



Komunikasi Politik Anggota DPRD Provinsi Sul-Sel pada Pemilu 2019 (*Faktor Pendukung dan Penghambat dalam Kampanye Politik*)

Muh. Rezky Z¹, Andi Alimuddin Unde², Muliadi Mau³

^{1,2,3}Universitas Hasanuddin Makassar, Indonesia

E-mail: ikkyz0479@gmail.com, undelimuddin@yahoo.co.id, muliadiunhas@gmail.com

Article Info	Abstract
Article History Received: 2023-08-12 Revised: 2023-09-15 Published: 2023-10-03 Keywords: 2019 Election; South Sulawesi DPRD; Social Media.	This research aims to analyze the supporting and inhibiting factors in the political campaign of South Sulawesi Provincial DPRD members in the 2019 Election. Researchers use a qualitative approach. Specifically, the research used is field research. This approach is used to obtain descriptive research results. In this case, the intention is to attempt to describe the supporting and inhibiting factors of political communication and related matters. The research results show that the supporting factors are the presence of social media as an instrument for conveying messages and their position as incumbent. The inhibiting factors are voters who are very pragmatic and the negative stigma that society attaches to politicians.
Artikel Info	Abstrak
Sejarah Artikel Diterima: 2023-08-12 Direvisi: 2023-09-15 Dipublikasi: 2023-10-03 Kata kunci: Pemilu 2019; DPRD Sul-Sel; Media Sosial.	Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor pendukung dan penghambat dalam kampanye politik anggota DPRD Provinsi Sul-Sel pada PEMILU 2019. Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif. Secara spesifik, penelitian yang digunakan yaitu jenis penelitian riset lapangan. Pendekatan ini digunakan untuk mendapatkan hasil riset yang bersifat deskriptif. Dalam hal ini dimaksudkan ialah berupaya mendeskripsikan faktor pendukung dan penghambat komunikasi politik dan hal-hal yang berkaitan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor pendukung ialah hadirnya media sosial sebagai instrument penyampaian pesan dan posisinya yang berstatus petahana (<i>incumbent</i>). Adapun faktor penghambat ialah para pemilih yang sangat pragmatis dan stigma negatif yang dilekatkan Masyarakat kepada para politisi.

I. PENDAHULUAN

Menurut Nimmo (1989) memberikan uraian lain tentang komunikasi politik sebagai proses interaksi sosial dan inti politik sebagai konflik sosial. Komunikasi politik merupakan suatu proses komunikasi yang selalu berkembang dan selalu bersifat dinamis. Menurut hemat saya, salah satu alasan mengapa komunikasi politik selalu bersifat dinamis dikarenakan, pergantian kekuasaan selalu dan akan terus berlangsung. Komunikasi politik juga bisa dipandang sebagai suatu studi yang interdisipliner karena dibangun atas berbagai disiplin ilmu pengetahuan, lebih terkhusus keterkaitan ilmu komunikasi dan ilmu politik. Menurut Pye dalam Cangara (2016), antara politik dan komunikasi memiliki hubungan yang sangat erat dan istimewa karena dalam Kawasan (domain) politik dengan menempatkan komunikasi pada posisi yang sangat fundamental.

Senada dengan itu, tanpa adanya komunikasi tidak akan ada usaha bersama dan secara otomatis tidak ada kegiatan atau aktivitas politik. Menurut Dahlan (1999) komunikasi politik merupakan suatu bidang atau disiplin yang menelaah perilaku dan kegiatan komunikasi yang bersifat politik. Mempunyai akibat politik, dan

berpengaruh terhadap perilaku politik. Meadow dalam Nimmo (2004) memberikan tekanan bahwa simbol-simbol atau pesan yang disampaikan itu secara signifikan dibentuk atau memiliki konsekuensi terhadap sistem politik.

Arifin (2003) mengatakan pada dasarnya, suatu strategi dalam komunikasi politik adalah keseluruhan keputusan kondisional pada saat ini tentang tindakan yang akan dijalankan guna mencapai tujuan politik pada masa depan. Dalam konteks pemilihan umum (pemilu), strategi komunikasi politik memiliki peran yang sangat sentral. Sebab, pemilihan strategi yang benar akan berpotensi pada kemenangan seorang kandidat begitupun sebaliknya, jika pemilihan strateginya tidak tepat maka berpotensi mengalami kekalahan dalam pertarungan politik.

Sulaiman (2014) mengungkapkan bahwa urgensi komunikasi politik sangat penting terutama dalam negara demokrasi, dengan adanya persaingan kepentingan komunikator politik untuk memengaruhi, memperoleh, mempertahankan dan memperluas kekuasaan. Oleh karenanya, penentuan strategi komunikasi politik sudah seharusnya menjadi hal pokok yang mesti digali lebih mendalam dalam mencapai tujuan memenangkan kontestasi dan

pertarungan politik. Era digital ini, membuat peran internet sangat krusial dalam dunia politik, baik hal yang bersifat positif maupun yang negatif. Dalam konteks diskursus politik, bisa dipastikan akan selalu bersinggungan dengan komunikasi yang berbasis pada media online (media baru). Hal ini dilandaskan dengan beberapa argumen, pertama di Indonesia pengguna internet semakin hari kian berkembang.

Kedua, dengan menjadikan public sebagai elemen utama dalam komunikasi politik kemudian akan memposisikan internet sebagai harapan baru ditengah kecenderungan menipisnya kepercayaan masyarakat terhadap media/pers tradisional yang lebih dikontrol oleh kekuasaan. Keberadaan new media ini turut membawa pengaruh dalam sistem demokrasi dalam hal ini pemilihan umum.

Berdasarkan uraian sebelumnya, komunikasi politik tidak lagi hanya berbasis pada kampanye tradisional seperti menggunakan baliho, atau menggunakan media cetak, media elektronik tetapi proses kampanye dengan menggunakan media baru (new media) atau yang biasa disebut dengan era digital. Kehadiran media baru yang identik dengan media sosial ini, membawa nilai lebih seperti kecepatan, kemudahan, efisien serta jangkauannya yang sangat luas. Sehingga saya kemudian melihat apakah kehadiran media sosial ini sebagai pendukung serta apa yang menjadi faktor penghambat para politisi. Memang jelas ini baru sebagai suatu asumsi tetapi bukan juga asumsi liar, oleh karena itu perlu pendalaman lagi tentang urgensi komunikasi politik di era digitalisasi ini. Kehadiran media baru dalam era digital ini, turut mempermudah para politisi untuk melakukan kampanye. Hal ini juga bisa dimanfaatkan oleh para anggota DPRD Provinsi Sul-sel pada pemilu 2019. Selain hemat dan mudah, penggunaan media sosial (media baru) dalam kampanye juga memungkinkan bisa menjangkau seluruh sasaran dari kampanye.

Melalui latar belakang ini, hemat saya cenderung mengatakan bahwa para anggota DPRD provinsi Sul-sel (terpilih) memanfaatkan perkembangan era teknologi. Oleh karenanya, dari uraian diatas saya ingin mengetahui lebih lanjut sejauh mana kontribusi media sosial ini mampu mendorong dan berkontribusi bagi para anggota DPRD provinsi Sul-sel periode 2019-2024.

II. METODE PENELITIAN

Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif. Secara spesifik, penelitian yang digunakan yaitu

jenis penelitian riset lapangan. Pendekatan ini digunakan untuk mendapatkan hasil riset yang bersifat deskriptif. Dalam hal ini dimaksudkan ialah berupaya mendeskripsikan faktor pendukung dan penghambat komunikasi politik dan hal-hal yang berkaitan.

Data dalam penelitian ini, bersumber dari dua jenis yaitu:

1. Data Primer

Data primer merupakan data pokok dan utama yang didapatkan untuk penelitian. Dalam hal ini, data yang primernya ialah hasil wawancara dengan anggota DPRD provinsi Sul-Sel 2019-2024.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang datang pendukung dalam penelitian ini dalam hal ini bisa bersumber dari dokumentasi KPU, Buku, jurnal, tesis, disertasi dan literatur yang berkaitan.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Faktor Pendukung dalam Kampanye Politik

Faktor pendukung politik merupakan elemen-elemen yang mendukung, menunjang, mempengaruhi keberhasilan dan popularitas seseorang, partai politik, atau kebijakan politik. Faktor-faktor ini dapat memiliki peran kunci dalam membentuk opini publik, mempengaruhi pemilihan umum, dan menciptakan dukungan bagi para pemimpin politik. Adapun dalam penjelasan Syaharuddin Alrif, ia menjelaskan bahwa yang menjadi faktor pendukung ialah:

"Paling tidak ada dua hal penting yang menjadi faktor pendukung bagi saya. Pertama, kinerja saya harus memberikan kontribusi bagi masyarakat. Kedua, kepercayaan yang diberikan oleh masyarakat saya tetap pertahankan dan jaga dengan baik karena ini adalah hal yang sangat penting. Sebab kehilangan kepercayaan akan berpotensi juga kehilangan pemilih (konstituen). Kemudian adanya media sosial juga sangat membantu serta status saya juga sebagai petahan".

Sejalan dengan itu, dalam hasil wawancara dengan Ni'amtullah dia menjelaskan bahwa paling tidak ada dua hal yang menjadi faktor pendukungnya yaitu kapasitas diri dan relasi (jaringan yang

dimiliki), Sebagaimana yang ia katakan:

"Menurut subjektif saya paling tidak ada yang menjadi faktor pendukung sehingga saya bisa terpilih menjadi anggota DPRD Sul-sel yang ketiga kalinya yaitu kapasitas diri dan jaringan yang saya miliki atau kalo bahasa saya banyak temannya. Jadi selain saya baik saya juga dikenal sebagai sosok yang pintar. Sehingga mungkin saja masyarakat menilai saya memiliki kapasitas. Apalagi saya sebagai incumbent. Selain itu, media sosial juga sangat membantu dalam penyampaian pesan kepada masyarakat".

Sedangkan menurut Rahman Pina, ada beberapa hal yang menjadi pendukung sehingga dia bisa meraih satu kursi di DPRD provinsi Sul-sel. Rahman Pina menyampaikan:

"Pemilu 2019 lalu merupakan kali pertama bagi saya untuk berkontestasi di DPRD provinsi Sul-sel. Adapun faktor yang saya anggap menjadi pendukung ialah daerah pemilih yang relatif sama dan menjaga kepercayaan dari masyarakat. Selain itu saya juga aktif memanfaatkan media sosial dan mempermudah saya".

Senada dengan itu, Rusdin Tabi juga menjelaskan faktor pendukung pertama ialah berstatus sebagai *incumbent*. Rusdin Tabi sejatinya adalah petahana anggota DPRD provinsi sul-sel, pada tahun 2014 ia sudah menjadi anggota DPRD provinsi periode 2014-2019. Statusnya yang menjadi petahana merupakan faktor yang sangat mendukung untuk kembali meraih satu kursi di dapil IX dari fraksi GOLKAR. Sebagaimana yang dia utarakan saat diwawancarai:

"Alhamdulillah saya bisa menjadi anggota DPRD provinsi sul-sel yang kedua kalinya. Status saya sebagai incumbent sangat mendukung atas Kembali terpilihnya saya pada 2019 lalu. Menjadi incumbent bagaikan pisau bermata dua, sebab jika periode sebelumnya kinerja kita baik maka kemungkinan besar kita akan gagal. Namun sebaliknya, jika kinerja kita baik sebelumnya maka potensi menang sangat besar karena masyarakat sudah bisa menilai kinerja kita. Apalagi saya mencalonkan didapil yang sama".

Kedua ialah etika politik yang baik. Menurutnya, etika politik itu sangat penting dan harus dijunjung tinggi oleh seorang politisi. Sebab jika relasi atau hubungan kita baik kepada sesama politisi maka kontestasi politik akan berjalan dengan sehat dan akan terhindar dari konflik sesama politisi yang hanya merugikan kita. Tak hanya itu, Rusdin Tabi turut memberikan uraian bahwa adanya media sosial menjadi faktor pendukung tersendiri baginya. Dikatakannya, bahwa dengan adanya media sosial memudahkan dia dalam berkampanye dan juga biayanya sangat terjangkau.

2. faktor penghambat dalam Kampanye Politik

Secara sederhana, faktor penghambat dalam politik dipahami merujuk pada segala hal yang dapat menghambat atau menghalangi proses politik, pelaksanaan kebijakan, pencapaian tujuan politik, atau perubahan yang diinginkan dalam sistem politik suatu negara atau wilayah. Berkaitan dengan itu, dalam proses kampanye politiknya Syaharuddin Alrif mengatakan bahwa salah satu yang menjadi penghambatnya ialah stigma yang buruk dan negatif yang dilekatkan kepada para politisi.

"Ya, Namanya dalam dunia politik sebaik apapun kita, pasti ada saja yang tidak menyukai dan membenci kita. Misalnya, dalam membantu masyarakat, membangun masjid Ketika bertemu dengan orang yang membenci kita pasti kita disebut hanya sekedar pencitraan. Padahal kita sudah membantu baik dari pertanian hingga Pendidikan. Namun itu semua kita jadikan sebagai pendoroang dan motivasi untuk lebih baik lagi".

Disisi lain, Ni'matullah menjelaskan ada dua Faktor Penghambat Pertama masyarakat yang pragmatisme. Dalam hal ini yang dimaksudkan ialah ada sekelompok masyarakat yang ketika politisi mengunjungi atau berkampanye disuatu daerah, masyarakat selalu berharap apa yang dibawa baik sembako maupun uang. Kedua politisi yang cenderung instan. Dikatakannya memang tidak semua politisi begini tapi pada umumnya dilapangan banyak sekali ditemui praktik sejumlah politisi dalam hal ini tak

terkecuali calon anggota DPRD provinsi Sul-sel yang hanya menawarkan sesuatu yang sesaat saja. Dengan kata lain, banyak praktek pembagian sembako, uang, dan sebagainya.

Berkaitan dengan itu, Rahman Pina menuturkan setiap anggota DPRD Sul-sel tentu memiliki faktor penghambat, seperti halnya yang dialami oleh Rahman Pina. Seperti yang dikatakan:

"Setiap politisi tentu memiliki kendala-kendala dan faktor yang dapat menghambat proses dia saat mau mencalonkan termasuk saya juga. Bagi saya saat pemilu 2019 yang menjadi faktor penghambat karena saya orang baru di DPRD sul-sel. Selain itu, yang menjadi faktor penghambat lainnya yaitu banyak pemilih yang bersifat pragmatisme".

Sedangkan menurut Rusin Tabi, faktor yang menjadi penghambat Pertama, masyarakat yang berfikir pragmatis umumnya sudah sering ditemui bahwa saat ada politisi melakukan kampanye yang ditanyakan dan ditagih ialah berapa uang yang dibawa atau sembako apa yang dibawa. Dalam hal ini bisa dilihat bahwa salah satu permasalahan yang dialami oleh kebanyakan masyarakat ialah persoalan ekonomi (kemiskinan). Kedua stigma negatif dari masyarakat. Banyak fenomena yang melatarbelakangi sehingga munculnya stigma negatif tersebut. Sebut saja misalnya, saat kampanye politisi mengumbar janji namun saat terpilih mereka lupa akan janji tersebut. Selain itu, penyebabnya juga ialah banyak politisi yang dalam menyelenggarakan tugasnya tidak maksimal.

B. Pembahasan

1. Faktor Pendukung dalam Kampanye Politik

a) Kekuatan sebagai Pertahanan (*incumbent*)

Berdasarkan hasil wawancara, dimana dari tiga dari empat narasumber yang peneliti temui mereka bersepakat bahwa posisi mereka sebagai petahana (*incumbent*) merupakan sesuatu yang sangat menunjang hingga mereka Kembali terpilih pada PEMILU 2019. Hal ini memang bisa diterima secara logis, sebab seorang petahan memiliki peluang

yang begitu besar karena mereka sudah memiliki basis sebelumnya. Sejalan dengan itu, kandidat petahan yang cerdas dia sudah memiliki pemetaan tersendiri terakait dengan seperti apa situasi dan kondisi di lapangan. Disisi lain, petahan sudah jelas memiliki relasi atau jaringan yang kuat dengan beberapa elemen baik itu pemerintah, media (pers), para tokoh hingga masyarakat secara umum. Dengan demikian tidak salah jika dikatakan bahwa seorang petahana sudah memiliki kekuatan (*power*) tersendiri sebelum bertaung dalam kontestasi pemilu atau pilkada.

Hal ini sejalan apa yang dikatakan Chalik (2017), jika ditinjau dari perspektif teori *powercube*, dalam pemilu, terutama pilkada di Indonesia, terdapat 3 bentuk kekuasaan yang dapat mempengaruhi kemenangan petahana. Pertama, bentuk kekuasaan yang terlihat (*visible power*). Kedua, bentuk kekuasaan yang tersembunyi (*hidden power*). Ketiga, bentuk kekuasaan yang tidak terlihat (*invisible power*).

b) Media Sosial Sebagai Instrument Penyampaian Pesan

Berdasarkan uraian diatas, bisa dipahami bahwa media sosial adalah instrument utama dalam kampanye politik, sisa kecerdasan para politisi untuk memanfaatkan dengan mengatur agenda pesan politik apa yang ditawarkan. Menyingung soal agenda politik, hal ini bisa ditelaah melalui *agenda setting*. Agenda setting adalah proses di mana beberapa masalah yang menarik perhatian dari kacamata politik. Agenda setting telah dipelajari dalam beberapa literatur di beberapa sub-bidang ilmu komunikasi dan politik, yang tidak selalu terintegrasi dengan kuat (Wolfe: 2013).

Umumnya agenda setting memang identik dibangun dalam media mainstream seperti televisi, radio, dan media massa lainnya. Namun, rasanya dalam nuansa media sosial agenda setting ini sudah bisa diterapkan. Sehingga tidak salah jika peneliti berpendapat bahwa media sosial merupakan elemen penting pada proses ini. Dengan kata lain agenda setting

dapat diadaptasi dan dimodifikasi dengan menggunakan media sosial karena memiliki pengaruh terhadap agenda publik. Sehingga para politisi harus mengikuti perkembangan di media sosial dan memahami isu-isu terkini yang menjadi perhatian besar masyarakat (publik).

2. Faktor Penghambat dalam Kampanye Politik

a) Pemilih yang Pragmatis dan Bahaya Money Politik

Salah satu ancaman terbesar suatu bangsa dan negara ialah saat terjadinya transaksi politik antara masyarakat dengan politisi. Ya, mungkin kalimat itu tidak berlebihan. Namun patut diajukan suatu tanda tanya mengapa terjadi transaksi politik?. Sebelumnya perlu ditelaah dulu, politik transaksional berarti politik dagang, ada yang menjual dan ada yang membeli. Tentu semuanya membutuhkan alat pembayaran yang ditentukan bersama. Jika dalam jual-beli, maka alat pembayarannya biasanya berupa uang tunai. Pada praktik politik, jika terjadi politik transaksional, ada yang memberi uang dan ada yang menerima uang dalam transaksi politik tersebut (Pahlevi: 2015).

Senada dengan definisi tersebut, peneliti ingin mengatakan jika ada politisi yang memberikan uang kepada masyarakat dengan harapan agar dipilih maka itu bagian dari transaksi politik dalam hal ini bagian dari money politik. Berdasarkan hasil wawancara dengan para narasumber, peneliti menemukan bahwa ada ironi terjadi dalam masyarakat. Dimana sangat sering saat berkampanye atau sosialisasi hal yang pertama kali ditanyakan kepada para politisi berapa uang yang akan diberikan dan sembako apa yang mereka bawa.

Fenomena ini mengindikasikan bahwa masyarakat sudah sangat pragmatis. Idealnya, jika ada para politisi yang menyambangi Masyarakat harusnya yang ditanyakan adalah ide dan gagasan apa yang akan mereka tawarkan. Lantas bagaimana respon politisi, apakah mereka turut serta menjadi politisi yang pragmatis dengan menggunakan sistem money politik?.

Berdasarkan dari hasil wawancara, memang para narasumber tidak ada yang secara terang-terangan mengatakan bahwa mereka menggunakan money politik. Tentu peneliti memahami bahwa dalam politik tidak semua yang dialami itu harus diucapkan. Tetapi, akal sehat peneliti seakan-akan memberikan indikasi bahwa kampanye politik yang dilakukan sarat akan money politik. Jika memang hal demikian, bahwa para politisi mengikuti arus seperti yang diinginkan masyarakat, maka sudah bisa dikatakan bahwa negara sudah tidak baik-baik saja dan ini ancaman serius bagi demokrasi.

Secara logis, apabila politisi mengeluarkan uang yang banyak saat kampanye dalam hal ini money politik, sangat tidak mustahil jika mereka menduduki jabatan akan berupaya dengan semaksimal mungkin untuk mengembalikan uang yang telah mereka keluarkan sekaligus ini akan membuka jalan dan berpotensi terjadinya 'korupsi'. Patut diajukan suatu tanda tanya apa yang menyebabkan Masyarakat menjadi pragmatis? Secara sederhana peneliti ingin mengatakan bahwa menjadi faktor penyebab utamanya ialah kemiskinan dan ketidakadilan. Hal ini sejalan dengan penelitian Amal (2022) yang mengatakan bahwa ekonomi dan kemiskinan menjadi faktor penyebab praktek politik uang masif terjadi.

Jika membahas realitas sosial dan keyataanya kemiskinan dijadikan alat para lite dalam melakukan vote buying atau pembelian suara. Masyarakat dengan ekonomi yang rendah dijadikan obyek eksploitasi didalam kepentingan politik para elite dan partai politik. Tetapi apapun itu, sangat disayangkan apabila ada sebagian atau sekelompok politisi yang melakukan praktik-praktik demikian. Sekalipun kemiskinan merupakan persoalan yang laten, namun secara etis dan hukum tidak dibenarkan dan diperbolehkan jika ada politisi yang memanfaatkan dan juga mengeksploitas kemiskinan (kesenjangan ekonomi) masyarakat demi mendapatkan kekuasaan melalui apa yang disebut money politik. Jadi bisa dilihat bahwa money

politik terjadi secara terstruktur dan kompleks.

Hal ini sejalan yang dikatakan Matthew Carlson dalam Al- Rasyid (2016) terkait teori money politik menyatakan bahwa politik uang terjadi bukan karena satu penyebab, akan tetapi akumulasi dari persoalan sosial yang kompleks. Masalah ekonomi menjadi faktor utama, diikuti oleh ketatnya persaingan antar kandidat, faktor kebijakan yang tidak memihak rakyat, komunikasi yang rendah antar kandidat dengan pemilih serta lemahnya faktor pengawasan.

b) Stigma Negatif dari Masyarakat dan Anti Politik

Anti politik atau tidak minat dengan politik?. Ya, itulah salah satu perkataan yang sangat sering saya dengar dari kawan-kawan ataupun masyarakat pada umumnya. Hal ini senada dengan apa yang diuraikan oleh para narasumber yang mengatakan bahwa salah satu persoalan yang mereka hadapi ialah stigma negatif dari masyarakat jika mereka dating berkampanye di daerah tertentu. Betapa ironinya fenomena yang terjadi ini. Padahal seperti diketahui, seluruh elemen dan sektor kehidupan kita semua adalah bagian dari kesatuan produk dari politik. Baik dari ekonomi, Kesehatan, Pendidikan, budaya, hukum, sosial bahkan kadang-kadang dalam persoalan agama tidak bisa juga lepas dari produk politik. Lantas apa yang menjadi sebab terjadinya stigma negatif dari masyarakat terkait dengan dunia politik?

Patut diduga, ada dua hal yang menurut peneliti menjadi biang keroknya. Pertama soal kurangnya Pendidikan dan kesadaran politik. Kesadaran politik warga masyarakat menjadi faktor kunci dalam partisipasi politik masyarakat, tanpa kesadaran berpolitik tentu tidak terwujud partisipasi politik yang aktif sehingga terwujud kehidupan demokrasi yang baik di daerah pada khususnya dan Indonesia pada umumnya. Seandainya para politisi masih mendatangi masyarakat untuk sosialisai soal meleak politik, bukan hanya saat kampanye saja, maka dengan sendirinya akan memiliki

kesadaran akan pentingnya pemahaman dan Pendidikan politik. Kedua, maraknya praktik negatif dari politisi itu sendiri. Tidak bisa disangkal bahwa sebagian politisi turut memberikan kontribusi yang signifikan dalam menamakan stigma negatif masyarakat terkait dengan politik.

Dengan melalui apa?, ya sebut saja melalui praktik korupsi yang marak terjadi hingga membuat IPK Indonesia merosot. Menurut Annur (2023) berdasae pada laporan Transparency Internasional terbaru menunjukkan, indeks persepsi korupsi (IPK) Indonesia tercatat sebesar 34 poin dari skala 0-100 pada 2022. Angka ini menurun 4 poin dari tahun sebelumnya. Penurunan IPK ini turut menjatuhkan urutan IPK Indonesia secara global. Tercatat, IPK Indonesia pada 2022 menempati peringkat ke-110. Pada tahun sebelumnya, IPK Indonesia berada di peringkat.

Selain karena praktek politisi yang sering melakukan kasus-kasus korupsi, salah satu hal yang menjadi fenomena sehingga masyarakat memiliki stigma negatif terhadap politik ialah para politisi yang sering umbar janji tapi minim pembuktiaan. Memang, melaksanakan janji kampanye-kampanye bukan sesuatu yang mudah sebab ada banyak prosedur yang harus dilewati. Tetapi yang harus pula diingat oleh para politis bahwa masyarakat tidak mau tau itu, yang mereka inginkan ialah pembuktian terhadap janjinya. Sehingga jika tidak ada pembuktiaan lahirlah stigma negatif tersebut. Sederhananya bisa diapahami bahwa banyak drama dan sandiwara dari para politisi bisa menjadi penyebab masyarakat secara umum tidak meleak politik. Hal nini sejalan apa yang dikatakan Goffman dalam Sastra (2022) bahwa perspektif teori dramaturgi, politik demokrasi tak ubahnya juga ibarat panggung sandiwara, dimana masyarakat menonton banyak sekali macam sikap para pemimpin dan politisi. Banyak tugas antagonis yang dimainkan ibarat tugas penipu, pembohong, berpura-pura, bermewah-mewah, pencitraan, pema-rah, berkhianat, hingga perkelahian di meja persidangan.

IV. SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan dari hasil dan pembahasan penelitian tentang strategi komunikasi politik anggota DPRD Provinsi Sulsel melalui media sosial pada Pemilu 2019 yang telah dipaparkan diatas, maka dapat dirumuskan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Terkait dengan faktor pendukung dapat disimpulkan pertama bahwa Kekuatan Sebagai Petahana (*incumbent*) dan kedua Media Sosial Sebagai Instrument Penyampaian Pesan.
2. Faktor penghambat yang dialami para politisi pertama dijumpai pemilih yang pragmatis dan bahaya money politik dan kedua adanya stigma negatif dari masyarakat dan anti politik

B. Saran

Pada dasarnya tidak ada penelitian yang sempurna dan tak luput dari kesalahan da kekurangan, demikian pula dalam penelitian ini. Selain itu, penelitian ini juga perlu memahami dan diteropong dengan kajian teori yang lebih tajam lagi. Sehingga penelitian perlu dan masih butuh saran dalam rangka memenuhi prosedur sebagai suatu karya akademik.

DAFTAR RUJUKAN

- Ahmad Sastra. 2022. Teori Dramaturgi. <https://www.kompasiana.com/ahmad00277/62660784bb44861e9f356b5f/dramaturgi-politik>.
- Al-Rasyid, Harun. 2016. Fikih Korupsi: Analisis Politik Uang Di Indonesia Dalam Perspektif Maqashid al-Syariah,. 55.
- Amal, Ikrimatul. 2022. Fenomena Dan Faktor Penyebab Masifnya Praktik Politik Uang Pada Pemilu di Provinsi Banten. ADANI: Jurnal Politik dan Sosial Kemasyarakatan Vol 14 No 3 (2022).
- Anwar, Arifin. 2003. Komunikasi Politik Paradigma-Teori-Apalikasi-Strategis & Komunikasi Politik Indonesia. Jakarta. Balai Pustaka.
- Cangara, Hafied. 2016. *Komunikasi Politik Konsep, Teori dan Strategi*. Jakarta. Cet. V. PT Raja Grafindo Persada.
- Cangara, Hafied. 2019. Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Chalik, Abdul. 2017. *Pertarungan Elite Dalam Politik Lokal*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Dahlan, Alwi. 1999. *Dasar-dasar Komunikasi Politik*. Bandung.
- Heller, A dan Punsher, S. (1995). *Biopolitical Ideologies an Their Impact on the New Social Movements. A New Handbook of Political Societies*. Blackwell Oxford.
- Johnson, Doyle Paul "Teori Sosiologi Klasik dan Modern", (Jakarta: Gramedia Pustaka,1994), 183.
- Kholison, A. Munazahatul, dkk. 2019. Peran Media Sosial Dalam Demokrasi Masa Kini. *Ilmu Administrasi Negara*. 39:1-16.
- Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial; Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Navyani, Ainul Husna. 2012. Apa yang dimaksud teori new media?. <https://www.dictio.id/t/apa-yang-dimaksud-dengan-teori-new-media/161367>
- Nimmo. 1989. *Komunikasi Politik (komunikator, pesan, dan media)*. Terjemahan: Tjun Surjamana. Bandung: Remadja Rosdakarya.
- Pahlevi, Muamar Riza. (2015). <http://metroballi.com>.
- Wolfe, M., B. D. Jones, and F. R. Baumgartner (2013). A failure to communicate: Agenda setting in media and policy studies. *Political Communication* 30 (2), 175-192