GOVERNANCE: Jurnal Ilmiah Kajian Politik Lokal dan Pembangunan
ISSN: 2406-8721 (Media Cetak) dan ISSN: 2406-8985 (Media Online)
Volume 13 Nomor 10 Oktober 2026

EFEKTIVITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DALAM MENINGKATKAN ELEKTABILITAS CALON BUPATI DAN WAKIL BUPATI KABUPATEN MINAHASA SELATAN TAHUN 2024: STUDI DI KECAMATAN MOTOLING KABUPATEN MINAHASA SELATAN

Trintje Lambey[1], Daisy Posumah[2], Wiesje Wilar[3]
Program Studi Ilmu Politik, Universitas Sam Ratulangi
Email Korespondensi: lambeytrintje@unsrat.ac.id
Email: daisyposumah@unsrat.ac.id; wiesjewilar@unsrat.ac.id

ABSTRACT

Regional head elections serve as a vehicle for the public to exercise their right to vote for the best candidates who align with their expectations. Every candidate for regional head and deputy regional head aims to win the election in which they are participating. To succeed in this competition, all candidates employ specific winning strategies. Campaign strategies are crucial for election victories, whether in presidential or regional head elections. The advent of social media has enabled political information to spread rapidly and interactively on a massive scale. Consequently, political actors in many countries have begun utilizing social media for their political campaigns. Furthermore, social media facilitates engagement with first-time voters and does not require a large campaign budget. This study employs a qualitative research methodology involving field observations, online data gathering regarding government information technology policies—specifically the use of social media in South Minahasa regional elections—as well as an analysis of field findings and prior research relevant to the topic, followed by a focus group discussion. The targeted output is publication in a nationally accredited journal (Rank 6), supporting Sam Ratulangi University's strategic research plan and enhancing researchers' publication performance in the priority field of social sciences, humanities, and arts/culture, with a specific focus on policy, social aspects, and transportation economics. The study is at Technology Readiness Level (TRL) 3: proof-of-concept regarding critical functions and/or characteristics, established through analytical and experimental means. The technology utilized aligns with anticipated field requirements, and the necessary technology for data analysis is readily available in the North Sulawesi region.
Keywords: Effectiveness, Social media, Electability, Regional Head Elections.

ABSTRAK

Pemilihan kepala daerah merupakan media bagi masyarakat untuk menyalurkan hak pilihnya untuk memilih calon-calon kepala daerah terbaik sesuai harapan masyarakat. Setiap calon kepala daerah dan calon wakil kepala daerah pasti memiliki tujuan untuk memenangkan pemilihan yang diikuti. Untuk memenangkan kompetisi atau persaingan tersebut, semua kandidat tentunya memiliki strategi yang digunakan untuk menang. Strategi kampanye menjadi penting dalam pemenangan sebuah pemilihan, baik pemilihan presiden maupun pemilihan kepala daerah. Kehadiran media sosial mampu membuat informasi politik tidak hanya semakin masif akan tetapi tetapi juga terdistribusi dengan cepat dan bersifat interaktif. Sehingga tidak sedikit para atau aktor-aktor politik di sejumlah Negara mulai memanfaatkan media sosial sebagai proses kampanye politik. Selain itu, media sosial juga mampu untuk menjaring para pemilih pemula serta tidak memerlukan anggaran yang besar untuk proses kampanye. Penelitian menggunakan metode penelitian kualitatif melalui tahapan observasi lapangan, penelusuran data online terkait kebijakan penggunaan teknologi informasi dalam dunia pemerintahan khususnya penggunaan media social dalam pemilihan kepala daerah di Minahasa Selatan serta data-data temuan dilapangan dan juga studi terdahulu yang pernah meneliti hal yang berkaitan dengan judul penelitian ini selanjutnya dilakukan focus group

ISSN: 2406-8721 (Media Cetak) dan ISSN: 2406-8985 (Media Online)
Volume 13 Nomor 10 Oktober 2026

discussion. Luaran yang ditargetkan dalam penelitian ini adalah jurnal Nasional terakreditas peringkat 6 dalam rangka mencapai rencana strategi penelitian Universitas Sam Ratulangi dan peningkatan kinerja publikasi peneliti dalam bidang unggulan sosial humaniora seni dan budaya pada fokus kajian kebijakan, social dan ekonomi transportasi. Tingkat kesiapan teknologi (TKT) pada penelitian ini pada tahapan tiga (Pembuktian konsep (proof-of-concept) fungsi dan/atau karakteristik penting secara analitis dan eksperimental. Teknologi yang digunakan dalam penelitian ini tentunya menyesuaikan dengan kebutuhan yang akan digunakan dilapangan nanti dan juga untuk menganalisis data dapat dilihat bahwa teknologi yang dibutuhkan dalam penelitian ini mudah ditemukan di wilayah Sulawesi Utara.
Kata kunci: Efektivitas, Media sosial, Elektabilitas, Pilkada.

PENDAHULUAN

Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) merupakan salah satu instrumen penting dalam penyelenggaraan demokrasi di tingkat lokal. Melalui Pilkada, masyarakat diberikan ruang untuk menentukan pemimpin daerah yang dianggap mampu mewakili kepentingan, aspirasi, dan kebutuhan masyarakat. Pemilihan kepala daerah tidak hanya menjadi proses pergantian kepemimpinan secara demokratis, tetapi juga menjadi arena bagi calon kepala daerah untuk memperkenalkan visi, misi, program, karakter, serta kapasitas kepemimpinannya kepada masyarakat. Dalam konteks tersebut, komunikasi politik menjadi salah satu faktor penting yang menentukan kemampuan seorang calon dalam memperoleh dukungan masyarakat.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan besar dalam praktik komunikasi politik. Jika sebelumnya komunikasi politik lebih banyak dilakukan melalui pertemuan tatap muka, baliho, spanduk, media cetak, radio, dan televisi, saat ini calon kepala daerah dapat memanfaatkan media sosial sebagai sarana untuk menyampaikan pesan politik secara lebih cepat, luas, interaktif, dan relatif murah. Facebook, Instagram, TikTok, YouTube, WhatsApp, dan berbagai platform digital lainnya telah berkembang menjadi ruang komunikasi yang memungkinkan calon politik berinteraksi secara langsung dengan masyarakat.

Media sosial memiliki karakteristik yang berbeda dengan media konvensional. Pengguna media sosial bukan hanya berperan sebagai penerima informasi, tetapi juga dapat memberikan komentar, membagikan konten, membuat ulang pesan, serta membangun percakapan politik. Dengan karakteristik tersebut, media sosial dapat menjadi ruang strategis bagi kandidat untuk membangun citra politik, meningkatkan popularitas, menyampaikan program kerja, membentuk persepsi positif, dan pada akhirnya memperoleh dukungan pemilih. Penelitian mengenai penggunaan media sosial sebagai media kampanye dalam penyelenggaraan Pemilu dan Pilkada menunjukkan bahwa media sosial memberikan alternatif baru bagi peserta pemilihan untuk menyampaikan visi dan misi kepada khalayak secara cepat dan efisien. Namun, penggunaan media sosial juga memiliki risiko berupa kampanye negatif, kampanye hitam, dan penyebaran informasi yang tidak benar.

Dalam perspektif komunikasi politik, elektabilitas merupakan salah satu aspek yang sangat penting bagi calon kepala daerah. Elektabilitas berkaitan dengan tingkat keterpilihan atau kemungkinan seorang calon untuk memperoleh dukungan dari masyarakat dalam suatu kontestasi politik. Elektabilitas tidak hanya dipengaruhi oleh popularitas calon, tetapi juga oleh persepsi masyarakat terhadap kapasitas, integritas, program, pengalaman, karakter, serta kemampuan calon dalam menjawab persoalan masyarakat. Oleh karena itu, strategi komunikasi yang digunakan calon dalam membangun hubungan dengan pemilih menjadi bagian penting dalam meningkatkan elektabilitas.

Media sosial memberikan peluang bagi calon kepala daerah untuk melakukan komunikasi politik secara lebih personal dan berkelanjutan. Melalui media sosial, calon dapat menampilkan aktivitas kampanye, menyampaikan visi dan misi, memperkenalkan program, menyampaikan respons terhadap persoalan masyarakat, serta membangun citra sebagai figur yang dekat dengan masyarakat. Konten berupa

ISSN: 2406-8721 (Media Cetak) dan ISSN: 2406-8985 (Media Online)
Volume 13 Nomor 10 Oktober 2026

foto, video, narasi, siaran langsung, dan video pendek dapat digunakan untuk membangun personal branding kandidat. Dalam konteks Pilkada, kemampuan mengemas pesan politik agar menarik, mudah dipahami, relevan dengan kebutuhan masyarakat, serta dapat dibagikan kembali oleh pengguna menjadi faktor penting dalam strategi komunikasi digital.

Fenomena tersebut semakin terlihat dalam penyelenggaraan Pilkada serentak tahun 2024. Kampanye politik tidak lagi hanya berlangsung di ruang fisik, tetapi juga berlangsung secara intensif di ruang digital. Berbagai calon kepala daerah memanfaatkan media sosial untuk membangun komunikasi dengan pemilih dan memperkuat citra politik. Penelitian mengenai kampanye digital pada Pilkada 2024 menunjukkan bahwa strategi kampanye melalui media sosial dapat dilakukan melalui segmentasi pemilih, penyesuaian konten dengan karakteristik generasi, dan pemilihan platform yang sesuai. Penelitian tersebut juga menunjukkan bahwa meskipun interaksi pemilih di media sosial tidak selalu tinggi, konten yang tepat tetap dapat menarik perhatian dan membangun citra positif kandidat.

Penelitian lain mengenai media sosial dalam konteks Pemilu 2024 menunjukkan bahwa kampanye politik semakin banyak memanfaatkan ruang digital untuk memengaruhi opini publik. Media sosial memungkinkan masyarakat memperoleh informasi politik dan berpartisipasi dalam percakapan politik secara lebih terbuka. Akan tetapi, ruang digital juga menghadirkan tantangan berupa penyebaran hoaks, kampanye negatif, dan upaya pembentukan opini yang dapat memengaruhi persepsi masyarakat terhadap kandidat.

Dengan demikian, penggunaan media sosial dalam kampanye politik tidak secara otomatis dapat dikatakan efektif. Efektivitasnya sangat bergantung pada bagaimana media sosial digunakan sebagai instrumen komunikasi politik. Frekuensi unggahan, kualitas dan relevansi konten, daya tarik pesan, intensitas interaksi dengan masyarakat, kemampuan merespons komentar atau aspirasi masyarakat, serta konsistensi pencitraan kandidat menjadi beberapa aspek yang dapat menentukan keberhasilan penggunaan media sosial. Dengan kata lain, memiliki akun media sosial dan mengunggah konten politik belum tentu mampu meningkatkan elektabilitas apabila strategi komunikasi yang digunakan tidak sesuai dengan karakteristik pemilih.

Persoalan tersebut menjadi semakin menarik apabila dikaji pada tingkat lokal. Kabupaten Minahasa Selatan merupakan salah satu daerah di Provinsi Sulawesi Utara yang menyelenggarakan Pemilihan Bupati dan Wakil Bupati pada tahun 2024. Pilkada Minahasa Selatan diikuti oleh tiga pasangan calon. Berdasarkan hasil penetapan perolehan suara, pasangan nomor urut 1, Franky Donny Wongkar, S.H. dan Theodorus Kawatu, memperoleh 51.575 suara; pasangan nomor urut 2, Petra Yani Rembang dan Frede Aries Massie, memperoleh 43.607 suara; sedangkan pasangan nomor urut 3, Asiano Gamy Kawatu dan Deren Paulorino memperoleh 40.209 suara. Dengan demikian, total suara sah yang tercatat adalah 135.391 suara.

Hasil tersebut memperlihatkan bahwa persaingan antar pasangan calon dalam Pilkada Minahasa Selatan Tahun 2024 berlangsung cukup kompetitif. Selisih perolehan suara antara pasangan dengan perolehan tertinggi dan pasangan pada posisi kedua adalah 7.968 suara. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa setiap pasangan calon memiliki ruang untuk memperoleh dukungan masyarakat dan membutuhkan strategi politik serta komunikasi yang efektif untuk memengaruhi pilihan pemilih.

Dalam kondisi persaingan tersebut, media sosial menjadi salah satu instrumen yang menarik untuk dikaji karena memungkinkan kandidat menyampaikan pesan politik tanpa sepenuhnya bergantung pada media massa konvensional. Kandidat dapat mengontrol pesan yang disampaikan, memilih bentuk visual yang digunakan, menentukan waktu publikasi, serta berinteraksi secara langsung dengan masyarakat. Selain itu, karakter media sosial yang memungkinkan konten dibagikan secara berulang dapat memperluas jangkauan pesan politik di luar kegiatan kampanye konvensional.

Kecamatan Motoling menjadi lokasi yang menarik untuk dikaji dalam penelitian ini. Data Badan Pusat Statistik melalui publikasi Kecamatan Motoling Dalam Angka 2024 menyediakan gambaran mengenai kondisi geografis, demografis, sosial, dan ekonomi wilayah Kecamatan Motoling. Publikasi

ISSN: 2406-8721 (Media Cetak) dan ISSN: 2406-8985 (Media Online)
Volume 13 Nomor 10 Oktober 2026

tersebut disusun berdasarkan data dari pemerintah kecamatan, pemerintah desa, dan berbagai instansi terkait sehingga dapat menjadi sumber data pendukung untuk memahami karakteristik wilayah penelitian.

Konteks masyarakat Kecamatan Motoling juga penting diperhatikan karena efektivitas komunikasi politik melalui media sosial sangat berkaitan dengan karakteristik masyarakat sebagai pemilih. Tidak semua masyarakat memiliki tingkat akses, intensitas penggunaan, maupun respons yang sama terhadap media sosial. Sebagian masyarakat dapat memperoleh informasi politik terutama melalui Facebook, Instagram, TikTok, WhatsApp, atau platform lainnya, sementara sebagian lainnya masih mengandalkan komunikasi langsung, jaringan keluarga, tokoh masyarakat, pertemuan politik, dan sumber informasi konvensional. Oleh karena itu, penggunaan media sosial sebagai instrumen peningkatan elektabilitas perlu dilihat berdasarkan pengalaman dan persepsi masyarakat di wilayah tertentu.

Media sosial dalam Pilkada Minahasa Selatan Tahun 2024 dapat dipandang sebagai arena pembentukan citra dan persepsi politik. Kandidat dapat membangun narasi mengenai dirinya melalui berbagai konten, seperti kegiatan bersama masyarakat, penyampaian visi dan misi, program pembangunan, kegiatan sosial, kunjungan ke desa-desa, serta respons terhadap persoalan lokal. Konten tersebut kemudian dapat memperoleh tanggapan dari masyarakat dalam bentuk like, komentar, share, maupun diskusi. Semakin intensif interaksi tersebut, semakin besar pula kemungkinan pesan politik kandidat dikenal oleh masyarakat.

Namun demikian, tingginya jumlah like, view, komentar, atau pengikut (followers) tidak dapat secara langsung dianggap sebagai indikator meningkatnya elektabilitas. Popularitas di media sosial belum tentu berbanding lurus dengan keputusan seseorang untuk memilih kandidat. Seorang pengguna dapat menyukai konten seorang calon tanpa memiliki keputusan untuk memilih calon tersebut. Oleh karena itu, penelitian mengenai efektivitas media sosial perlu melihat hubungan yang lebih kompleks antara paparan informasi politik, persepsi terhadap kandidat, interaksi digital, citra politik, dan kecenderungan pilihan politik masyarakat.

Permasalahan lainnya adalah kemungkinan terjadinya informasi yang bias atau manipulatif dalam komunikasi politik melalui media sosial. Media sosial dapat digunakan untuk menyebarkan pesan positif, tetapi juga dapat menjadi sarana kampanye negatif dan pembentukan opini yang tidak selalu didasarkan pada informasi yang akurat. Penelitian mengenai Pilkada Sumatera Barat 2024, misalnya, menunjukkan bahwa media sosial menjadi ruang pembentukan opini publik dan polarisasi politik melalui berbagai narasi mengenai ekonomi lokal, budaya, agama, infrastruktur, dan personal calon. Fenomena tersebut menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya menjadi alat penyebaran informasi, tetapi juga menjadi arena pertarungan narasi politik.

Efektivitas penggunaan media sosial dalam meningkatkan elektabilitas juga dapat dilihat dari kemampuan kandidat dalam membangun komunikasi dua arah. Media sosial memberikan kesempatan kepada kandidat untuk tidak hanya menyampaikan pesan, tetapi juga mendengarkan respons masyarakat. Komentar, pertanyaan, kritik, dan aspirasi masyarakat dapat menjadi sumber informasi bagi kandidat untuk memahami kebutuhan pemilih. Kandidat yang mampu merespons masyarakat secara cepat dan konstruktif berpotensi membangun kesan sebagai figur yang terbuka, responsif, dan dekat dengan masyarakat.

Selain itu, kualitas pesan politik menjadi faktor penting. Pesan yang terlalu umum, repetitif, atau hanya menampilkan aktivitas seremonial dapat mengurangi daya tarik komunikasi politik. Sebaliknya, konten yang menyentuh persoalan nyata masyarakat, menggunakan bahasa yang mudah dipahami, menampilkan solusi konkret, dan memberikan ruang interaksi dapat memiliki daya persuasif yang lebih tinggi. Penelitian tentang penggunaan Instagram dalam Pilkada 2024 menunjukkan bahwa media sosial dapat menjadi arena strategis bagi politisi untuk membangun citra positif melalui konten visual, video pendek, dan berbagai bentuk komunikasi digital.

Hal tersebut memperlihatkan bahwa efektivitas media sosial tidak hanya ditentukan oleh keberadaan teknologi, tetapi juga oleh strategi komunikasi yang digunakan. Kandidat yang mampu memahami

ISSN: 2406-8721 (Media Cetak) dan ISSN: 2406-8985 (Media Online)
Volume 13 Nomor 10 Oktober 2026

karakteristik pemilih dan menyesuaikan pesan dengan kebutuhan masyarakat akan memiliki peluang lebih besar untuk membangun komunikasi politik yang efektif. Sebaliknya, penggunaan media sosial tanpa strategi yang jelas dapat menghasilkan aktivitas digital yang tinggi tetapi tidak memberikan dampak signifikan terhadap elektabilitas.

Berdasarkan uraian tersebut, terdapat kebutuhan untuk mengetahui bagaimana media sosial digunakan oleh pasangan calon Bupati dan Wakil Bupati Kabupaten Minahasa Selatan dalam Pilkada Tahun 2024, bagaimana masyarakat Kecamatan Motoling menerima dan merespons pesan politik melalui media sosial, serta sejauh mana penggunaan media sosial tersebut berkontribusi terhadap peningkatan elektabilitas kandidat. Penelitian ini diharapkan dapat mengungkap bentuk strategi komunikasi politik digital yang digunakan, tingkat interaksi kandidat dengan masyarakat, persepsi masyarakat terhadap konten politik yang disampaikan, serta faktor-faktor yang mendukung dan menghambat efektivitas media sosial dalam membangun elektabilitas..

METODE

Jenis penelitian menggunakan metode Kualitatif, dalam penelitian ini ruang lingkup yang dikaji adalah fenomenologi pengaruh media social dalam pemilihan kepala daerah di Kabupaten Minahasa Selatan. Teknik pengambilan data dari penelitian ini menggunakan wawancara terhadap narasumber dan observasi. Untuk data sekunder, dijelaskan secara deskriptif dengan mencari literatur dari buku, jurnal dan media Internet yang sesuai dengan tema dalam mempermudah untuk membedah dan mengupas penelitian tersebut. Untuk data primer, didapat dari wawancara dengan informan yang mewakili pemangku kepentingan, stakeholder, masyarakat partai politik, komisi pemilihan umum dalam data mentah, kemudian dianalisis menjadi data yang sudah diolah. Fokus penelitian ini adalah Efektivitas Penggunaan Media Sosial Dalam Meningkatkan Elektabilitas Calon Bupati dan wakil Bupati pada Pemilihan Kepala Daerah Tahun 2024 Minahasa Selatan di Kecamatan Motoling. Dengan menggunakan teori dari The Liang Gie (1991:53) mengatakan bahwa factor-faktor yang mempengaruhi efektivitas dan efisiensi kerja

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan metode yang umum digunakan pada pendekatan kualitatif, yaitu observasi, wawancara mendalam (in depth interview) dan studi dokumentasi (Sugiyono, 2001). Hal ini dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan data yang berkaitan dengan tujuan penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan prosedur pengumpulan data kombinasi, antara lain sebagai berikut: Wawancara, Observasi dan Dokumentasi. Pada tahap keaslian data, peneliti melakukan pengecekan temuan penelitian yang disesuaikan dengan situasi di kantor Kecamatan Dimembe. Peneliti memeriksa seluruh data yang mendukung, menangkap atau menggambarkan temuan.

PEMBAHASAN

Efektifitas penggunaan media sebagai alat peningkatan elektabilitas kepala daerah sangatlah penting dalam masa pandemic, dalam pelaksanaan kampanye virtual banyak tantangan dan hambatan wajah. Beberapa tantangan ini tetap memiliki kurangnya infrastruktur digital di beberapa daerah di Indonesia. Beberapa pendapat pakar mengungkapkan bahwa ada kendala dalam kampanye virtual tentang masalah sumber daya manusia, yaitu, tidak semua orang memiliki pola komunikasi yang terkait dengan dunia politik yang digunakan secara online, serta banyak daerah pedesaan Indonesia, yang budayanya belum dibangun secara digital dan memiliki keterbatasan untuk mengakses media internet.

Seiring dengan semakin berkembangnya teknologi, kemudahan dalam mendapat informasi juga mengalami perkembangan yang pesat, termasuk dalam mendapatkan informasi politik. Media sosial menjadi salah satu hasil dari berkembangnya teknologi. Hadirnya media sosial bisa semakin mempermudah akses informasi bagi masyarakat, khususnya pemilih pemula karena mampu dijangkau hampir seluruh lapisan masyarakat secara tidak terbatas.

Fokus dalam penelitian ini adalah Efektivitas Penggunaan Media Sosial Dalam Meningkatkan Elektabilitas Calon Bupati dan wakil Bupati pada Pemilihan Kepala Daerah Tahun 2024 Minahasa Selatan

ISSN: 2406-8721 (Media Cetak) dan ISSN: 2406-8985 (Media Online)
Volume 13 Nomor 10 Oktober 2026

di Kecamatan Motoling. Dengan menggunakan teori dari The Liang Gie (1991:53) mengatakan bahwa factor-faktor yang mempengaruhi efektivitas dan efisiensi kerja adalah:

a. Motivasi

Dalam kampanye virtual pemilihan kepala daerah tahun 2024, itu menjadi medan perang antara kandidat calon kepala daerah dengan kandidat inkamben kepala daerah di beberapa wilayah Indonesia di acara dan acara permainan untuk menarik perhatian dan suara masyarakat. Namun, kampanye virtual yang harus menjadi tempat untuk bertarung antara pasangan hanya pemanis dalam pemilihan kepala daerah. Hampir semua calon pasangan kepala daerah yang berpartisipasi dalam pemilihan daerah tahun 2024 tidak terlalu besar untuk dilakukan kampanye virtual. Kandidat untuk kepala daerah dan kandidat langsung kepala daerah lebih suka memenuhi pertemuan tatap muka dengan masyarakat dengan mempertahankan protokol Kesehatan.

Dapat dilihat bahwa kampanye virtual yang ada tentu memberi implikasi sosiologis yang cukup berat. Adapun implikasi yang dapat terjadi pada umumnya yakni (1) politik identitas makin menguat, kemudian membuat kelompok-kelompok dalam masyarakat terbelah secara ekstrim; (2) politisasi suku, agama, ras dan antar golongan (SARA), sangat vulgar dan berlebihan, dan; (3) kampanye negatif dan kampanye hitam, makin sulit dibendung dan sudah berada pada wilayah private (individu) tanpa mempertimbangkan moralitas dan akhlak sebagai warga Negara.

Namun bagi para calon dan tim sukses hal tersebut merupakan sebuah peluang untuk meningkatkan elektabilitas mereka di masa kampanye dan pada masa tahapan pemilihan, konflik-konflik yang terjadi diantara pendukung menjadi sebuah motivasi bagi para tim untuk bekerja menaikkan elektabilitas calon yang mereka usung.

Dari hasil penelitian dilapangan terkait motivasi mereka dalam penggunaan media sosial dipicu antusias masyarakat dalam menggunakan media sosial dan menjadi sarana yang mudah untuk memperkenalkan calon mereka beserta visi dan misi serta program mereka kedepan. Menurut informan dari pihak tim sukses dan relawan dari calon Franky Wongkar dan Petra Rembang, motivasi mereka untuk selalu menggunakan media sosial sebagai wadah menaikkan elektabilitas adalah antusiasme relawan dan pendukung melalui komentar, postingan serta berita-berita online yang dibagi-bagikan digrup dan juga linimasa mereka. Hal ini membuat calon mereka semakin dikenal.

b. Kemampuan

Untuk mencapai tujuan politik yaitu mendapatkan suara saat pemilihan berlangsung, seorang kandidat politik terlebih dahulu harus memiliki elektabilitas dan popularitas yang tinggi serta sadar akan efektivitas kampanye yang dilakukan. Ketiga indikator tersebut dapat dicapai dengan strategi komunikasi politik yang baik, dimana semakin dekat dengan publik, maka semakin besar kesempatan kandidat untuk dikenal para pemilih (Irawan, 2014). Apapun yang dilakukan oleh kandidat dapat ditunjukkan melalui media sosial khususnya Facebook. Menurut pihak Facebook, selama Pemilu 2019 setiap harinya banyak orang menggunakan Facebook untuk berdiskusi tentang percakapan politis (Dewi, 2019), ini termasuk pemilihan bupati dan wakil bupati kabupaten Minahasa Selatan dimana mereka menggunakan Facebook untuk mensosialisasikan visi misi,gagasan serta tentang dirinya ke publik.

Kampanye yang biasanya dilakukan secara tradisional, dengan segala bentuk persiapan mulai dari ruang, dan penataan pelaksanaan. Kini dapat dilakukan tanpa bersusah payah dengan hal tersebut. Sebab media sosial telah menyediakan ruang dan tata pelaksanaan dengan cara memanfaatkan fitur yang telah siap digunakan.

Biaya operasional juga lebih meminimalkan pengeluaran para calon kandidat. Karena hanya membutuhkan kuota dan jaringan internet ketika pelaksanaan. Selain itu, kampanye yang dilakukan lebih jujur dan dapat menghindari praktek money politic. Sebab para kandidat bertemu dengan calon pemilih tidak secara langsung.

Selain itu, biaya operasional yang muncul hanyalah hitungan penggunaan pribadi. Bahkan dapat lebih hemat lagi ketika media sosial sebagai alat kampanye dihubungkan dengan berbagai macam

ISSN: 2406-8721 (Media Cetak) dan ISSN: 2406-8985 (Media Online)
Volume 13 Nomor 10 Oktober 2026

platform dengan satu akun. Maka penyebaran lebih cepat, sebab ketika ter-up date satu informasi, maka informasi secara langsung diterima bersamaan.

Kemampuan para calon dan para tim sukses calon kepala daerah dalam menggunakan media sosial untuk meningkatkan elektabilitas merupakan hal yang penting guna efektivitas penggunaan media sosial tersebut. Kemampuan dalam berkomunikasi dalam media sosial adalah kunci yang dapat meningkatkan elektabilitas. Komunikasi politik saat ini harus mampu memanfaatkan media sosial sebagai medium yang melengkapi media tradisional untuk dapat meningkatkan pengetahuan publik terhadap kandidat politik dalam pemilihan kepala daerah di Kabupaten Minahasa Selatan.

Dari hasil wawancara dengan para informan dilapangan, terlihat bahwa kemampuan para tim relawan dan tim sukses calon bupati franky wongkar, memiliki kemampuan yang baik dalam mengelola media sosial, namun juga penggunaan media sosial oleh relawan dan tim sukses tidak terlepas dari permasalahan emosional yang terkadang membawa permasalahan tersendiri terkait postingan.

c. Perlengkapan dan Fasilitas

Media sosial adalah media online yang memungkinkan penggunanya untuk dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan membuat konten. Media sosial juga dapat didefinisikan sebagai media online yang mendukung interaksi sosial dengan menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif (Suprajang, Nirwanto, & Firdianjah, 2017). Dengan tumbuhnya penggunaan media sosial khususnya Twitter dan Facebook, media sosial saat ini digunakan baik oleh masyarakat maupun institusi politik (politisi, partai politik, political foundation, dll). Dari perspektif lembaga politik, penting untuk berpartisipasi aktif dalam komunikasi politik menggunakan media sosial, terutama selama kampanye pemilihan. Karena media sosial dapat menjadi channel untuk merepresentasikan informasi yang ideal, mengukur opini publik, serta mendapatkan dukungan dari publik kepada kandidat politiknya (Zeng, Chen, Lusch, & Li, 2010). Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa politisi di era demokrasi yang modern ini dengan semangat mengadopsi media sosial untuk melibatkan publik, berdialog dengan warganya sehingga memunculkan diskusi politik yang ‘hidup’ (Hong & Nadler, 2011). Selain itu, dengan adanya media sosial memungkinkan masyarakat untuk mendapat informasi dan pengaruh pilihan politik, dari mulai sikap, kepercayaan, dan perilaku mereka terhadap kandidat politik tertentu (Victor, Ikechukwu, Gerald, & Chinedum, 2017).

Keberadaan fasilitas dan perlengkapan dalam penggunaan media sosial oleh para calon melalui pendukung dan tim sukses sangatlah penting, dari hasil penelitian terlihat bahwa calon bupati pemenang tahun 2024 memberikan fasilitas seperti pulsa, hp serta kebutuhan relawan dalam beberapa kesempatan saat ada pertemuan baik resmi maupun tidak resmi.

d. Produktivitas

Media sosial juga sangat efektif digunakan sebagai media komunikasi khususnya dalam memberikan informasi dan menerima feedback dari para politisi. Ini dapat mendekatkan dan merapatkan hubungan antara para politisi dengan masyarakat. Terlebih lagi saat ini, penggunaan media sosial dikalangan masyarakat semakin populer dan berkembang, hingga ke pelosok pedesaan. Sehingga dengan formula informasi yang baik, masyarakat akan mudah memahami pesan-pesan politik yang disampaikan oleh para politisi. Pada akhirnya, melalui penyampaian pesan-pesan politik yang tepat dan dilakukan secara efektif akan mampu menarik simpati masyarakat sehingga mereka akan menerima maksud yang diinginkan oleh para politisi.

Akibat dari banyaknya penggunaan media sosial di Indonesia banyak konten tentang politik yang tersebar di media sosial. Di media sosial, komunikasi bisa tersebar melalui individu atau kelompok sehingga informasi bisa cepat menyebar secara luas. Hal inilah yang menyebabkan banyak politisi memanfaatkan media sosial sebagai platform untuk mempopulerkan namanya atau biasa disebut kampanye. Selain itu, sebagian besar media massa memanfaatkan media sosial sebagai alat untuk menyebarkan artikel atau konten beritanya untuk dinikmati oleh konsumen. Semakin mudahnya mengakses sosial media maka semakin mudah setiap masyarakat dalam mendapatkan konten mengenai

ISSN: 2406-8721 (Media Cetak) dan ISSN: 2406-8985 (Media Online)
Volume 13 Nomor 10 Oktober 2026

politik dan secara langsung akan berpengaruh pada dirinya.

Produktivitas penggunaan media sosial oleh tim sukses dan juga para relawan dari pasangan calon franky wongkar dan petra rembang pada pilkada minahasa selatan tahun 2024 berdasarkan hasil wawacara serta penelusuran data lapangan, terlihat bahwa penggunaan media sosial tersebut digunakan secara produktif untuk meningkatkan elektabilitas calon kepala daerah tersebut.

Efektivitas penggunaan media sosial dalam meningkatkan elektabilitas calon bupati dan wakil bupati di kabupaten Minahasa Selatan pada pemilihan tahun 2024 lalu terbukti efektif dengan dimenangkannya oleh pasangan Franky Wongkar dan Petra Rembang, penggunaan media sosial oleh para pendukung dan para tim sukses, berhasil meningkatkan elektabilitas dari pasangan tersebut melalui postingan di media sosial facebook, instagram dan grup whatsapp.

.

KESIMPULAN

Penggunaan media sosial oleh pasangan calon Bupati dan Wakil Bupati pada Pemilihan Kepala Daerah Kabupaten Minahasa Selatan tahun 2024 terbukti memberikan pengaruh signifikan dalam meningkatkan tingkat elektabilitas, khususnya di Kecamatan Motoling. Media sosial seperti Facebook, Instagram, dan WhatsApp menjadi sarana komunikasi politik yang efektif untuk menyampaikan visi, misi, program kerja, serta aktivitas kampanye secara cepat dan luas.

Penelitian menunjukkan bahwa efektivitas media sosial terlihat dari tiga aspek utama: jangkauan informasi, interaksi, dan pembentukan citra kandidat. Pertama, jangkauan media sosial memungkinkan informasi kampanye diakses secara lebih merata, termasuk oleh kelompok pemilih muda dan masyarakat di wilayah yang sulit dijangkau kampanye tatap muka. Kedua, fitur interaksi seperti komentar, pesan langsung, dan berbagi unggahan memungkinkan adanya komunikasi dua arah yang memperkuat kedekatan emosional antara kandidat dan pemilih. Ketiga, penggunaan konten visual dan narasi positif secara konsisten membantu membentuk citra kandidat yang lebih menarik dan meyakinkan.

Meskipun demikian, efektivitas media sosial dalam meningkatkan elektabilitas belum mencapai tingkat optimal. Beberapa faktor yang menghambat adalah keterbatasan literasi digital sebagian masyarakat, keterlibatan tim media yang belum profesional, serta maraknya informasi tandingan (misinformasi) yang dapat memengaruhi persepsi pemilih. Selain itu, sebagian masyarakat masih mengandalkan metode kampanye tradisional seperti tatap muka, sehingga media sosial tidak dapat berdiri sendiri tanpa didukung strategi komunikasi politik langsung.

Secara keseluruhan, penelitian ini menyimpulkan bahwa media sosial merupakan instrumen strategis dalam meningkatkan elektabilitas kandidat, terutama dalam memperluas jangkauan kampanye dan membangun citra politik. Namun, keberhasilannya sangat dipengaruhi oleh kualitas pengelolaan konten, konsistensi komunikasi, serta kemampuan kandidat dan tim kampanye dalam mengintegrasikan media sosial dengan strategi kampanye konvensional. Optimalisasi penggunaan media sosial, ditambah pendekatan langsung kepada masyarakat, akan meningkatkan peluang kandidat untuk meraih dukungan yang lebih kuat pada pemilihan berikutnya.

REFERENSI

Ahmad, Nyarwi. 2012. Manajemen Komunikasi Politik dan Marketing Politik: Sejarah, Perspektif dan Perkembangan Riset. Yogyakarta: Pustaka Zaman.

Dunn, William N. 2011. Analisis Kebijakan Publik. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.

Gie,The Liang .2013. Ensiklopedia Administrasi. Jakarta: Gunung Agung.

Gosal I, Skripsi. Elektabilitas Syahrul Yasin Limpo Pada Pemilihan Gubernur 2013 Di Kabupaten Toraja Utara. 2015.

Handoko, T. Hani, 2009. Manajemen Personalia Sumber Daya Manusia, Edisi. Kedua,Yogyakarta, Penerbit : BPFE.

Mesy Supit. 2022. Peran Media Sosial Dalam Meningkatkan Elektabilitas Calon Anggota Legislatif Dalam

ISSN: 2406-8721 (Media Cetak) dan ISSN: 2406-8985 (Media Online)
Volume 13 Nomor 10 Oktober 2026

Pemilihan Umum Tahun 2019 (Studi Di Desa Mobuya Kecamatan Passi Timur Kecamatan Bolaang Mongodow). Jurnal Eksekutif. Vo. 2 Nomor 1. Universitas Sam Ratulangi

Najwa El-Khoir Hasibuan. 2023. Pengaruh Media Sosial Terhadap Elektabilitas Bakal Calon Presiden Dan Wakil Presiden. Jurnal Terapung : Ilmu – Ilmu Sosial , Vol. 6, No. 1, Maret 2024

Pasolong, Harbani. 2012. Teori Administrasi Publik.. Yogyakarta: Alfabeta.

Sugiyono. 2010, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D; Penerbit CV Alfabeta, Bandung.

Wojowasito, WJS. 1980. Kamus Umum Bahasa Indonesia. Bandung : Penerbit Balai Pustaka