

Pentingnya Media Sosial Sebagai Strategi Komunikasi Politik: Studi Kasus Dewan Pimpinan Cabang (DPC) Partai Bulan Bintang Kabupaten Badung

Della Putri Wulandari¹, Gede Indra Pramana², Piers Andreas Noak³

^{1,2,3} Program Studi Ilmu Politik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Udayana

ARTICLE INFO

Article history:

Received Agustus, 2025

Revised Agustus, 2025

Accepted Agustus, 2025

Available online Agustus, 2025

putriwulandari019@student.unud.ac.id,
indraprama@unud.ac.id,
piersandreasnoak@unud.ac.id

This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.
Copyright © 2023 by Author. Published by Universitas Pendidikan Ganesha.

ABSTRAK

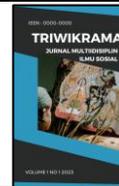
Penelitian ini mengkaji peran strategis media sosial dalam komunikasi politik, dengan mengambil studi kasus pada Dewan Pimpinan Cabang (DPC) Partai Bulan Bintang (PBB) Kabupaten Badung. Di tengah era digital di mana partai politik secara agresif memanfaatkan platform online untuk pembentukan citra dan mobilisasi massa, studi ini bertujuan untuk menjawab tiga pertanyaan fundamental: (1) Bagaimana pengelolaan akun media sosial DPC PBB Kabupaten Badung?; (2) Faktor apa saja yang mendukung dan menghambat pengelolaan tersebut?; dan (3) Seberapa penting media sosial sebagai medium komunikasi politik tidak langsung bagi partai di tingkat lokal? Menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus, data primer dikumpulkan melalui serangkaian wawancara mendalam dengan pengurus kunci DPC PBB Badung. Hasil penelitian menunjukkan sebuah fenomena invisibilitas digital, di mana pengelolaan media sosial DPC PBB Badung bersifat ad-hoc dan tidak terstruktur. Temuan ini kontras dengan tren nasional yang menunjukkan media sosial sebagai arena

sentral politik. Faktor penghambat yang teridentifikasi jauh lebih dominan dibandingkan faktor pendukung, meliputi: (a) keterbatasan sumber daya finansial dan manusia yang akut; (b) kesenjangan literasi dan keterampilan digital di kalangan pengurus; dan (c) prioritas strategis yang masih sangat terfokus pada politik konvensional berbasis interaksi tatap muka. Penelitian ini menyimpulkan bahwa bagi partai politik di tingkat lokal, khususnya partai non-dominan, media sosial bukan lagi sekadar alat pelengkap, melainkan infrastruktur esensial. Ketiadaan kehadiran yang aktif dan terkelola di ruang digital secara efektif mengirimkan sinyal ketidakrelevanan kepada publik, terutama segmen pemilih muda, dan secara signifikan menghambat kemampuan partai untuk berpartisipasi dalam wacana publik serta melakukan regenerasi kader.

Kata Kunci: Komunikasi Politik; Media Sosial; Partai Politik; Partai Bulan Bintang

ABSTRACT

This study examines the strategic role of social media in political communication, using a case study of the Badung Regency Branch Leadership Council (DPC) of the Crescent Star Party (PBB). In the midst of the digital era where political parties are aggressively utilizing online platforms for image building and mass mobilization, this study aims to answer three fundamental questions: (1) How is the social media account of the Badung Regency PBB DPC managed?; (2) What factors support and hinder such management?; and (3) How important is social media as a medium for indirect political communication for parties at the local level? Using a qualitative approach with a case study method, primary data was collected through a series of in-depth interviews with key administrators of the Badung PBB DPC. The results of the study indicate a phenomenon of digital invisibility, where the social media management of the Badung PBB DPC is ad-hoc and unstructured. This finding contrasts with the national trend that shows social media as a central arena for politics. The identified inhibiting factors are far more dominant than supporting factors, including: (a) acute financial and human resource limitations; (b) digital literacy and skills gaps among administrators; and (c) strategic priorities that are still heavily focused on conventional politics based on face-to-face interactions. This study concludes that for political parties at the local level, especially non-dominant parties, social media is no longer just a complementary tool, but rather essential infrastructure. The absence of an active and managed presence in the digital space effectively sends a signal of irrelevance to the public, especially



the younger voter segment, and significantly hampers the party's ability to participate in public discourse and regenerate its cadres.

Keywords: *Political Communication; Social Media; Political Parties; Crescent Star Party*

1. PENDAHULUAN

Era digital telah merombak secara fundamental lanskap komunikasi politik global. Pergeseran dari media tradisional seperti surat kabar, televisi, dan radio ke media baru yang dimotori oleh internet dan media sosial telah mengubah cara aktor politik berinteraksi dengan publik (Hayat dkk, 2021). Media sosial, yang didefinisikan sebagai sekelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun di atas fondasi ideologis dan teknologi Web 2.0 untuk memungkinkan pembuatan dan pertukaran *User Generated Content* (Hayat dkk, 2021), menawarkan platform komunikasi yang lebih efisien, efektif, dan terukur. Karakteristik utamanya yang interaktif, fleksibel, dan berbiaya rendah menjadikannya sarana utama bagi politisi, partai politik, dan masyarakat untuk terlibat dalam dialog politik yang lebih langsung dan dinamis (Hayat dkk, 2021).

Dalam konteks Indonesia, fenomena ini berkembang menjadi pedang bermata dua. Di satu sisi, media sosial telah menjadi instrumen yang sangat vital. Platform seperti Facebook, Instagram, X (sebelumnya Twitter), dan TikTok menjadi arena sentral untuk kampanye politik, pembentukan citra (*image building*), dan mobilisasi pemilih, khususnya di kalangan generasi muda yang merupakan populasi pemilih terbesar (Hayat dkk, 2021). Keberhasilan kampanye politik modern di Indonesia sering kali dikaitkan dengan kemampuan untuk mengorkestrasi narasi yang efektif di ruang digital (Narendra, 2013). Di sisi lain, kemudahan penyebaran informasi di media sosial juga membuka kotak Pandora bagi berbagai tantangan serius terhadap demokrasi. Platform-platform ini menjadi lahan subur bagi penyebaran masif disinformasi, berita bohong (hoax), dan ujaran kebencian yang merusak kualitas diskursus publik (Hayat dkk, 2021). Fenomena *buzzer* politik yang beroperasi secara terorganisir untuk memanipulasi opini publik, ditambah dengan eksploitasi politik identitas, telah terbukti mempercepat dan memperdalam polarisasi di tengah masyarakat, sebuah ancaman nyata bagi integritas proses demokrasi (Hayat dkk, 2021).

Meskipun literatur mengenai komunikasi politik digital di Indonesia terus berkembang, sebagian besar penelitian cenderung berfokus pada skala nasional, menganalisis strategi calon presiden, tokoh politik ternama, atau partai-partai besar (Pramana & Sued, 2020). Analisis pada tingkat lokal, khususnya pada level Dewan Pimpinan Cabang (DPC) partai politik, masih sangat terbatas. Padahal, DPC merupakan ujung tombak partai yang berinteraksi langsung dengan konstituen di tingkat akar rumput. Kemampuan atau kegagalan mereka dalam beradaptasi dengan lanskap digital dapat menjadi cerminan dari kesehatan demokrasi dan kapasitas partai secara keseluruhan.

Untuk mengisi kesenjangan ini, penelitian ini memilih Dewan Pimpinan Cabang (DPC) Partai Bulan Bintang (PBB) Kabupaten Badung sebagai studi kasus. Pemilihan ini didasarkan pada keinginan untuk mengeksplorasi bagaimana sebuah partai, yang secara nasional tidak termasuk dalam jajaran partai pemenang pemilu, menavigasi arena digital yang kompetitif di tingkat daerah. Kabupaten Badung sendiri merupakan wilayah yang dinamis dan strategis di Bali, sehingga memberikan konteks yang menarik untuk dianalisis.

Namun, dalam proses penelusuran awal, sebuah temuan signifikan muncul: adanya kesenjangan informasi mengenai eksistensi dan aktivitas DPC PBB Kabupaten Badung di ruang digital. Upaya pencarian informasi secara online sering kali tidak membuahkan hasil yang relevan. Pencarian dengan kata kunci "PBB Badung" justru lebih banyak menghasilkan informasi terkait Pajak Bumi dan Bangunan (PBB) yang dikelola oleh Pemerintah Kabupaten Badung, atau informasi mengenai kepengurusan partai politik lain yang lebih dominan di Badung seperti PDI Perjuangan dan Hanura. Bahkan, situs web resmi Partai Bulan Bintang di tingkat pusat pun tidak

menyediakan data yang spesifik dan mudah diakses mengenai struktur kepengurusan di tingkat cabang seperti Kabupaten Badung (Partai Bulan Bintang, 2018).

Ketiadaan data ini bukanlah sekadar hambatan metodologis, melainkan sebuah temuan awal yang krusial yang dapat disebut sebagai fenomena invisibilitas digital. Kondisi ini menimbulkan pertanyaan mendasar: Mengapa sebuah entitas politik di era modern bisa tidak terlihat di dunia maya? Fenomena ini mungkin berakar pada berbagai faktor yang akan dieksplorasi lebih dalam, seperti keterbatasan sumber daya, ketiadaan prioritas strategis terhadap komunikasi digital, atau kesenjangan kompetensi teknologi di tingkat lokal. Invisibilitas ini menciptakan kontras yang tajam dengan narasi dominan yang menekankan urgensi kehadiran digital bagi seluruh aktor politik (Hayat dkk, 2021). Implikasinya sangat serius: jika sebuah partai secara politik tidak eksis di ruang digital, bagaimana mereka dapat menjangkau demografi pemilih muda yang menjadikan media sosial sebagai sumber informasi utama?⁶ Bagaimana mereka dapat berpartisipasi dalam pembentukan opini publik atau membela diri dari narasi negatif? Oleh karena itu, penelitian ini akan memperlakukan fenomena invisibilitas digital ini bukan sebagai masalah, melainkan sebagai titik berangkat utama untuk memahami realitas komunikasi politik di tingkat akar rumput.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, penelitian ini dirancang untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut: **“Bagaimana pengelolaan akun media sosial Dewan Pimpinan Cabang (DPC) Partai Bulan Bintang (PBB) Kabupaten Badung?, Faktor-faktor apakah yang menjadi pendukung dan penghambat dalam pengelolaan akun media sosial DPC PBB Kabupaten Badung?, Seberapa penting media sosial partai politik sebagai bentuk komunikasi politik terhadap masyarakat secara tidak langsung, dilihat dari perspektif DPC PBB Kabupaten Badung?”**

TINJAUAN PUSTAKA

Komunikasi Politik di Era Digital

Komunikasi politik mengalami transformasi mendalam seiring dengan kemunculan media baru. Secara definitif, media sosial dapat dipahami sebagai sekelompok aplikasi berbasis Internet yang dibangun di atas fondasi ideologis dan teknologi Web 2.0, dan yang memungkinkan pembuatan dan pertukaran *User Generated Content*. Platform ini secara fundamental berbeda dari media tradisional. Jika media tradisional (cetak dan penyiaran) beroperasi dengan model komunikasi satu arah (*one-to-many*), di mana audiens menjadi penerima pasif, media sosial justru memfasilitasi model komunikasi yang dialogis, interaktif, dan berjaringan (*many-to-many*) (Hayat dkk, 2021).

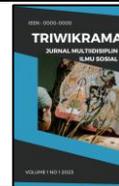
Perubahan paradigma ini memiliki implikasi signifikan. Media sosial memungkinkan politisi dan audiens mereka untuk berkomunikasi secara langsung tanpa perantara editor atau *gatekeeper* media konvensional. Hal ini menciptakan kedekatan semu antara elite politik dan masyarakat. Publik kini dapat dengan mudah menyampaikan aspirasi, gagasan, kritik, bahkan cemoohan secara langsung ke akun-akun politisi (Hayat dkk, 2021). Sebaliknya, politisi dapat menyebarkan pesan, melakukan klarifikasi, dan membangun narasi personal dengan kecepatan dan jangkauan yang belum pernah terjadi sebelumnya (Caropeboka dkk, 2022). Kecepatan dan skala distribusi informasi ini menjadikan media sosial sebagai arena yang tidak dapat diabaikan dalam setiap strategi komunikasi politik modern.

Media Sosial sebagai Instrumen Strategis Partai Politik

Dalam konteks persaingan politik, partai dan politisi memanfaatkan media sosial sebagai instrumen strategis untuk berbagai tujuan. Fungsi-fungsi ini dapat dikategorikan ke dalam tiga bidang utama: pembentukan citra, peningkatan partisipasi politik, dan media kampanye.

1) Pembentukan Citra (*Image Building*) dan Personal Branding

Media sosial adalah alat yang sangat kuat untuk manajemen citra (*image management*) dan *personal branding*. Di ruang digital, partai politik dan kandidatnya dapat secara cermat membangun dan memproyeksikan citra yang diinginkan kepada publik. Mereka dapat mengontrol narasi tentang siapa diri mereka, apa yang mereka perjuangkan, dan bagaimana mereka ingin dilihat oleh pemilih. Platform yang kaya akan konten visual seperti Instagram terbukti sangat efektif untuk kegiatan pencitraan, karena foto dan video mampu



menyampaikan pesan emosional dan personal secara lebih gamblang dan mudah dicerna oleh audiens (Pramana & Sued, 2020).

Studi mengenai kampanye politik di Indonesia menunjukkan bahwa citra politisi dan pemahaman publik terhadap isu-isu penting merupakan faktor krusial dalam membentuk sikap dan preferensi pemilih, terutama di kalangan pemilih pemula atau Gen Z (Masduki dkk, 2021). Sebagai contoh, kampanye Joko Widodo pada pemilu sebelumnya secara ekstensif menggunakan Instagram untuk membangun citra positif sebagai pemimpin yang sederhana, jujur, dan merakyat melalui konten foto dan audio-visual. Strategi ini berhasil membangun hubungan emosional dengan masyarakat dan menarik simpati dari kalangan yang sebelumnya mungkin tidak tertarik pada politik (Pramana & Sued, 2020). Dengan demikian, media sosial berfungsi sebagai panggung di mana citra politik tidak hanya ditampilkan tetapi juga dikonstruksi secara aktif.

2) Peningkatan Partisipasi Politik

Salah satu peran paling signifikan dari media sosial dalam politik adalah kemampuannya untuk meningkatkan partisipasi politik, terutama di kalangan generasi muda seperti Milenial dan Gen Z, yang merupakan pengguna media sosial paling aktif. Penelitian secara konsisten menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara paparan kampanye di media sosial dengan tingkat keterlibatan politik kaum muda (Hayat dkk, 2021). Partisipasi ini dapat bermanifestasi dalam berbagai tingkatan. Stefan Stieglitz (2014) dan peneliti lain mengidentifikasi beberapa bentuk keterlibatan, mulai dari yang paling pasif hingga yang paling aktif.

Keterlibatan laten mencakup aktivitas seperti membaca berita politik, menonton video, atau sekadar mengikuti akun politisi. Keterlibatan ekspresif melibatkan tindakan yang lebih terlihat seperti memberikan suka (*likes*), menulis komentar, atau membagikan konten (*sharing*). Tingkat tertinggi adalah *mobilisasi*, di mana interaksi online berhasil mendorong tindakan di dunia nyata, seperti menghadiri acara kampanye, menjadi sukarelawan, atau memberikan donasi. Dengan memfasilitasi berbagai level partisipasi ini, media sosial berpotensi mendigitalisasi dan mendemokratisasi keterlibatan politik, membuatnya lebih mudah diakses oleh lebih banyak orang (Banna, 2020).

3) Media Kampanye dan Mobilisasi Opini

Media sosial kini telah menjadi sarana utama untuk kampanye politik (Hayat dkk, 2021). Dibandingkan dengan metode konvensional yang mahal dan terbatas jangkauannya, kampanye digital dinilai lebih efektif dan efisien (Pramana & Sued, 2020). Partai politik dapat menjangkau jutaan pemilih dalam hitungan detik dengan pesan yang disesuaikan untuk segmen audiens tertentu.

Strategi kampanye digital yang efektif seringkali melibatkan penggunaan elemen-elemen kreatif dan interaktif. Penggunaan tagar (*hashtag*) yang viral, pembuatan meme, video pendek, dan konten interaktif lainnya terbukti signifikan dalam membentuk persepsi pemilih dan mendorong keterlibatan (Narendra, 2013). Kampanye di media sosial juga memungkinkan interaksi dua arah yang berkelanjutan, menciptakan suasana dialogis yang dapat memperkuat ikatan antara kandidat dan pendukungnya. Kemampuan untuk memobilisasi opini publik secara cepat menjadikan media sosial sebagai senjata ampuh dalam pertarungan narasi politik, di mana persepsi sering kali sama pentingnya dengan realitas.

Tantangan Komunikasi Politik Digital di Indonesia

Meskipun menawarkan banyak peluang, penggunaan media sosial untuk politik di Indonesia juga dihadapkan pada tantangan-tantangan serius yang dapat mengancam kesehatan demokrasi.

1) Disinformasi, Hoaks, dan Fenomena *Buzzer*

Salah satu tantangan terbesar adalah penyebaran disinformasi dan hoaks (berita bohong) yang masif (Tanti & Hidayat, 2020). Sifat media sosial yang memungkinkan informasi menyebar dengan cepat tanpa verifikasi yang memadai menciptakan lingkungan yang ideal bagi berkembangbiaknya informasi palsu. Hal ini tidak hanya membingungkan pemilih tetapi juga dapat merusak integritas pemilu dan mendelegitimasi institusi demokrasi.

Fenomena ini diperparah oleh kehadiran *buzzer* politik, yaitu individu atau kelompok yang dibayar untuk menyebarkan narasi tertentu secara terorkestrasi (Hayat dkk, 2021). *Buzzer* memainkan peran penting dalam menyebarkan disinformasi, memperkuat polarisasi, menyerang lawan politik dengan kampanye negatif, dan pada akhirnya mengganggu proses demokrasi yang sehat (Hayat dkk, 2021). Keberadaan mereka mengubah ruang diskusi publik menjadi medan pertempuran informasi yang manipulatif.

2) Polarisasi dan Politik Identitas

Media sosial, melalui mekanisme algoritmanya, memiliki kecenderungan untuk mempercepat dan memperdalam polarisasi politik (Hayat dkk, 2021). Algoritma dirancang untuk menyajikan konten yang paling mungkin disukai pengguna, yang sering kali berarti konten yang memperkuat keyakinan yang sudah ada. Hal ini menciptakan apa yang disebut gelembung filter (*filter bubbles*) dan ruang gema (*echo chambers*), di mana individu semakin jarang terpapar pada pandangan yang berbeda dan menjadi lebih ekstrem dalam pandangannya sendiri.

Polarisasi di Indonesia seringkali berkelindan dengan politik identitas, terutama yang berbasis pada sentimen agama dan etnis. Isu-isu identitas dieksploitasi secara strategis di media sosial untuk memobilisasi dukungan elektoral dan pada saat yang sama mendelegitimasi lawan politik. Retorika yang memecah belah dan provokatif dapat dengan mudah menjadi viral, meningkatkan tensi sosial dan politik di tengah masyarakat.²⁶

3) Pentingnya Literasi Digital

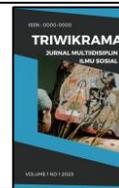
Sebagai penawar dari berbagai tantangan tersebut, literasi digital muncul sebagai sebuah kompetensi yang krusial bagi warga negara di era digital (Tanti & Hidayat, 2020). Literasi digital bukan hanya tentang kemampuan teknis menggunakan perangkat, tetapi juga mencakup kemampuan untuk berpikir kritis terhadap informasi yang diterima, mengidentifikasi berita bohong, memahami cara kerja algoritma media sosial, dan melindungi data pribadi (Tanti & Hidayat, 2020). Peningkatan literasi digital di kalangan masyarakat dianggap sebagai solusi jangka panjang yang paling efektif untuk memitigasi dampak negatif dari komunikasi politik digital dan memastikan partisipasi politik yang lebih berkualitas, sehat, dan aman (Hayat dkk, 2021).

Kerangka Konseptual

Penelitian ini dibangun di atas kerangka konseptual yang mengintegrasikan dua pendekatan utama: Teori Komunikasi Politik Strategis dan Model Partisipasi Politik Digital. Teori Komunikasi Politik Strategis akan digunakan untuk menganalisis upaya (atau ketiadaan upaya) yang dilakukan oleh DPC PBB Kabupaten Badung dalam merencanakan dan melaksanakan komunikasi politiknya. Kerangka ini akan memandu analisis terhadap elemen-elemen strategis seperti pemilihan platform media sosial, desain dan penyampaian pesan, penargetan audiens, serta alokasi sumber daya untuk mencapai tujuan politik tertentu, misalnya meningkatkan kesadaran publik, merekrut anggota baru, atau membangun citra positif.

Selanjutnya, untuk mengevaluasi efektivitas dari upaya komunikasi tersebut, penelitian ini akan mengadopsi Model Partisipasi Politik Digital yang diadaptasi dari kerangka kerja yang diajukan oleh para peneliti seperti Stieglitz (2014) dan lainnya. Model ini akan digunakan untuk menganalisis sejauh mana komunikasi digital DPC PBB Badung mampu mendorong partisipasi publik dalam tiga tingkatan:

- 1) *Involve* (Melibatkan): Mengukur kemampuan konten untuk menarik perhatian dan memicu keterlibatan audiens dalam bentuk yang paling dasar, seperti melihat konten, memberikan suka (*likes*), meninggalkan komentar, atau membagikan unggahan.
- 2) *Connect* (Menghubungkan): Menganalisis apakah upaya komunikasi tersebut berhasil membangun sebuah komunitas online atau jaringan pendukung yang loyal. Ini bisa dilihat dari



pertumbuhan jumlah pengikut yang organik dan adanya interaksi yang berkelanjutan di antara para pengikut.

- 3) *Mobilize* (Memobilisasi): Mengevaluasi apakah komunikasi online mampu diterjemahkan menjadi tindakan konkret di dunia nyata. Ini merupakan tingkat partisipasi tertinggi, yang mencakup tindakan seperti kehadiran dalam acara partai, pendaftaran sebagai anggota, atau partisipasi dalam kegiatan kampanye di darat.

Dengan mengkombinasikan kedua kerangka ini, penelitian ini tidak hanya akan mendeskripsikan apa yang dilakukan oleh DPC PBB Badung di media sosial, tetapi juga menganalisis *mengapa* mereka melakukannya (atau tidak melakukannya) dan *apa dampak* dari tindakan tersebut terhadap partisipasi politik publik.

2. METODE PENELITIAN

Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan ini dipilih karena paling sesuai untuk tujuan penelitian, yaitu mengungkap dan memahami secara mendalam sebuah fenomena dalam konteks alaminya (Caropeboka dkk, 2022). Secara spesifik, penelitian ini menggunakan desain studi kasus (*case study*). Desain studi kasus memungkinkan peneliti untuk melakukan penyelidikan yang intensif dan holistik terhadap satu unit analisis tertentu dalam hal ini, pengelolaan media sosial di DPC Partai Bulan Bintang Kabupaten Badung untuk memahami kompleksitas dan dinamika internal yang memengaruhinya.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini difokuskan pada aktivitas Dewan Pimpinan Cabang (DPC) Partai Bulan Bintang (PBB) yang berlokasi di wilayah administratif Kabupaten Badung, Provinsi Bali. Pengumpulan data untuk penelitian ini dilaksanakan dalam rentang waktu tiga bulan, dari September hingga November 2022, untuk mendapatkan gambaran yang komprehensif mengenai aktivitas dan persepsi para pengurus partai.

Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data yang kaya dan mendalam, penelitian ini menggunakan triangulasi teknik pengumpulan data, yang terdiri dari:

- 1) *Wawancara Mendalam (In-depth Interview)*: Ini adalah metode utama untuk mengumpulkan data primer. Wawancara dilakukan dengan format semi-terstruktur, dimana peneliti menggunakan panduan wawancara yang berisi pertanyaan-pertanyaan kunci, namun tetap fleksibel untuk mengeksplorasi topik-topik baru yang muncul secara spontan selama percakapan. Tujuannya adalah untuk menggali persepsi, pengalaman, dan pandangan informan secara mendalam.
- 2) *Observasi Digital*: Peneliti melakukan pengamatan sistematis terhadap aset-aset digital yang (mungkin) dimiliki oleh DPC PBB Kabupaten Badung. Ini mencakup penelusuran dan analisis terhadap akun-akun media sosial resmi di berbagai platform (seperti Facebook, Instagram, X, TikTok) untuk mengamati jenis konten, frekuensi unggahan, tingkat interaksi, dan respons audiens.
- 3) *Studi Dokumentasi*: Teknik ini digunakan untuk mengumpulkan data sekunder yang relevan. Ini mencakup analisis terhadap dokumen-dokumen internal partai (jika dapat diakses), Anggaran Dasar/Anggaran Rumah Tangga (AD/ART), serta pemberitaan di media massa lokal maupun nasional yang berkaitan dengan aktivitas DPC PBB Kabupaten Badung.

Teknik Analisis Data

Data kualitatif yang terkumpul dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi dianalisis menggunakan model analisis interaktif yang dikembangkan oleh Miles, Huberman, dan Saldana. Model ini terdiri dari tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan dan berkelanjutan:

- 1) **Reduksi Data (*Data Reduction*):** Proses ini merujuk pada pemilihan, pemfokusan, penyederhanaan, dan abstraksi data kasar yang muncul dari catatan lapangan atau transkrip wawancara. Dalam tahap ini, data yang tidak relevan dibuang, sementara data yang relevan dengan rumusan masalah diorganisir dan diberi kode (*coding*) berdasarkan tema-tema kunci.
- 2) **Penyajian Data (*Data Display*):** Setelah direduksi, data disajikan dalam bentuk yang terorganisir dan padat informasi untuk memudahkan pemahaman dan penarikan kesimpulan. Penyajian data dalam penelitian ini dilakukan melalui uraian naratif yang diperkuat dengan kutipan-kutipan langsung dari wawancara, serta dalam bentuk matriks atau tabel (seperti Tabel 1 bagian hasil) untuk memetakan faktor pendukung dan penghambat secara sistematis.
- 3) **Penarikan Kesimpulan/Verifikasi (*Conclusion Drawing/Verification*):** Sejak awal pengumpulan data, peneliti mulai mencari arti dari hal-hal yang ditemui, mencatat pola-pola, penjelasan, dan alur sebab-akibat. Kesimpulan awal ini kemudian diuji (*diverifikasi*) secara terus-menerus dengan data baru yang masuk hingga akhir penelitian. Proses ini memastikan bahwa kesimpulan yang ditarik kokoh, didukung oleh bukti yang kuat, dan dapat dipertanggungjawabkan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

Bagian ini menyajikan temuan penelitian yang diperoleh dari wawancara, observasi digital, dan studi dokumentasi, yang kemudian dianalisis secara mendalam dalam sesi pembahasan. Hasil penelitian disajikan untuk menjawab rumusan masalah pertama dan kedua, sementara pembahasan akan mengintegrasikan temuan tersebut untuk menjawab rumusan masalah ketiga dan mengaitkannya dengan kerangka teoritis.

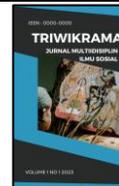
Profil dan Konteks Politik DPC PBB Kabupaten Badung

Dewan Pimpinan Cabang (DPC) Partai Bulan Bintang (PBB) Kabupaten Badung adalah salah satu kekuatan politik yang beroperasi di tengah lanskap politik lokal yang sangat dinamis dan kompetitif. Berdasarkan data Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kabupaten Badung, arena politik di daerah ini secara historis telah didominasi secara mutlak oleh partai-partai besar dengan basis massa yang sangat kuat, seperti PDI Perjuangan. Keberadaan partai lain seperti Partai Hanura, yang juga memiliki struktur kepengurusan terorganisir hingga tingkat kecamatan, turut memperketat persaingan (Partai Bulan Bintang, 2018).

Dalam konteks yang penuh tantangan ini, DPC PBB Kabupaten Badung memosisikan diri sebagai partai non-dominan atau sering disebut sebagai partai gurem di tingkat lokal. Keterbatasan yang paling nyata terlihat dari perolehan suara yang minim dalam pemilu-pemilu sebelumnya, yang secara langsung berdampak pada ketiadaan representasi di lembaga legislatif daerah. Minimnya kursi di DPRD ini bukan hanya masalah simbolis, tetapi juga menciptakan hambatan operasional yang signifikan (Partai Bulan Bintang, 2018).

Posisi sebagai partai non-pemenang ini menjadi faktor krusial yang membingkai seluruh kegiatan dan strategi DPC PBB, terutama terkait dengan keterbatasan sumber daya. Akses terhadap pendanaan dan jaringan politik menjadi sangat terbatas, membuat mereka harus lebih kreatif dan efisien dalam menjalankan mesin partai. Kondisi ini menuntut DPC PBB untuk mengembangkan strategi yang inovatif, salah satunya adalah memanfaatkan komunikasi digital untuk menjangkau pemilih dan membangun citra partai (Partai Bulan Bintang, 2018).

Kesadaran akan keterbatasan ini memicu DPC PBB untuk memaksimalkan setiap peluang yang ada. Mereka tidak bisa lagi hanya mengandalkan metode konvensional yang membutuhkan modal besar. Oleh karena itu, strategi komunikasi digital menjadi esensial, berfungsi sebagai alat untuk memecah kebuntuan dan menciptakan ruang eksistensi di tengah dominasi politik yang ada. Ini adalah upaya PBB untuk tetap relevan dan berjuang meningkatkan profil mereka di Badung, meskipun menghadapi kendala struktural yang besar.



Pengelolaan Akun Media Sosial DPC PBB Kabupaten Badung

Berdasarkan hasil penelitian yang mendalam melalui observasi digital dan wawancara, ditemukan bahwa pengelolaan akun media sosial DPC Partai Bulan Bintang (PBB) Kabupaten Badung menghadapi tantangan signifikan yang dapat digambarkan sebagai invisibilitas digital. Ini berarti keberadaan dan aktivitas partai di platform *online* sangat minim, sehingga dampaknya tidak terasa signifikan di tengah masyarakat.

- Platform yang Digunakan dan Tingkat Aktivitas: Hasil observasi digital menemukan bahwa DPC PBB Kabupaten Badung memiliki sebuah halaman Facebook dan satu akun Instagram. Kedua akun ini dibuat pada periode menjelang Pemilu 2019, namun setelah itu menunjukkan tingkat aktivitas yang sangat rendah. Halaman Facebook terakhir kali diperbarui enam bulan yang lalu, sementara akun Instagram tidak memiliki unggahan baru dalam kurun waktu lebih dari satu tahun. Tidak ditemukan adanya akun resmi di platform lain yang populer di kalangan pemilih muda seperti TikTok atau X.
- Jenis dan Frekuensi Konten: Analisis terhadap konten yang ada menunjukkan pola yang seragam. Sebagian besar unggahan bersifat seremonial dan formal, seperti poster digital ucapan selamat hari besar keagamaan (Idul Fitri, Natal) atau hari kemerdekaan. Selain itu, konten lainnya merupakan unggahan ulang (*repost* atau *share*) dari akun resmi Dewan Pimpinan Pusat (DPP) PBB. Hampir tidak ada konten original yang secara spesifik mengangkat isu-isu lokal Kabupaten Badung atau menampilkan kegiatan DPC di tingkat akar rumput. Frekuensi unggahan sangat sporadis dan tidak konsisten, sering kali terdapat jeda berbulan-bulan antar unggahan.
- Struktur Pengelolaan dan Proses Kerja: Wawancara dengan pengurus DPC mengonfirmasi ketiadaan struktur pengelolaan media sosial yang formal. Tidak ada individu atau tim yang secara khusus ditugaskan dan diberi tanggung jawab sebagai admin. Salah seorang kader muda menjelaskan, "Akun itu dulu dibuat ramai-ramai pas mau pemilu. Sekarang kalau ada yang ingat, ya di-posting. Biasanya saya yang pegang, tapi ya sukarela saja, pakai HP pribadi. Tidak ada jadwal, tidak ada rencana." Proses kerja bersifat sepenuhnya ad-hoc. Tidak ada kalender konten, strategi pesan, atau prosedur persetujuan formal sebelum sebuah konten diunggah.
- Interaksi dengan Audiens: Tingkat interaksi pada kedua akun tersebut sangat minim. Jumlah suka pada setiap unggahan jarang melebihi dua digit, dan kolom komentar hampir selalu kosong. Dalam beberapa kasus di mana terdapat komentar atau pertanyaan dari publik, tidak ada respons atau tanggapan dari pengelola akun. Hal ini menunjukkan komunikasi yang berlangsung sepenuhnya satu arah dan pasif.

Faktor Pendukung dan Penghambat

Analisis faktor pendukung dan penghambat dalam pengelolaan akun media sosial DPC PBB Kabupaten Badung menunjukkan bahwa tantangan jauh lebih dominan daripada keuntungan. Ini bukan sekadar kelalaian, melainkan hasil dari kombinasi budaya politik tradisional dan keterbatasan sumber daya yang sistemik. Partai politik lokal kecil, seperti DPC PBB, seringkali tidak memiliki kapasitas finansial untuk membentuk tim komunikasi digital. Anggaran dan energi mereka sepenuhnya terkuras untuk operasional sehari-hari dan kampanye konvensional di lapangan. Realitas ini, yang berakar kuat di tingkat akar rumput, sering kali terabaikan dalam diskursus yang lebih besar tentang peran penting politik digital. Kesulitan ini menyoroti perlunya dukungan yang lebih terstruktur bagi partai-partai di tingkat lokal.

Hal ini menciptakan sebuah siklus yang sulit dipatahkan: karena ketiadaan sumber daya, kehadiran digital menjadi lemah. Akibat kehadiran digital yang lemah, partai gagal menarik minat anggota baru (terutama dari kalangan muda) dan donatur potensial, yang pada gilirannya membuat sumber daya tetap langka. Ini adalah sebuah jalur perlahan menuju marginalisasi politik di era di mana relevansi digital menjadi semakin krusial.

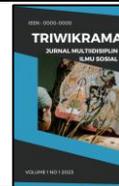
Tabel 1 Matriks Faktor Pendukung dan Penghambat Pengelolaan Media Sosial DPC PBB Kabupaten Badung

Faktor	Kategori (Internal/Eksternal)	Deskripsi (Berdasarkan Kutipan Wawancara)
FAKTOR PENDUKUNG		
Semangat Kader Muda	Internal	"Sebenarnya ada beberapa anak muda di partai yang semangat dan mau coba-coba posting, tapi ya sebisanya saja. Mereka punya ide, tapi sering terbentur banyak hal."
Akses ke Konten Pusat	Internal	"Kalau mau posting, paling gampang ya ambil saja dari akun DPP di Jakarta. Jadi tidak perlu pusing-pusing bikin konten sendiri. Itu satu-satunya yang memudahkan."
FAKTOR PENGHAMBAT		
Keterbatasan Anggaran	Internal	"Jangankan untuk bayar admin atau iklan di Facebook, untuk biaya rapat dan cetak spanduk saja kami sering patungan. Anggaran adalah masalah nomor satu."
Kurangnya Keahlian Digital	Internal	"Terus terang, kami ini kebanyakan generasi tua. Tidak begitu paham cara buat konten yang menarik seperti partai lain. Kami tidak punya pelatihan khusus soal itu."
Prioritas pada Politik Konvensional	Internal	"Bagi kami di daerah, yang paling penting itu turun langsung ke banjar, ke desa, ketemu warga. Itu lebih terasa dampaknya daripada sekadar posting di internet."
Tidak Ada SDM Khusus	Internal	"Tidak ada yang ditugaskan khusus. Semua sibuk dengan pekerjaan masing-masing. Medsos itu kerjaan sambilan, kalau sempat saja."
Dominasi Partai Besar	Eksternal	"Ruang media sosial di Badung ini sudah dikuasai penuh oleh partai-partai besar. Suara kami kecil sekali, ibaratnya tenggelam di tengah keramaian mereka."
Rendahnya Minat Publik	Eksternal	"Mungkin karena kami partai kecil, jadi masyarakat juga kurang tertarik mengikuti. Kalau kami posting, yang lihat dan <i>like</i> ya paling teman-teman pengurus sendiri."

PEMBAHASAN

Analisis Strategi Komunikasi: Antara Ketiadaan dan Keterpaksaan

Mengacu pada temuan yang disajikan di atas dan membandingkannya dengan kerangka teoritis, dapat disimpulkan bahwa DPC PBB Kabupaten Badung pada dasarnya tidak memiliki strategi komunikasi digital yang koheren. Praktik yang mereka jalankan lebih tepat dideskripsikan



sebagai serangkaian tindakan sporadis yang didasari oleh keterpaksaan momentum (misalnya, saat pemilu) dan kebiasaan seremonial (mengucapkan selamat hari raya), bukan oleh sebuah perencanaan strategis yang matang.

Kondisi ini menunjukkan kesenjangan antara realitas di tingkat lokal dengan praktik ideal komunikasi politik digital yang dibahas dalam literatur. Jika partai-partai modern menggunakan media sosial untuk kampanye terstruktur, membangun *personal branding* kader secara cermat, dan menjalin interaksi dua arah yang dinamis dengan publik, maka DPC PBB Badung justru menunjukkan hal sebaliknya. Komunikasi mereka bersifat pasif, satu arah, tidak personal, dan tidak terencana. Kegagalan DPC PBB Badung untuk mengadopsi bahkan prinsip-prinsip paling dasar dari komunikasi digital adalah cerminan dari tantangan struktural yang mereka hadapi, yaitu kombinasi dari kelangkaan sumber daya dan pola pikir politik yang belum sepenuhnya beradaptasi dengan tuntutan era digital.

Menavigasi Lanskap Digital Lokal: Implikasi dari Invisibilitas Digital

Fenomena invisibilitas digital yang dialami oleh DPC PBB Kabupaten Badung memiliki implikasi yang serius dan berlapis. Dengan menjadi hantu digital, mereka secara efektif telah menyerahkan seluruh ruang diskursus publik online kepada para pesaing politik mereka. Di era dimana opini publik semakin banyak dibentuk melalui interaksi di media sosial, ketidakhadiran ini sama artinya dengan kehilangan suara dalam percakapan politik yang lebih luas.

Konsekuensi paling nyata adalah kegagalan total untuk menjangkau segmen pemilih muda, yaitu generasi Milenial dan Gen Z. Berbagai studi telah menegaskan bahwa kelompok demografis ini merupakan pengguna media sosial yang paling intensif dan sering kali menjadikan platform digital sebagai sumber utama informasi politik mereka (Narendra, 2013). Dengan tidak hadir di platform tempat mereka menghabiskan waktu, DPC PBB Badung tidak hanya kehilangan potensi suara dalam pemilu, tetapi yang lebih fundamental, mereka kehilangan kesempatan untuk melakukan kaderisasi dan regenerasi partai. Tanpa adanya darah baru dari generasi muda, keberlangsungan partai dalam jangka panjang menjadi sangat terancam.

Selain itu, ketiadaan kehadiran digital yang aktif membuat mereka sangat rentan. Mereka tidak memiliki kanal untuk menyebarkan gagasan, program, atau visi mereka kepada publik. Lebih dari itu, mereka juga tidak memiliki platform untuk melakukan klarifikasi atau membangun narasi tandingan (*counter-narrative*) jika mereka menjadi sasaran berita negatif atau disinformasi dari pihak lain. Dalam senyapnya kehadiran digital mereka, narasi tentang siapa mereka sepenuhnya dikendalikan oleh pihak eksternal.

Pentingnya Media Sosial sebagai Komunikasi Politik Tidak Langsung

Pentingnya media sosial dalam komunikasi politik secara tidak langsung di era kontemporer tidak bisa diremehkan. Berdasarkan studi kasus DPC PBB Kabupaten Badung, terlihat jelas bahwa media sosial telah berevolusi dari sekadar alat tambahan menjadi infrastruktur fundamental bagi komunikasi politik modern. Platform digital ini memungkinkan penyampaian pesan yang cepat, luas, dan personal, melampaui batasan geografis dan waktu. Dengan kemampuan untuk menjangkau *audiens* secara langsung, media sosial berperan sebagai tulang punggung strategi komunikasi, membentuk opini publik, dan memobilisasi dukungan. Ini menegaskan posisi media sosial sebagai elemen inti yang krusial dalam lanskap politik saat ini.

Kehadiran sebuah partai politik di media sosial, bahkan jika tidak dikelola dengan sangat agresif, berfungsi sebagai bentuk komunikasi politik tidak langsung yang vital. Sebuah akun Facebook atau Instagram yang aktif, meskipun hanya dengan unggahan sederhana, mengirimkan sinyal kepada publik bahwa partai tersebut ada, aktif, relevan, dan terbuka untuk dihubungi. Sebaliknya, ketiadaan total atau akun yang terbengkalai dan tidak terurus mengirimkan sinyal yang berlawanan: partai tersebut tidak ada, tidak aktif, tertinggal zaman, dan tertutup.

Bagi sebagian besar masyarakat yang tidak terlibat secara langsung dalam aktivitas politik sehari-hari, media sosial sering kali menjadi satu-satunya titik kontak atau sumber informasi untuk mengetahui tentang partai politik di tingkat lokal. Media sosial adalah etalase atau wajah depan partai di dunia maya. Ketika calon anggota, simpatisan, atau bahkan jurnalis mencari informasi awal tentang DPC PBB Badung, yang mereka temukan adalah sebuah etalase yang kosong, berdebu, dan tidak terawat. Kesan pertama yang negatif ini sangat sulit untuk diubah dan secara signifikan merusak persepsi publik terhadap partai tersebut bahkan sebelum interaksi yang lebih mendalam terjadi. Dengan demikian, mengabaikan media sosial di tingkat lokal bukan lagi sebuah pilihan strategis, melainkan sebuah kelalaian fatal yang dapat berujung pada marginalisasi dan irrelevansi politik.

4. SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan secara mendalam, dapat ditarik tiga kesimpulan utama yang menjawab rumusan masalah penelitian:

1. Pengelolaan media sosial DPC PBB Kabupaten Badung berada dalam kondisi invisibilitas digital. Praktik yang ada bersifat ad-hoc, tidak terstruktur, tidak konsisten, dan reaktif. Konten yang disajikan tidak original, tidak relevan dengan konteks lokal, dan gagal menciptakan interaksi yang bermakna dengan publik. Akibatnya, kehadiran mereka di ruang digital nyaris tidak terasa dan tidak memberikan dampak komunikasi politik yang signifikan.
2. Faktor penghambat secara signifikan lebih dominan daripada faktor pendukung dalam pengelolaan media sosial DPC PBB Kabupaten Badung. Faktor-faktor penghambat utama yang bersifat struktural adalah (a) kelangkaan sumber daya finansial dan sumber daya manusia yang akut, (b) rendahnya tingkat literasi dan keterampilan teknis di bidang komunikasi digital di kalangan pengurus, dan (c) budaya politik organisasi yang masih memprioritaskan metode konvensional (interaksi tatap muka) dan belum melihat urgensi strategis dari kehadiran di dunia maya.
3. Media sosial memiliki peran yang sangat penting sebagai bentuk komunikasi politik tidak langsung, dan pengabaianannya berakibat fatal bagi partai di tingkat lokal. Kasus DPC PBB Badung menunjukkan bahwa ketiadaan kehadiran yang aktif di media sosial secara efektif membuat partai menjadi tidak relevan, terutama bagi segmen pemilih muda yang krusial. Ini bukan hanya soal kehilangan alat kampanye, tetapi juga kehilangan wajah partai di ruang publik modern, yang menghambat kemampuan partai untuk membentuk citra, menyebarkan gagasan, melakukan kaderisasi, dan pada akhirnya, bertahan dalam persaingan politik.

Saran

- a. Dewan Pimpinan Cabang (DPC) Partai Bulan Bintang Kabupaten Badung perlu mulai memandang komunikasi digital sebagai investasi, bukan sekadar biaya. Disarankan untuk mengalokasikan anggaran, meskipun dalam jumlah yang sangat minimal, khusus untuk aktivitas digital. Ini bisa dimulai dengan memberikan insentif kecil bagi kader muda yang bersedia dan mampu mengelola akun media sosial secara konsisten.
- b. Peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian kuantitatif untuk mengukur secara statistik korelasi antara tingkat aktivitas media sosial sebuah DPC dengan variabel lain seperti perolehan suara di tingkat TPS, peningkatan jumlah anggota, atau tingkat popularitas di kalangan pemilih muda.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Banna, H. (2020). *Pengaruh Penggunaan Sosial Media Terhadap Partisipasi Politik Online* (Bachelor's thesis, FISIP UIN Jakarta).
- Caropeboka, R. M., Miyadi, M., & Kurniasari, L. (2022). Analisis Peran Media Sosial dalam Pembentukan Pengetahuan Politik Masyarakat. *Jurnal Enigmatika Politik*, 3(2), 123-138. <https://doi.org/10.33366/jep.v3i2.5286>
- Hayat, M. A., Jayadiningrat, S., Wibisono, G., & Iyansyah, M. I. (2021). *Peran Media Sosial Dalam Komunikasi Politik*. ResearchGate. Diakses 13 Agustus 2025, dari



https://www.researchgate.net/publication/348839415_Peran_Media_Sosial_Dalam_Komunikasi_Politik

- Hayat, M. A., Jayadiningrat, S., Wibisono, G., & Iyansyah, M. I. (2021). Peran Media Sosial Dalam Komunikasi Politik. *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi: p-ISSN*, 2723, 6609.
- Masduki, D., Widianingsih, Y., & Simanihuruk, H. (2021). Pengalaman pemilih pemula di belantara informasi pilpres 2019. *Researchgate. Net*.
- Narendra, R. A. (2013). Strategi komunikasi politik pasangan Bambang-Icek dalam pemilihan umum kepala daerah Kabupaten Grobogan tahun 2011. *POLITIKA: Jurnal Ilmu Politik*, 3(1), 33-46. <https://doi.org/10.14710/politika.3.1.2012.33-46>
- Partai Bulan Bintang. (2018). *Situs Resmi Partai Bulan Bintang*. Diakses pada 13 Agustus 2025, dari <https://partaibulanbintang.or.id/>
- Pramana, A. Y., & Sued, S. (2020). Penggunaan Media Sosial Instagram dalam Membangun Citra Positif Presiden Joko Widodo pada Pilpres 2019. *Journal of Political Issues*, 1(2), 86-98. <https://doi.org/10.33366/jpi.v1i2.48>
- Tanti, D. S., & Hidayat, M. T. (2020). Ragam dan pola sebaran hoaks jelang pemilihan umum serentak tahun 2019. *Jurnal Visi Komunikasi*, 19(1), 34-50.