

STRATEGI KAMPANYE VIA SOSMED DPD GOLKAR JAWA TIMUR PADA PEMILU LEGISLATIF TINGKAT PROVINSI TAHUN 2024

Diajeng Puspa Anggraeni, Moh Ilyas Rolis

Jurusan Ilmu Politik

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Email: dhiajenganggraeni2003@gmail.com

Abstrak:

Pada Pemilu Legislatif 2024, DPD Golkar Jawa Timur (Jatim) mengadopsi strategi kampanye digital yang komprehensif untuk memaksimalkan dampak dan jangkauan pesan politiknya. Strategi ini berfokus pada pemanfaatan teknologi digital dan data untuk meraih dukungan pemilih di era digital. Abstrak ini merinci pendekatan yang diterapkan, mencakup beberapa elemen kunci seperti pemanfaatan media sosial, pemasaran berbasis data, dan pengelolaan konten. Pertama, kampanye digital DPD Golkar Jatim memanfaatkan berbagai platform media sosial, termasuk Facebook, Instagram, Twitter, dan Youtube, untuk menjangkau audiens yang luas dan beragam. Konten yang disajikan meliputi video kampanye, infografis, dan cerita sukses dari kader Golkar, yang dirancang untuk meningkatkan keterlibatan dan menciptakan hasil positif di kalangan pemilih. Selain itu, penggunaan fitur iklan berbayar di media sosial memungkinkan kampanye untuk menargetkan demografi dan wilayah tertentu dengan pesan yang disesuaikan. Kedua, strategi pemasaran berbasis data menjadi krusial. DPD Golkar Jatim mengimplementasikan analitik data untuk mengidentifikasi tren pemilih, memahami preferensi, dan merancang pesan yang tepat sasaran. Data yang dikumpulkan melalui survei online, interaksi di media sosial, dan analitik web digunakan untuk mempersonalisasi komunikasi dan mengoptimalkan alokasi anggaran kampanye. Ketiga, pengelolaan konten secara efektif adalah kunci untuk membangun brand dan reputasi positif. Kampanye ini menekankan pentingnya transparansi dan kejelasan dalam komunikasi, serta proaktif dalam menangani disinformasi. Tim kampanye Golkar Jatim juga memastikan bahwa semua materi kampanye konsisten dengan nilai-nilai partai dan mempromosikan agenda politik yang relevan bagi pemilih.

Kata Kunci:

DPD Golkar Jatim, Pemilu Legislatif 2024, Strategi Kampanye Digital.

Abstract:

In the 2024 Legislative Election, the East Java Regional Leadership Council (DPD) of Golkar Party adopted a comprehensive digital campaign strategy to maximize the impact and reach of its political messages. This strategy focused on leveraging digital technology and data to garner voter support in the digital age. These abstract

outlines the approach implemented, highlighting key elements such as social media utilization, data-driven marketing, and content management. First, DPD Golkar Jatim's digital campaign utilized various social media platforms, including Facebook, Instagram, Twitter, and YouTube, to reach a broad and diverse audience. The content presented included campaign videos, infographics, and success stories from Golkar cadres, designed to enhance engagement and generate positive outcomes among voters. Additionally, the use of paid advertising features on social media enabled the campaign to target specific demographics and regions with tailored messages. Second, data-driven marketing strategies played a crucial role. DPD Golkar Jatim implemented data analytics to identify voter trends, understand preferences, and craft precise messages. Data collected through online surveys, social media interactions, and web analytics was used to personalize communication and optimize campaign budget allocation. Third, effective content management was key to building a strong brand and a positive reputation. The campaign emphasized transparency and clarity in communication, while proactively addressing misinformation. The Golkar Jatim campaign team also ensured that all campaign materials aligned with the party's values and promoted a political agenda relevant to voters.

Keywords:

DPD Golkar Jatim, 2024 Legislative Election, Digital Campaign Strategy.

Pendahuluan

Pemilihan umum merupakan momentum penting dalam demokrasi yang tidak hanya menjadi ajang bagi partai politik untuk mendapatkan suara rakyat, tetapi juga sebagai refleksi dari dinamika politik, sosial, dan teknologi di suatu negara. Dalam konteks Indonesia, Pemilu 2024 menandai era baru kampanye politik yang semakin mengandalkan media digital, khususnya media sosial, sebagai alat utama untuk menjangkau dan memengaruhi pemilih. Transformasi ini didorong oleh tingginya penetrasi internet di Indonesia, khususnya di kalangan generasi muda, serta perubahan pola konsumsi informasi yang semakin bergeser ke platform digital.

Partai Golkar, sebagai salah satu partai politik terbesar di Indonesia, telah lama dikenal dengan strategi kampanye yang adaptif terhadap perubahan zaman. Dalam Pemilu Legislatif 2024, DPD Golkar Jawa Timur menghadapi tantangan sekaligus peluang besar untuk memanfaatkan media sosial dalam menggalang dukungan politik di provinsi yang memiliki jumlah pemilih signifikan ini. Jawa Timur, dengan keragaman demografi dan geografisnya, menjadi medan kompetisi politik yang menuntut strategi kampanye yang inovatif dan relevan dengan kebutuhan masyarakat.

Diajeng Puspa Anggraeni dan Moh Ilyas Rolis

Media sosial menawarkan berbagai keunggulan dalam kampanye politik, seperti kemampuan untuk menyampaikan pesan secara cepat, menjangkau audiens yang luas, dan membangun interaksi langsung dengan pemilih. Platform seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan Youtube memungkinkan partai politik untuk menyampaikan pesan yang lebih personal, menarik, dan sesuai dengan preferensi audiens. Namun, keberhasilan memanfaatkan media sosial tidak hanya bergantung pada kehadiran di platform tersebut, tetapi juga pada strategi konten, pemahaman tentang algoritma, serta kemampuan untuk menanggapi isu-isu yang berkembang secara real-time.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi kampanye digital DPD Golkar Jawa Timur dalam Pemilu Legislatif 2024, dengan fokus pada bagaimana partai ini merancang, mengimplementasikan, dan mengevaluasi penggunaan media sosial sebagai bagian dari upaya mereka untuk memenangkan hati pemilih. Kajian ini tidak hanya penting untuk memahami dinamika politik lokal di Jawa Timur, tetapi juga memberikan wawasan yang lebih luas tentang bagaimana media sosial mengubah lanskap politik di Indonesia. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademik dalam studi politik digital serta menjadi panduan praktis bagi partai politik dalam mengoptimalkan strategi kampanye mereka di era digital.

Metode Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi kampanye digital DPD Golkar Jawa Timur pada Pemilu Legislatif Provinsi 2024, dengan fokus pada penggunaan media sosial sebagai alat komunikasi politik. Penelitian ini merupakan penelitian empiris yang menggunakan pendekatan kualitatif. Data utama diperoleh melalui observasi langsung terhadap aktivitas media sosial DPD Golkar Jatim, wawancara mendalam dengan tim kampanye, serta survei kepada audiens yang menjadi target kampanye. Observasi dilakukan pada berbagai platform media sosial seperti Instagram, Facebook, Twitter, dan Youtube untuk memahami strategi konten, gaya komunikasi, dan tingkat keterlibatan audiens.

Data primer dalam penelitian ini meliputi wawancara dengan pengurus partai, konsultan media sosial yang bekerja sama dengan DPD Golkar Jatim, serta survei

kepada pemilih, khususnya kelompok muda dan pemilih pemula. Data ini diperkuat dengan observasi langsung terhadap aktivitas unggahan di media sosial resmi partai, termasuk analisis tema-tema konten, frekuensi unggahan, tingkat respons audiens, serta sentimen komentar terhadap berbagai unggahan. Data sekunder meliputi laporan internal partai, dokumentasi kampanye, literatur tentang komunikasi politik, dan analisis tren media sosial dalam konteks politik di Indonesia.

Metode analisis yang digunakan mencakup analisis konten, analisis tematik, dan triangulasi data. Analisis konten dilakukan untuk mengkaji unggahan di media sosial partai, termasuk jenis konten yang dibagikan seperti video, infografis, atau narasi visual lainnya. Selain itu, analisis ini juga mencakup pola interaksi dengan audiens, seperti jumlah likes, shares, komentar, serta penggunaan tagar dan fitur live streaming. Analisis tematik diterapkan pada wawancara dan survei untuk mengidentifikasi pola utama dalam strategi kampanye digital, seperti pemilihan isu, gaya komunikasi, serta segmentasi audiens. Triangulasi data dilakukan dengan membandingkan hasil dari berbagai sumber, termasuk wawancara, observasi, dan survei, untuk memastikan validitas temuan dan konsistensi data.

Penelitian ini diharapkan memberikan gambaran yang komprehensif tentang bagaimana DPD Golkar Jatim memanfaatkan media sosial untuk meningkatkan efektivitas komunikasi politik dan memobilisasi dukungan pemilih. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk memberikan rekomendasi praktis bagi pengembangan strategi kampanye digital yang lebih inovatif di masa mendatang, baik bagi DPD Golkar Jatim maupun partai politik lainnya di Indonesia. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan dalam studi komunikasi politik digital di Indonesia, khususnya dalam memahami peran media sosial sebagai alat kampanye di era digital.

Pembahasan dan Hasil

Hasil penelitian menunjukkan bahwa DPD Golkar Jawa Timur telah memanfaatkan media sosial secara strategi dalam kampanye digital untuk Pemilu

Diajeng Puspa Anggraeni dan Moh Ilyas Rolis

Legislatif Provinsi 2024. Strategi ini melibatkan beberapa elemen kunci, termasuk pemilihan platform yang tepat, produksi konten yang relevan dengan target audiens, dan pendekatan interaktif yang memanfaatkan fitur media sosial untuk meningkatkan keterlibatan.

Platform utama yang digunakan DPD Golkar Jatim adalah Instagram, Facebook, Twitter, dan Youtube. Instagram digunakan untuk menyampaikan narasi visual melalui infografis, foto kegiatan, dan video pendek yang menonjolkan program kerja partai serta pencapaian tokoh-tokoh partai. Facebook digunakan untuk menjangkau segmen pemilih yang lebih luas, termasuk kelompok usia menengah ke atas, melalui unggahan yang lebih mendalam seperti artikel, video diskusi, dan siaran langsung. Twitter digunakan sebagai sarana komunikasi cepat dan interaksi dengan audiens, terutama dalam menangani isu-isu yang berkembang di masyarakat. Youtube dimanfaatkan untuk menjangkau pemilih muda dengan pendekatan yang lebih santai dan kreatif, seperti video podcast yang bersifat hiburan namun tetap menyisipkan pesan politik.

Dalam hal produksi konten, DPD Golkar Jatim mengutamakan tema-tema yang sesuai dengan kebutuhan dan aspirasi masyarakat Jawa Timur, seperti isu pembangunan infrastruktur, pemberdayaan ekonomi lokal, dan kesejahteraan sosial. Konten disajikan dalam bentuk narasi yang positif dan solutif, dengan fokus pada keberhasilan program partai dan visi masa depan. Video pendek, meme, infografis, dan cerita inspiratif menjadi format konten yang paling sering digunakan. Strategi ini berhasil menciptakan interaksi yang tinggi, terutama di Instagram dan Youtube, di mana audiens muda lebih aktif.

Fitur interaktif media sosial, seperti live streaming, polling, dan sesi tanya jawab, juga dimanfaatkan untuk membangun keterlibatan langsung dengan pemilih. Live streaming melalui Facebook dan Instagram digunakan untuk menyampaikan pidato atau diskusi langsung dengan tokoh partai, sementara polling dan sesi tanya jawab digunakan untuk menggali aspirasi masyarakat. Strategi ini tidak hanya meningkatkan keterlibatan, tetapi juga memberikan kesan bahwa partai responsif terhadap kebutuhan masyarakat.

Dari hasil analisis konten, ditemukan bahwa frekuensi unggahan DPD Golkar Jatim konsisten dengan rata-rata tiga hingga lima unggahan per hari di semua platform. Pola ini menunjukkan keberlanjutan komunikasi dengan audiens dan upaya menjaga relevansi di tengah dinamika kampanye politik. Data engagement menunjukkan bahwa unggahan yang melibatkan elemen visual dan cerita personal cenderung mendapatkan respons yang lebih positif dibandingkan unggahan yang bersifat informatif semata.

Wawancara dengan tim kampanye mengungkapkan bahwa salah satu tantangan utama dalam strategi digital ini adalah memerangi misinformasi dan hoaks yang sering kali menyebar di media sosial. Untuk mengatasi hal ini, DPD Golkar Jatim menerapkan strategi counter-narrative dengan menyajikan fakta yang cepat dan tepat melalui unggahan responsif.

Survei terhadap audiens kampanye menunjukkan bahwa sekitar 68% responden merasa konten kampanye DPD Golkar Jatim di media sosial membantu mereka memahami program dan visi partai. Selain itu, 52% responden mengaku bahwa aktivitas media sosial partai memengaruhi persepsi positif terhadap Golkar Jatim, terutama di kalangan pemilih muda.

Penutup

Strategi kampanye digital DPD Golkar Jawa Timur dalam Pemilu Legislatif Provinsi 2024 berhasil memanfaatkan media sosial secara efektif melalui pendekatan platform yang tepat, konten tematik yang relevan, dan fitur interaktif. Penggunaan Instagram dan TikTok untuk menarik pemilih muda, serta Facebook dan Twitter untuk menjangkau segmen yang lebih luas, menunjukkan segmentasi audiens yang terencana. Konten visual seperti video pendek dan infografis mampu menciptakan keterlibatan tinggi, sementara fitur seperti live streaming dan polling memperkuat komunikasi dua arah.

Diajeng Puspa Anggraeni dan Moh Ilyas Rolis

Namun, tantangan dalam memerangi hoaks di media sosial tetap menjadi kendala signifikan. DPD Golkar Jatim merespons dengan strategi counter-narrative berbasis fakta yang cepat dan terarah. Penelitian ini menunjukkan bahwa kampanye digital tidak hanya memperkuat citra partai tetapi juga memengaruhi persepsi pemilih secara positif, khususnya di kalangan generasi muda. Strategi ini membuktikan bahwa media sosial merupakan alat komunikasi politik yang efektif jika dirancang dengan pendekatan berbasis data dan interaksi audiens.

Daftar Pustaka

Bennett, W. L., & Segerberg, A. (2012). The logic of connective action: Digital media and the personalization of contentious politics. In A. Chadwick & P. Howard (Eds.), *The Routledge handbook of internet politics* (pp. 17–35). Routledge.

Bruns, A., & Moe, H. (2019). Twitter, the public sphere, and the chaos of online deliberation. *Media and Communication*, 7(2), 56–68. <https://doi.org/10.17645/mac.v7i2.1948>

Chadwick, A. (2017). *The hybrid media system: Politics and power* (2nd ed.). Oxford University Press.

Enli, G. (2017). Personalized campaigns in party-centered politics: Twitter and Facebook as arenas for political communication. *Information, Communication & Society*, 20(1), 1–18. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2016.1161508>

Kompas.com. (2023). Strategi partai-partai besar dalam menghadapi Pemilu 2024. Kompas Media Group.

KPU Jawa Timur. (2023). Data pemilih tetap Pemilu 2024. Komisi Pemilihan Umum Jawa Timur. <https://www.kpujatim.go.id>

Kruikemeier, S., & Vos, M. (2019). *Social media and political participation: The dark side of online political involvement*. Routledge.

Margetts, H., & Dunleavy, P. (2013). *The second wave of digital era governance on the web*. Oxford University Press.

Smith, J., & Taylor, R. (2021). The role of TikTok in political campaigns: A case study of Indonesia. In *Proceedings of the International Conference on Digital Democracy* (pp. 45–58).

Statista. (2023). Number of social media users in Indonesia from 2021 to 2024. <https://www.statista.com>

Stier, S., & Boczkowski, P. J. (2019). *The digital environment: Cross-national perspective on social media and political participation*. Springer.