agus Setiawan, Sarah Amarissa Girsang. Elektabilitas Calon Presiden: Realitas Atau Penggiringan Opini? (Bandung: Jurnal Kajian Budaya dan Humaniora. 2023) hal. 222



Elektabilitas calon legislatif (caleg) dapat diukur melalui beberapa faktor yang mencerminkan popularitas dan dukungan yang diterima oleh calon tersebut. Berikut adalah beberapa tolok ukur elektabilitas caleg:

1. **Survei Opini Publik:** Survei merupakan salah satu cara utama untuk mengukur elektabilitas. Survei dapat mencakup pertanyaan tentang tingkat dukungan, tingkat kepuasan, dan preferensi pemilih terhadap caleg tertentu.
2. **Keterlibatan dan Aktivitas Kampanye:** Tingkat keterlibatan caleg dalam kampanye dapat mencerminkan sejauh mana dia mendapat dukungan. Aktivitas kampanye meliputi pertemuan dengan pemilih, kehadiran dalam acara-acara masyarakat, dan penggunaan media sosial.
3. **Reputasi dan Kredibilitas:** Reputasi dan kredibilitas caleg dalam masyarakat dapat menjadi faktor penting. Pengalaman, prestasi, dan integritas pribadi dapat memengaruhi persepsi pemilih terhadap caleg tersebut.
4. **Program dan Visi:** Pemilih cenderung memberikan dukungan kepada caleg yang memiliki program dan visi yang sesuai dengan kebutuhan dan harapan mereka. Kemampuan caleg untuk menyampaikan ide-ide yang jelas dan solusi untuk masalah-masalah masyarakat dapat mempengaruhi elektabilitasnya.
5. **Dukungan Partai:** Dukungan dari partai politik juga dapat membantu meningkatkan elektabilitas caleg. Partai politik memiliki basis pemilih dan sumber daya yang dapat digunakan untuk mendukung kampanye caleg.
6. **Media Massa:** Liputan media massa, baik itu positif atau negatif, dapat memengaruhi persepsi pemilih terhadap seorang caleg. Berita, wawancara, dan editorial dapat memberikan paparan tambahan terhadap caleg di mata publik.
7. **Interaksi dengan Pemilih:** Kemampuan caleg untuk berinteraksi dengan pemilih, mendengarkan masukan mereka, dan merespons kebutuhan masyarakat dapat meningkatkan daya tarik dan dukungan.

Penting untuk diingat bahwa elektabilitas bersifat dinamis dan dapat berubah seiring waktu. Selain itu, beberapa faktor dapat memiliki dampak lebih besar daripada yang lain tergantung pada konteks politik dan sosial yang ada. Elektabilitas penting karena mencerminkan sejauh mana seorang kandidat atau partai politik memiliki dukungan dari pemilih. Berikut adalah beberapa alasan mengapa elektabilitas dianggap penting dalam konteks politik:

1. **Menentukan Kemenangan Pemilu:** Pemilihan umum adalah proses di mana pemilih memilih perwakilan mereka, seperti presiden, anggota parlemen, atau pejabat daerah. Elektabilitas menjadi kunci untuk menentukan apakah seorang kandidat atau partai politik memiliki peluang menang dalam pemilu.
2. **Legitimasi dan Mandat:** Kemenangan dalam pemilu memberikan legitimasi kepada pemenang untuk memegang jabatan publik. Semakin tinggi elektabilitas, semakin besar mandat yang dimiliki oleh pejabat terpilih. Mandat yang kuat dapat memperkuat posisi pemimpin dalam mengimplementasikan kebijakan dan menghadapi tantangan.



3. Pengaruh Politik: Calon atau partai politik yang memiliki elektabilitas tinggi cenderung memiliki pengaruh yang lebih besar dalam proses pembuatan keputusan politik. Mereka dapat lebih mudah memperoleh dukungan politik, meraih mayoritas dalam parlemen, dan mendorong agenda mereka.
4. Stabilitas Politik: Pemimpin atau partai politik yang memiliki dukungan luas cenderung menciptakan stabilitas politik. Stabilitas politik adalah faktor penting dalam pengembangan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat.
5. Legitimasi Kebijakan: Pemimpin yang memiliki elektabilitas tinggi lebih mungkin dianggap memiliki legitimasi untuk mengimplementasikan kebijakan-kebijakan tertentu. Pemilih cenderung lebih menerima kebijakan yang diusulkan oleh pemimpin atau partai yang memiliki dukungan luas.
6. Investasi dan Kepercayaan: Tingkat elektabilitas yang tinggi dapat meningkatkan kepercayaan investor, baik domestik maupun asing. Investasi dan stabilitas politik yang dihasilkan dari elektabilitas yang tinggi dapat menciptakan iklim usaha yang kondusif.
7. Partisipasi Pemilih: Elektabilitas yang tinggi dapat meningkatkan partisipasi pemilih dalam proses demokratis. Pemilih cenderung merasa lebih termotivasi untuk berpartisipasi jika mereka percaya bahwa suara mereka dapat membuat perbedaan dalam hasil pemilihan.

Dengan demikian, elektabilitas bukan hanya mencerminkan popularitas individu atau partai politik, tetapi juga memiliki implikasi yang mendalam terhadap stabilitas politik, kredibilitas, dan efektivitas pemerintahan.

Pemberitaan hasil jajak pendapat masyarakat secara luas dan ekstensif oleh berbagai media massa akan mempengaruhi persepsi dan pandangan masyarakat terhadap elektabilitas calon presiden dan wakil presiden. Sebaliknya, pemungutan suara pada pemilu 2024 bersifat bias. Dalam komunikasi dan jurnalisme, elektabilitas merupakan konsep penting yang menekankan pada penataan dan penataan informasi sehingga dapat mempengaruhi masyarakat. Melalui diskusi media yang sangat intensif mengenai hasil survei calon presiden, yang sering disebut dengan pemberitaan media. Seringkali timbul kesan bahwa opini publik terbentuk di media massa, selain menggambarkan opini-opini yang muncul di masyarakat. Dengan semakin intensnya situasi politik saat ini dan beragamnya manuver politik para politisi, jelas bahwa pembentukan opini publik melalui berbagai media massa semakin banyak dilakukan secara besar-besaran².

Pengaruh Media Sosial Terhadap Elektabilitas Calon Presiden dan Wakil Presiden

Media sosial merupakan media online yang dapat dengan mudah digunakan penggunaannya untuk memenuhi kebutuhan komunikasinya. Medsos seperti Facebook awalnya dikaitkan dengan topik persahabatan. Namun kini banyak masyarakat yang mulai bergulat dengan ranah politik pemerintahan dan kekuasaan negara.³

Media sosial mempunyai dampak yang sangat besar dalam dunia politik Chavez (2012) dalam penelitian berjudul “Penyalahgunaan Kampanye Media Sosial dalam Kampanye Pemilihan Presiden AS 2012”. mengatakan bahwa media sosial menjadi alat kampanye yang efektif untuk

²CNBC Indonesia. (2023) Survei Terbaru Capres RI 2024: Gajar Vs Anies Vs Prabowo.

³Dian Sari. Analisis Pola Respon Pengguna Media Sosial Menjelang Pemilihan Pasangan Calon Presiden dan Wakil Presiden 2019. (Jakarta: Proceeding- open society conference. 2018) hal. 456



meningkatkan elektabilitas calon pemimpin tanah air. Media sosial dapat memberikan informasi dari para aktor politik secara cepat dan komprehensif. Ini adalah peluang bagus untuk melibatkan pemilih muda dalam kampanye media sosial Anda dengan biaya rendah.

Kampanye melalui iklan di media massa dan media online terbukti mempengaruhi terhadap perilaku memilih masyarakat dalam pemilu. Pengaruh tersebut dapat berupa perubahan pendapat, persepsi, sikap, dan perilaku. Mikro yang terjadi secara individual, atau makro yang terjadi secara keseluruhan sistem sosial. Langsung atau bersyarat, hanya topik media tertentu, atau perubahan atau stabilisasi umum. Menjelang pemilu, partai politik dan kandidat melakukan kampanye untuk mendorong masyarakat memilih. Menurut McQuail, media massa pada umumnya mempunyai fungsi yang berbeda-beda bagi khalayaknya yakni:

1. Sebagai pemberi informasi
2. Memberikan komentar dan interpretasi yang membantu memahami informasi.
3. Membangun konsensus.
4. Menjadi keterkaitan berbagai lapisan masyarakat dalam menyikapi lingkungan hidup.
5. Penerusan warisan budaya.
6. Pengungkapan nilai dan simbol budaya untuk menjaga identitas dan kelangsungan sosial.

Media sosial juga merupakan alat yang potensial untuk mengganggu politik demokratis dan meningkatkan suara dari bawah, yang digunakan oleh kelompok-kelompok untuk mengembangkan opini publik seputar kepentingan mereka. Internet dan media sosial diharapkan dapat menjadi media alternatif komunikasi dua arah antara politisi dan pendukungnya. Hal ini sejalan dengan pernyataan Chavez (2012) yang menyatakan bahwa media sosial mempengaruhi komunikasi politik dalam dunia politik, khususnya pada saat kampanye pemilu. Khususnya pada kampanye pemilu mendatang, penting bagi institusi politik untuk berpartisipasi aktif dalam komunikasi politik melalui media sosial.⁴

Kualifikasi berkaitan erat dengan popularitas. Oleh karena itu, orang-orang populer mempunyai peluang lebih besar untuk terpilih. Popularitas tersebut didukung oleh terpaan media, baik publik maupun swasta. Mereka menggunakan berbagai teknik untuk meningkatkan popularitasnya dan mencapai tingkat keberhasilan yang tinggi di masyarakat. Hal ini dipengaruhi oleh dua hal: metodologi kampanye dan kematangan masyarakat. Saat ini, istilah “elektabilitas” sering digunakan dalam pemilu, baik di tingkat presiden, walikota, maupun bupati. Elektabilitas bisa dijadikan tolak ukur untuk mengukur tingkat popularitas atau elektabilitas seseorang.⁵

Orang-orang yang lebih berpeluang terpilih adalah mereka yang dikenal luas di masyarakat. Imajinasi politik mampu meningkatkan elektabilitas. Citra politik berkaitan dengan pembentukan opini masyarakat karena opini politik pada dasarnya dikonstruksi melalui citra politik. Citra Politik Sebagai bagian dari komunikasi politik, citra politik digunakan secara persuasif untuk memperluas jangkauan aspirasi kandidat dan pemilih. Corner dan Pells percaya bahwa karena citra adalah faktor paling penting dalam menentukan keberhasilan atau kegagalan sebuah kampanye, baik tokoh yang

⁴Aryo Prakoso Wibowo. Selektifitas Media Sosial Dalam Meningkatkan Elektabilitas Figur (Malang: Ettisal Journal Of Communication. 2018) hal. 156

⁵Aryo Prakoso Wibowo. Selektifitas Media Sosial Dalam Meningkatkan Elektabilitas Figur (Malang: Ettisal Journal Of Communication. 2018) hal. 157



bersih maupun yang bermasalah memainkan peran utama dalam membangun citra politik yang memengaruhi pemilih.⁶

Media sosial dinilai memiliki peran strategis sebagai media perubahan dan pembangunan, serta sebagai media efektif dalam mencatat dan merespons kebutuhan masyarakat. Faktanya, media sosial dioptimalkan oleh para pemimpin pemerintah daerah dan nasional untuk menjaga komunikasi politik dengan masyarakat dan membangun personal branding melalui komunikasi politik di media sosial. Melalui media sosial, para pemimpin politik di tingkat lokal dan nasional memahami dan merespons inisiatif publik. Berdasarkan literatur sebelumnya, pemimpin politik ini mampu menjaga komunikasi dan interaksi dengan masyarakat. Komunikasi politik di media sosial dapat menumbuhkan budaya partisipasi, hasrat, dan keakraban tanpa batasan ruang dan waktu.⁷

Media sosial merupakan peluang besar bagi para aktor politik untuk meningkatkan peluang pemilu mereka dan menjangkau pemilih. Media sosial adalah platform yang bagus untuk berinteraksi langsung dengan calon pemilih. Hal ini tentunya juga berdampak buruk bagi para pelaku politik karena berujung pada berita bohong dan fitnah. Proses pencitraan merek publik memerlukan berbagai metode untuk secara efektif melekatkan pesan Anda pada kesadaran masyarakat. Salah satu cara yang saat ini dinilai efektif dan efisien adalah penggunaan media baru. Menjelang pemilukada paralel tahun 2020 di masa pandemi, COVID-19 telah menimbulkan kontroversi baru di kalangan partai politik, khususnya politisi. Kampanye swasta selama ini dibatasi oleh pemerintah, khususnya pihak yang bertanggung jawab langsung dalam penanganan pandemi COVID-19 di Indonesia, yakni Satgas Tanggap COVID-19. Namun hal ini menghadirkan tantangan baru bagi setiap pasangan kandidat: menyampaikan pesan politik mereka selama pandemi virus corona.

Bukti nyata peran media sosial bagi kepentingan publik calon anggota parlemen, Gibran Rakabumin Raka, putra sulung Presiden Joko Widodo dari Republik Indonesia, mencalonkan diri sebagai Wali Kota Solo bersama Tegu Prakoso dari Partai PDIP. Ia berkampanye di masa pandemi dan melanjutkan kampanyenya dengan mengunjungi desa-desa. Namun kampanye ini sangat berbeda dengan kampanye sebelum pandemi. Gibran menggunakan metode online dengan Blusukan, sebuah alat bernama “*Virtual Box*”.

Untuk melaksanakan kampanye tersebut, kami akan mengadakan acara “Bursukan Online” di mana media online Facebook akan disiarkan langsung ke monitor. Monitor berada dalam kotak yang dapat dipindahkan. Meski begitu, ia tampak tak kesulitan menyapa warga dan tetap bisa menaati protokol kesehatan COVID-19. Hal ini disambut positif oleh warga. “*Alhamdulillah bisa membantu, dengan cara seperti ini malah bisa tatap muka secara langsung*” ungkap Rodryatun yang tinggal sendiri mengatakan cara ini lebih praktis dan efektif. Pemanfaatan New Media atau media baru nampaknya membuahkan hasil yang positif dengan unggulnya Gibran-Teguh pada perhitungan cepat di pemilihan Calon Walikota dan Wakil Walikota Solo dengan suara masuk sebanyak 1.139 dari 1.231 TPS atau 92,53 persen, pasangan calon Gibran-Teguh meraih 86,5 persen dengan perolehan 208.364 suara, mengungguli pesaingnya yang memperoleh suara 32.568 suara.

⁶Yos Horta Meliala, Taufik Nurdiansyah. Pengaruh Media Sosial Instagram Joko Widodo Terhadap Elektabilitas Joko Widodo Pada Pilpres 2019. (Jakarta Selatan: Jurnal Pustaka Komunikasi. 2019) hal. 238

⁷Festy Rahma Hidayati. Komunikasi Politik dan Branding Pemimpin Politik Melalui Media Sosial: A Conceptual Paper (Depok: Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi. 2021) hal. 147



Salah satu tokoh yang memanfaatkan media sosial untuk memperkenalkan diri dan membangun opini publik adalah Joko Widodo (Jokowi). Jokowi merupakan salah satu publik figur yang aktif menggunakan media sosial Instagram. Berdasarkan postingan pertamanya di Instagram, Jokowi mulai aktif menggunakan Instagram pada 4 Januari 2016. Per 2 Desember 2023, akun Instagram Jokowi memiliki 4.909 postingan dan diikuti 56,6 juta pengikut. Sejak terpilih sebagai presiden Indonesia pada tanggal 20 Oktober 2014, peluangnya untuk menang terus meningkat dalam beberapa jajak pendapat.

Berdasarkan jajak pendapat masyarakat yang dilakukan Lingkaran Riset Indonesia (LSI) pada 26 Juni 2014, peluang kemenangan Jokowi mencapai 45%. Lingkaran Riset Indonesia (LSI) kemudian kembali melakukan jajak pendapat mengenai elektabilitas Jokowi sebelum dan sesudah Pilkada Serentak 2018. Hasilnya, tingkat kemenangan Jokowi meningkat dari 46% sebelum Pilkada 2018 menjadi 49,3% atau meningkat 3% setelah Pilkada. Joko Widodo aktif memanfaatkan platform media sosial Instagram untuk mengungkap kesehariannya sebagai presiden Indonesia. Jelang Pilpres 2019, Joko Widodo ngotot berkampanye lewat platform media sosial Instagram. Di kalangan pengguna Instagram, peluang menang Jokowi-Mahfud 40,9%.

Media sosial memiliki kemampuan unik untuk memengaruhi elektabilitas karena beberapa alasan utama, yakni. Pertama, jangkauan Massal, media sosial memungkinkan kandidat mencapai audiens yang sangat luas. Dengan jumlah pengguna yang besar, informasi dan pesan kampanye dapat disebarkan secara cepat dan efisien kepada pemilih potensial di berbagai lapisan masyarakat. Kedua, adanya interaksi Langsung, kandidat dapat berinteraksi langsung dengan pemilih melalui media sosial. Hal ini menciptakan kesempatan untuk menjawab pertanyaan, memberikan klarifikasi, atau membangun hubungan yang lebih personal dengan pemilih, yang mungkin sulit dicapai melalui media tradisional. Ketiga, Viralitas dan Cepatnya Penyebaran Informasi, Informasi, baik positif maupun negatif, dapat dengan cepat menjadi viral di media sosial. Konten yang menarik perhatian atau kontroversial memiliki potensi besar untuk menyebar dengan cepat, memengaruhi opini publik dalam waktu singkat.

KESIMPULAN

Media sosial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap elektabilitas calon legislatif (caleg) dalam berbagai cara. Berikut adalah beberapa dampak media sosial terhadap elektabilitas caleg:

1. Peningkatan Paparan: Media sosial memberikan platform yang luas bagi caleg untuk memperluas jangkauan mereka dan meningkatkan paparan di kalangan pemilih. Posting, gambar, dan video yang menarik dapat dengan cepat menjadi viral dan mencapai audiens yang lebih besar.
2. Interaksi Langsung dengan Pemilih: Caleg dapat berinteraksi langsung dengan pemilih melalui media sosial. Mereka dapat merespons pertanyaan, menggali masukan, dan berkomunikasi secara lebih personal. Hal ini dapat membantu membangun hubungan yang kuat antara caleg dan pemilih, meningkatkan keterlibatan, dan memperkuat dukungan.
3. Pemberitaan Real-Time: Media sosial memungkinkan caleg untuk memberikan informasi secara real-time tentang kegiatan kampanye, acara, dan perkembangan terkini. Ini membantu menjaga pemilih tetap terinformasi dan terlibat dalam proses politik.



4. Pengaruh Endorsement dan Dukungan: Caleg dapat mendapatkan dukungan dan endorsement dari tokoh terkenal atau publik figur melalui media sosial. Dukungan ini dapat memberikan kepercayaan dan meningkatkan citra calon di mata pemilih.
5. Kampanye Berbayar dan Targeting Iklan: Platform media sosial menyediakan opsi kampanye berbayar yang memungkinkan caleg menargetkan iklan mereka kepada kelompok pemilih tertentu berdasarkan demografi, minat, dan perilaku online. Ini dapat membantu meningkatkan efisiensi penggunaan sumber daya kampanye.
6. Pemantauan Sentimen: Media sosial memungkinkan caleg untuk memantau sentimen publik terhadap kampanye mereka. Analisis data sosial media dapat memberikan wawasan tentang respons pemilih terhadap pesan kampanye dan memungkinkan penyesuaian strategi komunikasi.
7. Kampanye Gerakan Sosial: Media sosial dapat menjadi alat efektif untuk memobilisasi dukungan dalam kampanye gerakan sosial atau isu tertentu. Caleg yang berhasil menghubungkan diri mereka dengan isu-isu yang penting bagi pemilih dapat meningkatkan elektabilitas mereka.

Namun, perlu diingat bahwa media sosial juga dapat menjadi tempat kontroversi dan konflik. Konten negatif atau serangan personal dapat dengan cepat menyebar, mempengaruhi citra caleg secara negatif. Oleh karena itu, caleg perlu memanfaatkan media sosial dengan bijak dan mempertimbangkan dampak dari setiap tindakan atau postingan.

DAFTAR PUSTAKA

- Horta, Yos Meliala, Taufik Nurdiansyah. Pengaruh Media Sosial Instagram Joko Widodo Terhadap Elektabilitas Joko Widodo Pada Pilpres 2019. 2019 (Jakarta Selatan: Jurnal Pustaka Komunikasi)
- Prakoso, Aryo Wibowo. Selektifitas Media Sosial Dalam Meningkatkan Elektabilitas Figur . 2018 (Malang: Ettisal Journal Of Communication)
- Rahma, Festy Hidayati. Komunikasi Politik dan Branding Pemimpin Politik Melalui Media Sosial: A Conceptual Paper. 2021 (Depok: Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi021)
- Sari, Dian. Analisis Pola Respon Pengguna Media Sosial Menjelang Pemilihan Pasangan Calon Presiden dan Wakil Presiden 2019. 2018 (Jakarta: Prooceding- open society conference)
- Setiawan, Agus, Sarah Amarissa Girsang. Elektabilitas Calon Presiden: Realitas Atau Penggiringan Opini?. 2023 (Bandung: Jurnal Kajian Budaya dan Humaniora)

