



Dinamika Perilaku Politik Partai dalam Pembentukan Strategi Kampanye terhadap Stabilitas Politik di Era Digital

Zahra Maulina Bilqis[✉], Farah Naila Puspitasari, Arselia Bella Ananta

Prodi Ilmu Politik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Negeri Semarang Indonesia

Info Artikel

Sejarah Artikel:

Disubmit: Januari

Direvisi: Februari

Diterima: Maret

Keywords:

Digital technology, political campaigns, Political Behavior Partai.

Abstrak

Perkembangan teknologi digital telah merevolusi strategi kampanye politik, dengan media sosial berfungsi sebagai alat komunikasi yang efektif antara kandidat dan pemilih. Kampanye digital menawarkan jangkauan, interaktivitas, dan efisiensi biaya yang lebih baik dibandingkan kampanye tradisional. Konten digital yang menarik, seperti video dan infografis, penting untuk menarik perhatian generasi muda. Analisis data memungkinkan partai politik menargetkan pemilih secara lebih tepat melalui pengkajian demografi dan prediksi perilaku memilih. Selain itu, pergeseran komunikasi dari media massa ke media sosial meningkatkan akses informasi dan partisipasi politik, meskipun penyebarluasan informasi palsu menjadi tantangan. Penggunaan influencer dan tokoh masyarakat dalam kampanye modern menciptakan citra yang autentik dan mempengaruhi opini publik. Dengan pendekatan berbasis data dan personalisasi pesan, strategi kampanye digital dapat meningkatkan visibilitas kandidat dan membangun kepercayaan pemilih.

Abstract

The advancement of digital technology has revolutionized political campaign strategies, with social media serving as an effective communication tool between candidates and voters. Digital campaigns offer better reach, interactivity, and cost-efficiency compared to traditional campaigns. Engaging digital content, such as videos and infographics, is essential for capturing the attention of younger generations. Data analysis enables political parties to target voters more accurately through demographic studies and predictions of voting behavior. Furthermore, the shift in communication from mass media to social media enhances access to information and political participation, although the spread of misinformation remains a challenge. The use of influencers and public figures in modern campaigns creates an authentic image and influences public opinion. By employing a data-driven approach and personalizing messages, digital campaign strategies can enhance candidate visibility and build voter trust.

© 2025 Universitas Negeri Semarang

[✉]Alamat korespondensi:

Prodi Ilmu Politik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, UNNES
E-mail: zahra.maulina@students.unnes.ac.id

ISSN -

E-ISSN -

PENDAHULUAN

Kamus Besar Bahasa Indonesia mendefinisikan kampanye sebagai suatu gerakan yang dilakukan secara serentak dengan cara menyampaikan visi misi terkait apa yang mereka ingin realisasikan. Kampanye menurut Rice dan Paisley adalah niat untuk menggunakan daya tarik komunikasi untuk mengubah pendapat dan tindakan orang lain. Salah satu cara politisi berkomunikasi adalah melalui kampanye politik, yang dijalankan oleh Kampanye politik adalah suatu jenis komunikasi politik yang dilakukan dalam jangka waktu tertentu oleh seorang individu, sekelompok individu, atau organisasi politik dalam upaya memenangkan hati publik (Fatmawati, 2013).

Dalam dinamika perilaku politik partai terdapat peran partai dalam sistem demokrasinya. Karena partai politik yang memiliki kemampuan untuk mengubah nilai-nilai dan kepentingan masyarakat menjadi undang-undang dan kebijakan publik yang mengikat secara hukum. Partai politik adalah satu-satunya pihak yang dapat menerjemahkan kepentingan dan nilai masyarakat ke dalam undang-undang dan kebijakan publik yang mengikat. Hal ini dapat mereka lakukan setelah mereka mendapatkan posisi yang kuat di parlemen daerah maupun nasional. Dalam sistem demokrasi, partai politik berfungsi sebagai penghubung penting antara rakyat dan pemerintah. Dalam proses pengambilan keputusan politik, partai politik membantu menampung, mengekspresikan, dan mewakili keinginan rakyat. Melalui pencalonan diri dan pencalonan untuk jabatan publik, partai politik dapat memberikan cara bagi masyarakat untuk terlibat dalam politik. Mereka juga berkontribusi dalam menjaga checks and balances dalam sistem politik dan memantau operasi pemerintah. Partai politik mendukung kebebasan berbicara, persaingan politik yang adil, dan supremasi hukum dan hak asasi manusia dalam demokrasi yang kuat (Meyer, 2012).

Penggunaan media sosial selama kampanye politik memiliki efek yang baik terhadap keterlibatan politik dengan memotivasi orang untuk berpartisipasi aktif dalam wacana

politik, bertukar informasi, dan memberikan suara. Hal ini membantu membentuk strategi perilaku politik selama kampanye. Penggunaan media sosial mempengaruhi cara masyarakat umum memandang topik politik dan kandidat, menjadikannya alat yang sangat penting untuk menyebarkan pesan politik dan mempengaruhi opini public (Siringoringo, 2024). Melalui media sosial, kampanye dapat meningkatkan hubungan antara pemilih dan kandidat politik, memungkinkan terjadinya kontak dua arah di antara keduanya, dan memotivasi pemilih untuk berperan aktif dalam politik.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial secara signifikan mempengaruhi perilaku politik, keterlibatan politik, dan persepsi publik, sehingga memudahkan orang untuk terlibat dalam politik, membentuk opini publik, dan memberikan suara. Namun, sangat penting untuk diingat bahwa penggunaan media sosial juga memiliki kekurangan. Oleh karena itu, upaya harus dilakukan untuk meminimalkan kelemahan ini sekaligus memaksimalkan efek positif dalam konteks politik. Menciptakan sesuatu di ranah politik untuk partai politik dan kandidatnya sangatlah penting. Tentu saja, hal ini membutuhkan kemampuan untuk bersaing dengan para pesaing dalam mendapatkan dukungan dari para pemilih untuk mendukung partai dan kandidat partai politik. Kecenderungan publik terhadap mempercayai partai-partai politik menunjukkan bahwa mereka menjunjung tinggi atau berdedikasi untuk menjaga stabilitas politik. Pertumbuhan ekonomi, keberlanjutan kebijakan jangka panjang, dan tata kelola pemerintahan yang efisien dianggap bergantung pada stabilitas politik.

Partai politik secara umum dianggap memiliki potensi untuk menegakkan ketertiban umum, mengurangi konflik sosial, dan mendorong stabilitas politik. Hal ini sangat penting untuk mencegah kerusuhan dan menjaga persatuan dalam masyarakat multikultural. Ketika berbicara tentang bagaimana partai-partai merespons krisis, baik yang berasal dari dalam negeri (seperti perselisihan politik internal)

maupun dari luar (seperti krisis ekonomi global), stabilitas politik juga penting. Pihak-pihak yang dapat mengendalikan dan mengurangi bahaya krisis seringkali dipandang lebih kuat dan mampu mengambil inisiatif.

Artikel ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana perilaku politik partai-partai di Indonesia membentuk strategi kampanye di tengah perkembangan teknologi digital. Mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi perubahan perilaku politik partai dalam era digital. Menjelaskan dinamika strategi kampanye digital yang digunakan partai untuk meraih dukungan publik. Menganalisis dampak strategi kampanye digital terhadap stabilitas politik di Indonesia. Dengan adanya artikel ini diharapkan bisa memberikan wawasan mengenai tantangan dan peluang bagi partai politik dalam menjaga stabilitas politik di tengah dinamika digital.

METODE

Tinjauan literatur adalah metodologi yang digunakan dalam penyusunan artikel ini. Dengan menganalisis secara kritis literatur yang ada, teknik studi literatur memungkinkan para peneliti untuk memahami kejadian-kejadian tertentu. Metode ini dipilih karena memungkinkan para peneliti untuk memahami subjek secara menyeluruh tanpa harus melakukan investigasi empiris. Menemukan, mengevaluasi, dan menganalisis artikel-artikel terdahulu yang berkaitan dengan topik penelitian merupakan bagian dari metode pengumpulan data. Penelitian kata kunci, pencarian literatur, dan evaluasi kritis terhadap literatur yang ditemukan merupakan langkah-langkah dalam prosedur ini. Untuk sampai pada kesimpulan yang menyeluruh, data kemudian dianalisis dengan membandingkan temuan-temuan dari berbagai literatur.

PEMBAHASAN

Perubahan Strategi Kampanye di Era Digital

Media sosial telah menjadi alat yang kuat dalam kampanye politik. Dengan jangkauan yang luas dan kemampuan untuk menargetkan audiens tertentu, kandidat politik dapat

menyampaikan pesan mereka secara efektif kepada pemilih. Selain itu, media sosial memungkinkan kandidat untuk berinteraksi langsung dengan pemilih, mendengar masukan mereka, dan menyesuaikan strategi kampanye berdasarkan respons yang diterima. Namun, media sosial juga membawa tantangan, seperti penyebaran informasi palsu atau hoax, yang dapat mempengaruhi persepsi pemilih.

Kreativitas digital adalah pemikiran seseorang atau kelompok dengan pendekatan baru dan unik untuk menemukan solusi dari suatu masalah pada media digital yang terhubung dengan internet. Pemasaran politik membutuhkan kreativitas untuk menarik pemilih potensial (Kuada, 2023). Kreativitas dalam media digital menyebabkan orang memasuki masyarakat informasi. Partai politik yang aktif mengelola media daringnya, khususnya media sosial serta website dan aplikasi, akan terus mengasah kreativitasnya dalam teknis konten digital. Suatu bentuk kreativitas digital dalam penyampaian pesan politik kepada partai politik dan caleg dalam bentuk konten audio video, gambar diam dan artikel.

Perbandingan antara strategi kampanye tradisional dan digital

Strategi kampanye tradisional dan digital memiliki keunggulan serta kelemahan masing-masing, terutama terkait jangkauan, biaya, dan interaksi dengan pemilih. Kampanye tradisional, yang melibatkan penggunaan media seperti televisi, radio, koran, baliho, serta pertemuan tatap muka, lebih cocok untuk menjangkau pemilih lokal, khususnya di daerah yang belum banyak terpapar teknologi digital. Sementara itu, kampanye digital memanfaatkan media sosial, email, dan situs web untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan tersebar secara geografis, sehingga lebih efektif untuk masyarakat perkotaan dan yang melek teknologi.

Dari sisi biaya, kampanye tradisional cenderung lebih mahal, terutama dalam hal iklan di TV, baliho, dan cetak, serta memerlukan investasi untuk distribusi materi fisik seperti selebaran. Sebaliknya, kampanye digital lebih hemat biaya dan fleksibel dalam pengaturan

anggaran. Meskipun begitu, biaya tambahan seperti konsultan digital atau tim media sosial juga perlu diperhitungkan. Dalam hal interaktivitas, kampanye tradisional terbatas dalam komunikasi dua arah, misalnya melalui iklan TV yang hanya bersifat satu arah, meski interaksi tatap muka pada acara rapat umum memungkinkan kontak langsung.

Sebaliknya, kampanye digital lebih interaktif, memungkinkan pemilih memberikan umpan balik langsung melalui komentar di media sosial, dan kandidat dapat merespons dengan cepat. Kampanye tradisional sulit untuk dipersonalisasi karena sifatnya yang lebih massal, sedangkan kampanye digital memungkinkan pesan yang lebih personal dan dapat disesuaikan dengan preferensi demografis pemilih tertentu. Selain itu, strategi digital lebih cepat dan fleksibel dalam melakukan perubahan, dibandingkan kampanye tradisional yang memerlukan waktu lebih lama untuk penyesuaian. Dalam mengukur hasil, kampanye digital memiliki keunggulan dengan kemampuan analisis real-time, sementara kampanye tradisional lebih sulit diukur secara tepat. Namun, kampanye tradisional sering kali dianggap lebih kredibel oleh audiens yang lebih tua yang masih bergantung pada media tradisional. Tantangan kampanye digital adalah menangani informasi palsu atau hoaks yang dapat merusak citra kandidat jika tidak dikelola dengan baik.

Secara demografis, kampanye tradisional lebih efektif untuk generasi tua yang kurang terpapar teknologi, sementara kampanye digital lebih tepat sasaran bagi generasi muda yang terbiasa menggunakan internet dan media sosial. Dalam kesimpulannya, kampanye tradisional unggul dalam menjangkau pemilih lokal dan interaksi tatap muka, meski biayanya lebih tinggi dan sulit diukur, sedangkan kampanye digital lebih efisien, mudah diukur, dan memiliki jangkauan lebih luas. Kombinasi keduanya sering kali memberikan hasil yang optimal sesuai dengan karakteristik pemilih dan situasi geografis.

Kegiatan kampanye sudah menjadi hal yang biasa dilakukan ketika sedang masa

pemilihan, apalagi kampanye sendiri sudah bisa memakai digital. Ada penjelasan bahwa kampanye digital merupakan kegiatan rangkaian yang harus dipersiapkan dengan baik yang nantinya akan di post melalui berbagai macam platform digital yang bertujuan untuk memberikan informasi serta memperkenalkan suatu merek, layanan, ataupun produk yang nantinya akan diberikan kepada audience yang dituju. Berdasarkan uraian diatas, peneliti menyimpulkan bahwa kampanye digital adalah suatu kegiatan yang dirancang dengan baik untuk menyampaikan konsep, ide, atau pesan melalui berbagai platform digital dengan tujuan untuk mengupayakan tujuan tertentu, seperti memperkenalkan merek, layanan, atau produk kepada target audiens yang dituju. Proses kampanye digital memerlukan strategi yang disusun secara terencana dan jika ingin mencapai pada tujuan maka perlu adanya rancangan yang terukur supaya tersampaikan dengan tepat pada sasarannya. Perlu adanya pemilihan target yang tepat, memiliki relasi yang efektif dan menarik perhatian target melalui konten menarik yang dibuat.

Perilaku Politik Partai pada kampanye di Era Digital

Salah satu manfaat utama dari penggunaan media sosial dalam kampanye politik adalah adanya komunikasi dua arah antara kandidat politik dan pemilih. Media sosial memberi kesempatan bagi kandidat untuk berinteraksi langsung dengan pemilih, mendengarkan pandangan masyarakat, serta merespons pertanyaan atau kekhawatiran yang disampaikan. Ini dapat memperkuat hubungan antara kandidat dan pemilih, meningkatkan kepercayaan masyarakat, serta mendorong partisipasi politik yang lebih aktif dari para pemilih.

1. Pengaruh Digitalisasi pada Interaksi Partai Politik dengan Pemilih

Digitalisasi telah mengubah secara drastis cara partai politik berinteraksi dengan pemilih. Sebelumnya, komunikasi antara partai dan masyarakat cenderung bersifat satu arah, melalui media konvensional seperti televisi, radio, atau

koran. Namun, dengan kehadiran media sosial dan teknologi digital lainnya, komunikasi menjadi lebih interaktif dan langsung. Partai politik tidak hanya menyampaikan pesan kepada pemilih, tetapi juga dapat mendengarkan umpan balik serta menanggapi pandangan, kebutuhan, dan kekhawatiran masyarakat secara cepat.

Platform media sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram, dan YouTube memungkinkan partai politik untuk menjangkau pemilih dengan lebih efektif dan luas. Partai dapat menargetkan kelompok demografis tertentu berdasarkan kriteria seperti usia, lokasi, hingga preferensi politik. Melalui algoritma media sosial, partai dapat mempersonalisasi pesan mereka sehingga sesuai dengan kekhawatiran khusus dari berbagai kelompok pemilih, meningkatkan relevansi partai, dan mendorong keterlibatan yang lebih besar, khususnya dari generasi muda yang aktif menggunakan media digital.

Selain itu, teknologi digital memungkinkan partai untuk lebih terbuka dalam menyampaikan kebijakan dan agenda politik mereka. Pemilih dapat langsung mengakses informasi dari partai, termasuk program kampanye, manifesto politik, dan terlibat dalam diskusi politik melalui fitur live streaming. Ini menciptakan proses politik yang lebih inklusif, di mana masyarakat bisa memberi masukan atau berpartisipasi dalam dialog politik secara daring.

Namun, digitalisasi juga menimbulkan tantangan bagi partai politik, terutama dalam menjaga akurasi informasi. Penyebaran informasi palsu atau hoaks dapat menurunkan kepercayaan pemilih. Oleh karena itu, partai perlu berhati-hati dalam menjaga integritas mereka di dunia digital dengan memastikan semua informasi yang disebarluaskan akurat dan dapat dipercaya. Penggunaan media sosial yang tidak tepat bisa berbalik merugikan partai jika dianggap manipulatif atau tidak jujur dalam menyampaikan pesan.

2. Perilaku Politik Partai di Era Digital

Era digital telah mempengaruhi perilaku politik partai, terutama dalam strategi kampanye dan komunikasi mereka. Dengan pesatnya perkembangan teknologi informasi, partai politik

harus beradaptasi agar tetap relevan dan efektif dalam menarik dukungan dari pemilih. Kampanye tradisional seperti pemasangan baliho atau iklan di media massa kini diimbangi dengan pemanfaatan platform digital untuk memperluas jangkauan partai.

Di era ini, partai-partai lebih fokus dalam membangun citra di media sosial, merespons isu-isu yang berkembang secara cepat, serta melibatkan pendukung melalui berbagai platform digital. Contohnya, partai dapat menggunakan media sosial untuk menggalang dukungan dalam waktu singkat melalui kampanye viral atau penggunaan tagar tertentu. Konten visual seperti video, infografis, dan meme juga menjadi alat untuk menarik perhatian pemilih secara lebih efektif dan mudah dipahami.

Penggunaan data oleh partai politik juga berkembang pesat. Dengan digitalisasi, partai dapat memanfaatkan data pemilih secara lebih efisien. Analisis big data memungkinkan partai untuk memahami perilaku pemilih, mengidentifikasi tren, serta menyusun strategi kampanye yang lebih tepat sasaran. Hal ini membantu partai menyesuaikan pesan dan kebijakan mereka dengan preferensi pemilih, serta mengoptimalkan sumber daya kampanye.

Namun, tantangan terbesar di era digital ini adalah menjaga keseimbangan antara penggunaan teknologi dan etika politik. Pengumpulan dan penggunaan data pemilih harus dilakukan secara transparan dan mematuhi hukum privasi yang berlaku. Selain itu, partai politik harus tetap mengutamakan kepentingan publik, dan tidak hanya memanfaatkan teknologi untuk tujuan elektoral secara manipulatif. Secara keseluruhan, digitalisasi telah mengubah secara signifikan interaksi antara partai politik dan pemilih, serta perilaku politik partai. Partai yang mampu memanfaatkan teknologi digital dengan baik akan lebih efektif dalam menarik, melibatkan, dan memobilisasi pemilih. Namun, mereka juga harus waspada terhadap risiko disinformasi dan menjaga integrasi politik di tengah semakin terkoneksinya masyarakat.

Adaptasi partai politik terhadap perkembangan teknologi digital menjadi semakin krusial di era modern, terutama untuk

memperkuat hubungan dengan pemilih, memperluas jangkauan kampanye, dan mengelola citra dengan lebih efektif.

- a. Penggunaan Media Sosial: Partai politik memanfaatkan platform seperti Instagram, Twitter, Facebook, dan TikTok untuk menjangkau pemilih, khususnya kalangan muda. Lewat konten kreatif, seperti video singkat, infografis, dan kampanye tagar, pesan dan isu politik dapat disampaikan secara lebih menarik dan mudah dipahami.
- b. Kampanye Berbasis Data (Data-Driven Campaigning): Teknologi digital memungkinkan pengumpulan data calon pemilih, dari demografi hingga preferensi. Data ini membantu partai merancang kampanye yang lebih terarah dan personal, bahkan menyesuaikan pesan untuk kelompok pemilih tertentu.
- c. Aplikasi dan Platform Digital: Beberapa partai menciptakan aplikasi yang memudahkan koordinasi anggota dan relawan, penyebaran informasi, serta rekrutmen anggota baru. Platform ini juga mendukung survei, pengukuran opini publik, dan pemberian umpan balik dari massa secara cepat.
- d. Penggalangan Dana Digital: Penggalangan dana melalui platform digital makin populer, terutama di negara yang membutuhkan biaya besar untuk pemilu. Metode ini mencakup crowdfunding, donasi digital, atau merchandise yang terintegrasi dengan kampanye.
- e. Keamanan Siber: Dengan meningkatnya aktivitas digital, ancaman keamanan data juga meningkat. Partai politik mulai berinvestasi dalam teknologi keamanan siber untuk melindungi informasi sensitif dan menjaga kepercayaan masyarakat.
- f. Pemanfaatan AI dan Big Data: Teknologi AI dan big data digunakan untuk menganalisis tren politik, sentimen publik, dan prediksi pemilu. Teknologi ini membantu partai merespons isu lebih cepat dan menyusun strategi jangka panjang yang akurat.
- g. Penyebaran Informasi yang Akurat: Di tengah banyaknya hoaks dan disinformasi,

partai politik perlu aktif menyebarkan informasi yang benar dan transparan melalui kanal resmi mereka untuk mencegah dampak negatif pada citra mereka.

Perkembangan teknologi, khususnya internet, menjadi kunci dalam perubahan yang terjadi melalui media sosial. Internet, yang dapat diakses kapan saja dan oleh siapa saja, menciptakan konektivitas dan interaktivitas global yang tinggi. Platform seperti Facebook dan Instagram memungkinkan masyarakat mendapatkan informasi dengan lebih cepat dibandingkan media konvensional. Hal ini mempengaruhi dinamika komunikasi, termasuk dalam ranah politik. Dalam beberapa dekade terakhir, media sosial telah mengubah pola komunikasi politik secara signifikan. Sebelumnya, media massa seperti televisi, radio, dan surat kabar menjadi perantara utama antara politisi dan publik. Media tradisional bertindak sebagai pengendali informasi (gatekeeper), di mana pesan politik disampaikan secara satu arah.

Namun, media sosial memperkenalkan komunikasi dua arah, memungkinkan politisi untuk berinteraksi langsung dengan pemilih. Media sosial memungkinkan politisi untuk membangun narasi mereka sendiri tanpa penyaringan dari media massa (Farid, 2023). Mereka dapat berkomunikasi langsung dengan pemilih melalui platform seperti Twitter dan Facebook, memperkuat citra pribadi, serta menargetkan audiens tertentu dengan bantuan algoritma. Selain itu, media sosial mendorong peningkatan partisipasi politik, terutama di kalangan generasi muda yang lebih aktif di dunia digital. Pemilih dapat lebih mudah mengikuti perkembangan politik, terlibat dalam diskusi, dan mendukung gerakan viral politik.

Walaupun media sosial memberikan banyak manfaat, ada beberapa tantangan yang harus diatasi, termasuk penyebaran hoaks atau informasi yang salah. Di era digital, tidak ada mekanisme yang sepenuhnya efektif untuk memverifikasi informasi yang beredar, yang bisa memicu polarisasi politik. Politisi juga terkadang menggunakan taktik manipulatif melalui kampanye negatif atau propaganda. Algoritma

media sosial sering kali mendorong konten yang kontroversial, yang dapat memperkeruh suasana politik. Secara keseluruhan, peralihan dari media massa ke media sosial telah mengubah cara komunikasi politik dilakukan (Indrawan, 2020). Media sosial menawarkan interaksi yang lebih langsung dan partisipatif, tetapi juga menghadirkan tantangan terkait etika dan kebenaran informasi. Politisi yang mampu memanfaatkan media sosial secara efektif akan lebih berhasil dalam menarik perhatian pemilih dan membangun dukungan di era digital. Untuk menarik pemilih dan memenangkan hati masyarakat, partai politik harus memiliki rencana kampanye yang kuat. Partai politik memulai dengan meneliti dan menganalisis keadaan sosial, ekonomi, dan demografi masyarakat secara menyeluruh untuk mengembangkan strategi kampanye yang sukses. Untuk menciptakan tema kampanye yang selaras dengan kebutuhan dan tujuan pemilih, partai harus memahami masalah yang paling penting bagi mereka.

Partai-partai kemudian menetapkan segmen target untuk menemukan kelompok pemilih yang memiliki kemungkinan besar untuk mendukung mereka. Memilih media kampanye yang tepat untuk menjangkau lapisan masyarakat yang berbeda-apakah melalui kampanye internet, media massa, atau pertemuan langsung-adalah tahap berikutnya (Sutisna, 2024). Partai-partai juga mengembangkan rencana komunikasi yang konsisten dan tahan lama selama periode ini untuk memastikan bahwa pesan-pesan kampanye dapat dipahami dan diterima dengan mudah. Partai juga harus secara teratur menilai keberhasilan strategi kampanye, bersiap untuk melakukan modifikasi yang diperlukan, dan mengembangkan pesan-pesan utama yang selaras dengan visi, misi, dan nilai-nilai partai agar tetap kompetitif dan relevan selama kampanye. Pesan ini harus ringkas, kuat, dan terkonsentrasi pada topik-topik yang dianggap penting oleh para pemilih. Misalnya, pidato dapat menekankan pada perubahan ekonomi atau keadilan sosial, tergantung pada tujuan partai, Saat ini, mengidentifikasi kelompok

pemilih yang ditargetkan melalui analisis data adalah taktik penting dalam kampanye politik kontemporer.

Partai politik dapat menargetkan kampanye mereka dengan lebih baik dengan menggunakan teknologi ini untuk mendapatkan pemahaman yang lebih dalam tentang preferensi, persyaratan, dan perilaku pemilih dengan cara menganalisis. Berikut adalah beberapa cara data analytics membantu dalam menargetkan segmen pemilih tertentu:

1. **Analisis Demografis dan Geografis:** Analisis data memungkinkan pihak-pihak untuk menentukan lokasi geografis calon pemilih serta ciri-ciri demografis seperti usia, jenis kelamin, dan pekerjaan. Pemilih muda, misalnya, biasanya tertarik dengan topik yang berkaitan dengan pendidikan dan pekerjaan, sedangkan pemilih yang lebih tua dapat menempatkan prioritas yang lebih tinggi pada jaminan sosial atau perawatan kesehatan. Prioritas regional dan topik iklan ditentukan sebagian oleh data ini.
2. **Analisis Sentimen Pemilih:** Survei dan analisis media sosial dapat mengungkapkan bagaimana perasaan pemilih terhadap suatu isu atau kandidat tertentu. Partai-partai dapat langsung memodifikasi pesan atau taktik mereka karena perasaan ini dipetakan secara real-time: Survei dan analisis media sosial dapat mengungkapkan bagaimana perasaan pemilih terhadap isu atau kandidat tertentu. Partai-partai dapat langsung mengubah pesan atau taktik mereka karena perasaan ini dipetakan secara real-time.
3. **Segmentasi Berdasarkan Minat dan Nilai:** Dengan analisis data, partai dapat membagi pemilih berdasarkan minat atau nilai, seperti isu lingkungan, ekonomi, atau hak asasi manusia. Segmentasi ini memungkinkan partai merancang pesan yang sesuai dengan minat dan nilai masing-masing kelompok, memperkuat ikatan emosional.
4. **Prediksi Perilaku Memilih:** Data analytics memungkinkan partai untuk memprediksi perilaku pemilih, termasuk kemungkinan mereka berpartisipasi dalam pemilu. Dengan prediksi ini, partai dapat melakukan

pendekatan khusus untuk memotivasi pemilih yang cenderung tidak aktif agar lebih terlibat.

5. Personalisasi Kampanye: Analisis data memungkinkan partai menyesuaikan pesan kampanye untuk setiap kelompok pemilih tertentu. Pesan-pesan ini dapat disampaikan melalui iklan digital, email, atau media sosial, sehingga lebih relevan bagi setiap segmen pemilih.

Para kader partai dalam mencalonkan dirinya menjadi badan pemerintahan itu memanfaatkan influencer, tokoh masyarakat, dan kampanye daring dalam politik modern memiliki peran penting dalam upaya memenangkan suara. Ketiganya berfungsi sebagai jembatan antara kandidat dan pemilih, serta memiliki pengaruh yang kuat dalam membangun citra, mengarahkan opini publik, dan meningkatkan partisipasi pemilih. Berikut adalah peran utama masing-masing elemen ini dalam kampanye politik:

- a. *Influencer*: Di era digital, influencer yang memiliki banyak pengikut dan engagement tinggi di media sosial berperan dalam membentuk persepsi publik mengenai kandidat atau isu politik tertentu. Pesan yang mereka sampaikan cenderung personal dan autentik, sehingga lebih mudah diterima oleh audiens. Influencer yang dipilih biasanya memiliki basis pengikut yang sesuai dengan target pemilih, seperti generasi muda yang aktif di media sosial. Dukungan dari influencer juga bisa menciptakan tren atau gerakan di media sosial, meningkatkan eksposur kandidat secara signifikan.
- b. Tokoh Masyarakat: Tokoh masyarakat, seperti pemuka agama, pemimpin komunitas, atau tokoh budaya, sangat berpengaruh dalam membentuk opini dan kepercayaan publik. Mereka sering dianggap lebih kredibel dan netral, sehingga dukungan mereka terhadap kandidat bisa lebih meyakinkan bagi kelompok pemilih tertentu. Selain itu, dukungan tokoh masyarakat memungkinkan kandidat menjangkau pemilih di komunitas atau segmen yang sulit dijangkau melalui kampanye digital biasa. Tokoh masyarakat

ini bisa memberikan endorsement, menyatakan dukungan secara publik, atau bahkan menjadi juru bicara yang menarik bagi pemilih dengan nilai atau keyakinan serupa.

- c. Kampanye Daring (*Online Campaign*): Kampanye daring mencakup berbagai metode digital, seperti iklan di media sosial, konten video, email, dan situs web. Lewat kampanye daring, kandidat dapat menjangkau audiens yang luas dengan cepat dan dapat diukur efektivitasnya. Kampanye daring juga memanfaatkan segmentasi pemilih berdasarkan data demografi dan perilaku, sehingga pesan lebih relevan dan tepat sasaran. Selain itu, kemampuan untuk berinteraksi langsung dengan pemilih melalui platform digital memungkinkan kandidat menjawab pertanyaan atau menanggapi isu terkini, menciptakan kedekatan yang tidak dapat diperoleh dari media tradisional.

SIMPULAN

Dalam dinamika perilaku politik partai terdapat peran partai dalam sistem demokrasinya. Karena partai politik yang memiliki kemampuan untuk mengubah nilai-nilai dan kepentingan masyarakat menjadi undang-undang dan kebijakan publik yang mengikat secara hukum. Dalam proses pengambilan keputusan politik, partai politik membantu menampung, mengekspresikan, dan mewakili keinginan rakyat. Penggunaan media sosial selama kampanye politik memiliki efek yang baik terhadap keterlibatan politik dengan memotivasi orang untuk berpartisipasi aktif dalam wacana politik, bertukar informasi, dan memberikan suara. Hal ini membantu membentuk strategi perilaku politik selama kampanye. Salah satu manfaat utama dari penggunaan media sosial dalam kampanye politik adalah adanya komunikasi dua arah antara kandidat politik dan pemilih. Media sosial memberi kesempatan bagi kandidat untuk berinteraksi langsung dengan pemilih, mendengarkan pandangan masyarakat, serta merespons pertanyaan atau kekhawatiran yang disampaikan.

Secara keseluruhan, digitalisasi telah mengubah secara signifikan interaksi antara partai politik dan pemilih, serta perilaku politik partai. Partai yang mampu memanfaatkan teknologi digital dengan baik akan lebih efektif dalam menarik, melibatkan, dan memobilisasi pemilih. Namun, mereka juga harus waspada terhadap risiko disinformasi dan menjaga integrasi politik di tengah semakin terkoneksinya masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-hamid, Rizal. Syarofuzzaman, Ahmad Fatih. (2024). Dinamika Stabilitas Politik Di Indonesia Ditinjau Dari Pemikiran Politik Kekuasaan Nicholas Machiavelli. POLITEA: Jurnal Ilmu Politik, Vol.16, No.1 22-29 (Diakses Pada 28 Oktober 2024).
- Fatmawati. (2013). Kampanye Politik Sebuah Pendekatan Fenomenologi. Banyumas : CV. Amerta Media. (Diakses Pada 28 Oktober 2024).
- Farid, Ahmad Salman. (2023). Penggunaan Media Sosial Dalam Kampanye Politik dan Dampak Terhadap Partisipasi Politik dan Persepsi Publik. Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam, Vol. 4, No. 1 Tahun 2023. (Diakses Pada 25 Oktober 2024).
- Firmansyah, Muhamad Ferdy. (2019). Pengaruh Komunikasi Politic Entertainment melalui iklan Terhadap Tingkat Keterpilihan Partai Politik Pada Pemilihan Umum 2019. Jurnal Gama Societa, Vol 3, No 1. (Diakses Pada 30 Oktober 2024).
- Indrawan, Jerry. dkk. (2020). Kehadiran Media Baru (New Media) Dalam Proses Komunikasi Politik. Journal Universitas Islam Riau, Volume 8 Nomor 1. (Diakses Pada 30 Oktober 2024).
- Indrawan, Jerry. (2017). Dampak Komunikasi olitik dan Opini Publik Terhadap Perilaku Masyarakat. WACANA : Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi,, Vol 16, No 2. (Diakses Pada 30 Oktober 2024).
- Kuada, Celciane Meykristi, dkk. (2023). Peran Media Sosial Sebagai Sarana Marketing Politik Partai Solidaritas Indonesia (PSI) Provinsi Sulawesi Utara. Jurnal Sam Ratulangi Politics Revie, Vol. 1, No. 1. (Diakses 24 Oktober 2024).
- Meyer, Thomas. (2012). Peran Partai Politik Dalam Sebuah Sistem Demokrasi: Sembilan Tesis. Jakarta : FES (Diakses Pada 28 Oktober 2024).
- Siringoringo, Agnes Chintya. Ivanna Julia. (2024). Pengaruh Media Sosial Terhadap Politik di Desa holbung, Kecamatan Sitiotio, Kabupaten Samosir. Journal on education, volumr 06, No.04 (Diakses Pada 24 Oktober 2024).
- Sutisna, Nandang. (2024). Digital Marketing For Politics : Pemasaran Politik Era Digital. E-Book, Indramayu : CV. Adanu Abimata.
- Wahyudi, Very. (2018). Politik Digital DI Era Revolusi Industri 4.0 “Marketing & Komunikasi Politik”. Politea: Jurnal Politik Islma, Vol. 1 No. 2. (Diakses Pada 24 Oktober 2024).