

**STRATEGI PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL
KOMISI PEMILIHAN UMUM DALAM MENINGKATKAN
KEPERCAYAAN MASYARAKAT KABUPATEN OGAN KOMERING
ILIR TERHADAP PEMILIHAN UMUM TAHUN 2024**

(Tesis)

Oleh

**HENDRA BUDI SETIAWAN
NPM 2226021022**



**PROGRAM PASCASARJANA MAGISTER ILMU PEMERINTAHAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2024**

**STRATEGI PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL
KOMISI PEMILIHAN UMUM DALAM MENINGKATKAN
KEPERCAYAAN MASYARAKAT KABUPATEN OGAN KOMERING
ILIR TERHADAP PEMILIHAN UMUM TAHUN 2024**

Oleh

HENDRA BUDI SETIAWAN

Tesis

**Sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar
MAGISTER ILMU PEMERINTAHAN**

Pada

**Program Pascasarjana Magister Ilmu Pemerintahan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**



**PROGRAM PASCASARJANA MAGISTER ILMU PEMERINTAHAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2024**

ABSTRAK

STRATEGI PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL KOMISI PEMILIHAN UMUM DALAM MENINGKATKAN KEPERCAYAAN MASYARAKAT KABUPATEN OGAN KOMERING ILIR TERHADAP PEMILIHAN UMUM TAHUN 2024

Oleh

HENDRA BUDI SETIAWAN

Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kabupaten Ogan Komering Ilir (OKI) memanfaatkan media sosial sebagai strategi dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap Pemilu Tahun 2024. Tujuan penelitian ini adalah mendeskripsikan strategi, menganalisis strategi yang digunakan dan menganalisis tantangan yang dihadapi oleh KPU Kabupaten OKI dalam mengimplementasikan strategi tersebut. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini yaitu melalui wawancara, kuesioner terbuka, *Social Media Analytics* (SMA), Observasi, dan dokumentasi. Selain itu, SMA juga digunakan sebagai teknik analisis data dan diintegrasikan dengan indikator media sebagai berikut: 1) Atraktivitas media, 2) Kejelasan media, 3) Kelengkapan informasi media, 4) Kemudahan akses media, dan 5) Menyajikan informasi yang baru saja terjadi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi media sosial KPU Kabupaten OKI berfokus pada konten yang berkualitas dan menarik, mempublikasikan konten setiap hari, kolaborasi dengan badan *ad hoc* dalam penyebaran konten dan evaluasi rutin terhadap pelaksanaannya. KPU Kabupaten OKI telah sukses meningkatkan partisipasi pemilih pada Pemilu 2024 dan berdasarkan data yang diperoleh dari wawancara dan kuesioner terbuka terhadap masyarakat setempat dapat dilihat bahwa strategi yang dilakukan oleh KPU telah berhasil meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap penyelenggaraan pemilu. Hasil penelitian juga menunjukkan sejumlah tantangan yang dihadapi seperti kendala akses internet di beberapa wilayah, terbatasnya anggaran media sosial, terbatasnya sumber daya manusia dalam manajemen media sosial, minimnya respon masyarakat terhadap informasi pemilu dan padatnya jadwal Pemilu Tahun 2024.

Kata kunci: strategi KPU, media sosial, kepercayaan masyarakat, pemilu

ABSTRACT

SOCIAL MEDIA UTILIZATION STRATEGY BY THE GENERAL ELECTION COMMISSION TO INCREASE PUBLIC TRUST IN THE 2024 ELECTION IN OGAN KOMERING ILIR REGENCY

By

HENDRA BUDI SETIAWAN

The Ogan Komering Ilir (OKI) Regency General Election Commission (KPU) has leveraged social media as a strategy to enhance public trust in the 2024 General Election. This research aims to describe the strategy, analyze the implemented strategies, and examine the challenges faced by the OKI Regency KPU in executing this strategy. A qualitative method with a descriptive approach was employed for this study. Data collection techniques involved interviews, open-ended questionnaires, Social Media Analytics (SMA), observation, and documentation. Additionally, SMA was utilized as a data analysis technique, integrated with media indicators such as: 1) media attractiveness, 2) media clarity, 3) completeness of media information, 4) ease of media access, and 5) presentation of up-to-date information. The findings indicate that the OKI Regency KPU's social media strategy centered on producing high-quality and engaging content, publishing content daily, collaborating with ad hoc bodies in content dissemination, and conducting regular evaluations. The OKI Regency KPU has successfully increased voter turnout in the 2024 General Election. Based on data from interviews and open-ended questionnaires with local residents, it is evident that the KPU's strategy has effectively boosted public confidence in the election process. The research also revealed several challenges encountered, including limited internet access in certain areas, constrained social media budgets, a shortage of human resources for social media management, minimal public response to election information, and the demanding schedule of the 2024 General Election.

Keywords: strategy's KPU, social media, public trust, election

Judul Tesis : STRATEGI PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL
KOMISI PEMILIHAN UMUM DALAM
MENINGKATKAN KEPERCAYAAN
MASYARAKAT KABUPATEN OGAN
KOMERING ILIR TERHADAP PEMILIHAN
UMUM TAHUN 2024

Nama Mahasiswa : **Hendra Budi Setiawan**

NPM : 2226021022

Program Studi : Magister Ilmu Pemerintahan

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

MENYETUJUI

1. Komisi Pembimbing



Drs. Hertanto, M.Si., Ph.D.
NIP 19601011986031006



Arizka Warganegara, S.I.P., M.A., Ph.D.
NIP 198106202006041003

2. Ketua Program Studi Magister Ilmu Pemerintahan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Lampung



Dr. Feni Rosalia, M.Si.
NIP 196902191994032001

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

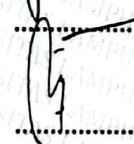
Ketua

Drs. Hertanto, M.Si., Ph.D.



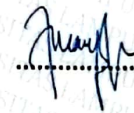
Sekretaris

Arizka Warganegara, S.I.P., M.A., Ph.D.



Penguji Utama

Dr. Tabah Maryanah, S.I.P., M.Si.



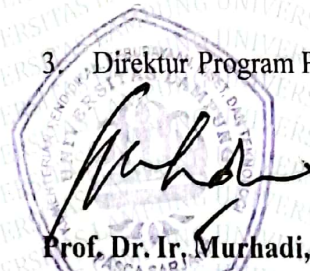
2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dra. Ida Nurhaida, M.Si.

NIP-19610807 198703 2 001

3. Direktur Program Pascasarjana Universitas Lampung



Prof. Dr. Ir. Murhadi, M.Si.

NIP-196403261989021001

Tanggal Lulus Ujian Tesis: 09 September 2024

PERNYATAAN KEASLIAN TESIS DAN HAK INTELEKTUAL

Saya menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

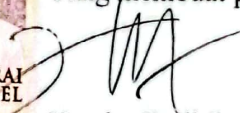
1. Tesis dengan judul “Strategi Pemanfaatan Media Sosial Komisi Pemilihan Umum Dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat Kabupaten Ogan Komering Ilir Terhadap Pemilihan Umum Tahun 2024” adalah hasil karya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan atas karya penulis lain dengan cara yang tidak sesuai dengan etika ilmiah yang berlaku dalam masyarakat akademik atau yang disebut *plagiarisme*.
2. Hal intelektual atas karya ilmiah ini diserahkan sepenuhnya kepada Universitas Lampung.

Atas pernyataan ini, apabila di kemudian hari ternyata ditemukan adanya ketidakbenaran, saya bersedia menanggung akibat dan sanksi yang diberikan kepada saya. Saya juga bersedia dan sanggup dituntut sesuai dengan hukum yang berlaku.

Bandar Lampung, 03 September 2024

Yang membuat pernyataan,




Hendra Budi Setiawan
NPM 2226021022

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Hendra Budi Setiawan, lahir di Palembang pada tanggal 28 Juni 1992. Penulis menyelesaikan pendidikan sarjana di Universitas Sriwijaya, pada Fakultas Ilmu Komputer dengan jurusan Sistem Informasi. Saat ini, penulis melanjutkan studi pascasarjana di Universitas Lampung dengan program studi Magister Ilmu Pemerintahan Konsentrasi Tata Kelola Pemilu.

Sebagai Pegawai Negeri Sipil (PNS) di Komisi Pemilihan Umum (KPU), penulis telah mengabdikan diri sejak tahun 2019. Penulis memulai karir di Sekretariat KPU Kabupaten Ogan Komering Ulu Selatan, Provinsi Sumatera Selatan, di mana penulis bertugas dari tahun 2019 hingga saat ini. Penulis menjabat sebagai Analis Sistem Informasi pada Sub Bagian Perencanaan, dan Pemutakhiran Data Pemilih KPU Kabupaten Ogan Komering Ulu Selatan.

Selama karirnya, penulis telah mengembangkan keahlian di bidang manajemen pemerintahan, pengelolaan pemilu, serta tata kelola administrasi publik. Pengalaman ini diperoleh melalui berbagai tugas dan tanggung jawab yang diemban di lingkungan KPU. Keahlian ini semakin diperkuat dengan studi lanjut di bidang Magister Ilmu Pemerintahan.

Salah satu pencapaian penting dalam karier penulis adalah mendapatkan beasiswa Tata Kelola Pemilu batch VIII. Beasiswa ini menunjukkan komitmen dan dedikasi penulis dalam mengembangkan pengetahuan dan keterampilan di bidang tata kelola pemilu, yang sangat relevan dengan tugas dan tanggung jawab di KPU.

MOTTO

“Hidup adalah perjalanan, jadi nikmati setiap prosesnya”

“Jangan membenci apa yang tidak kamu ketahui, karena sebagian besar pengetahuan terdiri dari apa yang tidak kamu ketahui.”

(Ali Bin Abi Thalib)

“Maka nikmat Tuhan kamu yang manakah yang kamu dustakan?”

(Q.S. Ar-Rahman 55 : 13)

“Hai orang-orang yang beriman, jadikanlah sabar dan sholat sebagai penolongmu, sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar.”

(Q.S. Al-Baqarah 2 : 153)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Bismillahir Rahmanir Rahim

Saya persembahkan Tesis ini kepada, **Istri dan Anak Ku Tercinta**

Istriku tercinta, **Halifah**, yang selalu menjadi pendukung semua kegiatan yang saya jalani,

Anakku terkasih, **Hanif Bakhtiar Syafiq**, yang selalu menjadi penyemangat dalam hidup ini.

Terimakasih atas kehadiran kalian dalam hidupku ini,
Senyum kalian adalah motivasi hidupku ini

“Ya Tuhan kami, berilah kami kebaikan di dunia dan kebaikan di akhirat, dan lindungilah kami dari azab neraka. Aamiin”

SERTA

Almamater Tercinta

UCAPAN TERIMAKASIH

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah, dan taufik-Nya sehingga penulisan tesis ini dapat terselesaikan dengan baik. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada junjungan kita, Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga dan para sahabatnya sehingga penulis mampu menyelesaikan naskah tesis dengan judul “STRATEGI PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL KOMISI PEMILIHAN UMUM DALAM MENINGKATKAN KEPERCAYAAN MASYARAKAT KABUPATEN OGAN KOMERING ILIR TERHADAP PEMILIHAN UMUM TAHUN 2024” sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Magister di Program Pascasarjana Magister Ilmu Pemerintahan, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung. Penulis sangat menyadari bahwa dalam kepenulisan naskah tesis sangat jauh dari kata sempurna, maka dari itu dalam prosesnya banyak mendapatkan bantuan dari berbagai pihak baik langsung maupun tidak langsung. Penulis mengharapkan penelitian ini dapat menjadi langkah awal bagi peneliti di masa mendatang untuk mengembangkan topik serupa dalam objek yang berbeda.

Pada kesempatan ini, izinkan penulis menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Ir. Lusmeilia Afriani, D.E.S., I.P.M. selaku Rektor Universitas Lampung
2. Bapak Prof. Dr. Ir. Murhadi, M.Si. selaku Direktur Program Pascasarjana Universitas Lampung
3. Ibu Dra. Ida Nurhaida, M.Si. selaku Dekan FISIP Universitas Lampung
4. Ibu Dr. Feni Rosalia, M.Si. selaku Ketua Program Studi Magister Ilmu Pemerintahan FISIP Universitas Lampung
5. Bapak Hertanto, Ph.D sebagai Pembimbing Utama yang telah banyak membantu penulis dari awal masa perkuliahan hingga akhir masa studi,

serta memberikan masukan, kritik, dan saran secara substansial yang membangun dan bermanfaat dalam penyusunan tesis.

6. Bapak Arizka Warganegara, Ph.D sebagai Pembimbing Pendamping yang telah menjadi sahabat dalam diskusi dan banyak memberikan masukan, kritik, dan saran secara kepenulisan dan substansial yang bermanfaat dalam penyusunan tesis.
7. Ibu Dr. Tabah Maryanah, S.I.P., M.Si. sebagai Penguji Utama yang telah banyak memberikan masukan, kritik dan saran sebagai wujud penyempurnaan penyusunan tesis.
8. Segenap Dosen Magister Ilmu Pemerintahan UNILA dan Staf Sekretariat yang selalu membantu berbagai hal administrasi dan lainnya selama proses menyelesaikan studi.
9. Kedua orang tua tercinta, Ibuku ku tersayang Suhartini dan ayahku tersayang, Hamdani yang telah memberikan seluruh kasih dan sayang, cinta, doa, dorongan, motivasi, dan segalanya dalam hidup penulis dan dalam proses pendidikan hingga sampai di titik ini.
10. Ibu mertua tersayang, Nur Sa'imah yang senantiasa mendoakan kelancaran dalam pembuatan Tesis ini.
11. Seluruh Kakak, adik, dan keponakanku yang selalu mendukung penulis untuk semangat dalam proses penyelesaian studi ini.
12. Seluruh informan yang telah memberikan data dan informasi terkait topik penelitian secara komprehensif. Bapak Muhammad Aknan selaku anggota KPU Kabupaten Ogan Komering Ilir (OKI), Yudi Zulvani selaku Kasubbag Teknis dan Hupmas, Indah selaku operator Media Sosial KPU Kabupaten OKI, Bapak Januar Eko Ariansyah selaku akademisi Universitas Sriwijaya.
13. Ketua KPU RI beserta Anggota, Ketua KPU Provinsi Sumatera Selatan beserta Anggota, dan Ketua KPU Kabupaten Ogan Komering Ulu (OKU) Selatan beserta Anggota, yang memberikan kesempatan kepada penulis dalam menjalani beasiswa Tata Kelola Pemilu
14. Sekretaris Jenderal KPU RI, Sekretaris KPU Provinsi Sumatera Selatan, dan Sekretaris KPU Kabupaten OKU Selatan yang sudah memberikan

peluang untuk melanjutkan program Pascasarjana melalui Program Beasiswa Tata Kelola Pemilu.

15. Rekan mahasiswa Beasiswa Tata Kelola Pemilu Batch VIII , Abang Amir, Abang Etro, dan Mbak Resti yang selalu berkenan untuk berjuang bersama dalam penyelesaian studi ini.
16. Segenap rekan di Magister Ilmu Pemerintahan angkatan 22 tanpa terkecuali, dan terkhususnya untuk Nadia, Manda, Bang Sukmi, Bang Herwin, Harido, dan Bang Amat yang berkenan berbagi pengalaman dan tawa.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa memberikan keberkahan dan keselamatan atas apa yang sudah diberikan kepada penulis. Dan semoga kita selalu dapat menyelesaikan semua rencana-rencana yang sudah ada untuk kedepannya. Amin.

Bandar Lampung, September 2024

Hendra Budi Setiawan

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR ISI	i
DAFTAR TABEL	iii
DAFTAR GAMBAR	iv
DAFTAR SINGKATAN	v
I. PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	8
1.3. Tujuan Penelitian.....	8
1.4. Manfaat Penelitian.....	9
II. TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1. Komisi Pemilihan Umum.....	10
2.2. Media Sosial Dalam Pemilu.....	11
2.3. Kepercayaan Masyarakat Terhadap Pemilu.....	11
2.4. Strategi Media Sosial KPU.....	12
2.5. Kerangka Pemikiran.....	15
III. METODE PENELITIAN.....	18
3.1. Tipe Penelitian.....	18
3.2. Lokasi Penelitian.....	19
3.3. Fokus Penelitian.....	19
3.4. Informan.....	20
3.5. Sumber Data.....	21
3.5.1. Data Primer.....	22
3.5.2. Data Sekunder.....	22
3.6. Teknik Pengumpulan Data.....	23
3.6.1. Wawancara.....	23
3.6.2. Kuesioner Terbuka.....	24
3.6.3. <i>Social Media Analytics (SMA)</i>	25
3.6.4. Observasi.....	26
3.6.5. Dokumentasi.....	26
3.7. Teknik Pengolahan Data.....	28
3.7.1. <i>Editing</i> Data.....	29

3.7.2. Interpretasi Data.....	29
3.8. Teknik Analisis Data.....	29
3.9. Teknik Uji Keabsahan Data.....	32
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	34
4.1. Kondisi Geografi Dan Demografi Kabupaten Ogan Komering Ilir.	34
4.2. Pelaksanaan Pemilu Serentak Tahun 2024.....	38
4.2.1. Penyelenggaraan Pemilu Tahun 2024 Di Kabupaten OKI.....	43
4.2.2. Partisipasi Pemilih Pada Pemilu Tahun 2024 di Kabupaten OKI.....	46
4.2.3. Media Sosial KPU Kabupaten OKI.....	49
4.3. Pemanfaatan Data Analitik Dalam Memahami Strategi Media Sosial KPU Kabupaten OKI.....	55
4.4. Peran Media Sosial Bagi KPU Kabupaten OKI.....	58
4.5. Strategi Media Sosial KPU Kabupaten OKI Dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat Terhadap Pemilu Tahun 2024.....	62
4.6. Tantangan Strategi Media Sosial KPU Kabupaten OKI Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat Terhadap Pemilu Tahun 2024.....	88
4.7. Rekomendasi Kebijakan.....	102
V. SIMPULAN DAN SARAN.....	110
1.1. Simpulan.....	110
1.2. Saran.....	112
DAFTAR PUSTAKA.....	115
LAMPIRAN.....	120

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Tingkat Kepercayaan Masyarakat Terhadap Pemilu di Indonesia.....	3
2. Informan Penelitian.....	21
3. Jumlah Penduduk Kabupaten OKI 2016-2020.....	37
4. Rekapitulasi Daftar Pemilih Tetap (DPT) Kabupaten OKI Pada Pemilu Tahun 2024.....	45
5. Daerah Pemilihan DPRD Kabupaten OKI.....	46
6. Tingkat Partisipasi Pemilih Pada Pemilu Tahun 2024.....	47
7. Tingkat Partisipasi Pemilih Pada Pemilu Tahun 2019.....	48
8. Daerah <i>Blankspot</i> Se-Sumatera Selatan Tahun 2022.....	89
9. Jadwal Tahapan Pemilu Tahun 2024.....	100

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Kerangka Pemikiran.....	17
2. Peta Wilayah Kabupaten OKI.....	35
3. Laju Pertumbuhan Penduduk Kabupaten OKI.....	36
4. Tahapan dan Jadwal Pelaksanaan Pemilu Tahun 2024.....	39
5. Partai Politik Nasional dan Lokal Peserta Pemilu Tahun 2024.....	40
6. Jenis Surat Suara dalam Pemilu Tahun 2024.....	41
7. Kirab Pemilu Tahun 2024 Di Kabupaten OKI.....	43
8. Facebook KPU Kabupaten OKI.....	51
9. Instagram KPU Kabupaten OKI.....	53
10. Twitter KPU Kabupaten OKI	55
11. Desain visual konten media sosial KPU Kabupaten OKI.....	74
12. Interaksi (<i>engagement</i>) Facebook dan Instagram KPU Kabupaten OKI..	75
13. Jangkauan Facebook dan Instagram KPU Kabupaten OKI.....	76
14. Kejelasan Media KPU Kabupaten OKI.....	79
15. Jumlah publikasi informasi pemilu melalui media sosial.....	81
16. Rapat Mingguan KPU Kabupaten OKI.....	82
17. Informasi pemilu di media sosial KPU Kabupaten OKI.....	85
18. Rata-Rata Komentar di Facebook dan Instagram.....	96
19. Minimnya respon masyarakat di media sosial KPU.....	97

DAFTAR SINGKATAN

BA	: Berita Acara
Bawaslu	: Badan Pengawas Pemilihan Umum
BPS	: Badan Pusat Statistik
Coklit	: Pencocokan dan Penelitian
Dapil	: Daerah Pemilihan
DPK	: Daftar Pemilih Khusus
DPS	: Daftar Pemilih Sementara
DPSHP	: Daftar Pemilih Sementara Hasil Perbaikan
DPT	: Daftar Pemilih Tetap
DPTb	: Daftar Pemilih Tambahan
DPTHP	: Daftar Pemilih Tetap Hasil Perbaikan
Hupmas	: Hubungan dan Partisipasi Masyarakat
KPPS	: Kelompok Penyelenggara Pemungutan Suara
KPPSLN	: Kelompok Penyelenggara Pemungutan Suara Luar Negeri
KPU	: Komisi Pemilihan Umum
Pemilu	: Pemilihan Umum
PKPU	: Peraturan Komisi Pemilihan Umum
PPK	: Panitia Pemilihan Kecamatan
PPLN	: Panitia Pemilihan Luar Negeri
PPS	: Panitia Pemungutan Suara
SK	: Surat Keputusan
SMA	: <i>Social Media Analytics</i>
TPS	: Tempat Pemungutan Suara
OKI	: Ogan Komering Ilir

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pemilihan Umum (Pemilu) adalah salah satu pilar penting dalam sistem demokrasi sebuah negara. Pemilu merupakan momen yang memungkinkan warga negara untuk secara bebas menentukan perwakilan mereka dalam pemerintahan, baik di tingkat nasional maupun daerah. Salah satu fokus utama Komisi Pemilihan Umum (KPU) sebagai penyelenggara pemilu di Indonesia adalah tingkat partisipasi pemilih. Tingginya partisipasi pemilih menjadi indikator penting keberhasilan suatu pemilu karena mencerminkan tingkat kepercayaan yang diberikan oleh masyarakat terhadap proses pemilu tersebut. Kepercayaan yang tinggi ini menandakan bahwa masyarakat memiliki keyakinan bahwa pemilu diselenggarakan secara adil, transparan, dan sesuai dengan prinsip-prinsip demokrasi. Kepercayaan masyarakat terhadap pemilu juga memiliki dampak langsung terhadap legitimasi pemerintahan yang terbentuk, memperkuat dasar legitimasi bagi pemerintah yang terpilih.

Berbagai macam strategi telah diterapkan oleh KPU dalam upaya meningkatkan partisipasi pemilih dan kepercayaan masyarakat, salah satunya yaitu melalui media sosial yang digunakan sarana dalam menyebarkan informasi secara luas dan cepat pada perkembangan era digital saat ini. KPU Kabupaten Ogan Komering Ilir (OKI) merupakan salah satu satuan kerja KPU yang mengoptimalkan penggunaan media sosial dengan memanfaatkan fitur-fitur interaktif yang disediakan oleh setiap *platform* media sosial terutama facebook dan instagram dengan tujuan meningkatkan keterlibatan masyarakat dalam setiap proses pemilu terutama partisipasi pemilih dalam

pemilu. KPU Kabupaten OKI berkeyakinan bahwa dengan melakukan sosialisasi tahapan dan kegiatan pemilu melalui media sosial dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap pemilu sehingga tingkat partisipasi masyarakat memilih pada pelaksanaan Pemilu Tahun 2024 meningkat.

Penggunaan media sosial sebagai alat strategis penyebaran informasi pemilu sesuai dengan tren dominasi media sosial dalam perilaku konsumsi informasi masyarakat Indonesia, seperti yang terungkap dalam laporan *We Are Social* pada Januari 2023 yang menguraikan bahwa terdapat sekitar 167 juta pengguna aktif media sosial di Indonesia yang merupakan sekitar 60,4% dari total populasi di dalam negeri. Menurut survei Status Literasi Digital (2021), mayoritas warga Indonesia cenderung mencari informasi melalui media sosial dibandingkan dengan sumber informasi lainnya. Media sosial yang paling banyak diakses oleh masyarakat Indonesia yaitu WhatsApp (95,9%), Facebook (80,4%), YouTube (72,2%), Instagram (46,4%), TikTok (29,8%), Telegram (15,9%), Twitter (8,9%), dan Line (4,5%). Survei tersebut mencerminkan tren kuat dalam pergeseran perilaku konsumsi informasi masyarakat yang semakin mengandalkan *platform* media sosial sebagai sumber utama informasi mereka.

Tabel 1. Tingkat Kepercayaan Masyarakat Terhadap Pemilu di Indonesia

No.	Provinsi	Tingkat Kepercayaan
1	Sulawesi Tengah	80.00
2	Sulawesi Utara	79.52
3	Nusa Tenggara Timur	76.70
4	Gorontalo	76.17
5	Kalimantan Utara	75.95
6	Maluku Utara	74.91
7	Sulawesi Barat	74.51
8	Jawa Tengah	73.72
9	Maluku	73.45
10	Bali	73.10
11	Kalimantan Tengah	72.03
12	Papua Barat	71.51
13	Sulawesi Tenggara	71.27
14	Jambi	70.96
15	Nusa Tenggara Barat	70.94
16	Kepulauan Riau	70.77
17	Sulawesi Selatan	70.58
18	Bangka Belitung	70.54
19	Daerah Istimewa Yogyakarta	70.53
20	Lampung	70.43
21	Kalimantan Barat	70.06
22	Jawa Timur	69.81
23	Sumatera Selatan	69.04
24	Kalimantan Timur	69.02
25	Sumatera Utara	68.81
26	Jawa Barat	67.89
27	Sumatera Barat	67.70
28	Riau	67.38
29	Kalimantan Selatan	66.40
30	Bengkulu	66.05
31	DKI Jakarta	65.87
32	Aceh	64.05
33	Banten	63.88
34	Papua	63.70
35	Rata-rata	69.72

Sumber: Badan Pusat Statistik (2021)

Penerapan strategi penggunaan media sosial oleh KPU dalam menyebarkan informasi pemilu sejalan dengan upaya meningkatkan kepercayaan

masyarakat terhadap proses pemilu. Menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2021, rata-rata skor kepercayaan masyarakat terhadap proses pemilu di Indonesia adalah 69,72 poin. Beberapa provinsi memiliki tingkat kepercayaan yang lebih tinggi daripada rata-rata nasional. Sulawesi Tengah memiliki kepercayaan tertinggi dengan skor 80 poin, diikuti oleh Sulawesi Utara (79,52 poin), Nusa Tenggara Timur (76,7 poin), Gorontalo (76,17 poin), dan Kalimantan Utara (75,95 poin). Namun, ada beberapa provinsi yang memiliki tingkat kepercayaan yang lebih rendah, dengan Papua memiliki tingkat kepercayaan terendah (63,7 poin), diikuti oleh Banten (63,88 poin) dan Aceh (64,05 poin).

Data dari BPS tersebut juga menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan masyarakat terhadap proses pemilu di Indonesia bervariasi antara provinsi-provinsi dan antara daerah pedesaan dan perkotaan. Beberapa provinsi memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi, yang dapat memotivasi partisipasi pemilih dalam pemilu. Namun, ada juga provinsi-provinsi yang memiliki tingkat kepercayaan yang lebih rendah, yang memerlukan perhatian lebih dalam upaya untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap proses pemilu. Salah satu provinsi yang perlu mendapatkan perhatian lebih yaitu Provinsi Sumatera Selatan yang memiliki tingkat kepercayaan sebesar 69,04 poin. Nilai tersebut sedikit lebih rendah dari rata-rata nasional yaitu sebesar 69,72 poin. Namun, upaya untuk membangun dan mempertahankan kepercayaan masyarakat terhadap proses pemilu tidak hanya menjadi tanggung di tingkat provinsi, tetapi juga merupakan tanggung jawab di tingkat kabupaten atau kota.

Penelitian yang dilakukan oleh Salsabila & Kumala (2022) dengan judul “Efektivitas Penggunaan Media Sosial Dalam Transparansi Perpajakan Sebagai Upaya Peningkatan Kepercayaan Publik (Studi Kasus Wajib Pajak KPP Pratama Cibitung)” menunjukkan bahwa media sosial memiliki peran yang potensial dalam membentuk citra positif di Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Cibitung dan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap sistem perpajakan melalui konten atau postingan yang disajikan oleh KPP Cibitung.

Oktaviani & Fatchiya (2019) dalam penelitiannya yang berjudul “Efektivitas Penggunaan Media Sosial Sebagai Media Promosi Wisata Umbul Ponggok, Kabupaten Klaten” juga menjelaskan bahwa media sosial, khususnya Instagram memiliki peran yang signifikan dalam promosi wisata Umbul Ponggok. Pengelola wisata Umbul Ponggok berhasil menarik minat dan mendorong pengguna media sosial untuk berkunjung melalui konten yang menarik dan informatif di Instagram.

Penelitian yang dilakukan oleh Yusran (2022) yang berjudul “Pengaruh Media Sosial dan Perilaku Pemilih dalam Memprediksi Partisipasi Pemilih Pada Pemilu 2024 (Studi Di Kecamatan Mappedeceng Kab. Luwu Utara)”, ditemukan bahwa terdapat pengaruh dari media sosial terhadap partisipasi pemilih. Selain itu, juga ditemukan bahwa perilaku pemilih memiliki dampak terhadap tingkat partisipasi pemilih tersebut. Temuan tersebut juga menggambarkan bahwa media sosial memberikan akses yang lebih cepat dan mudah terhadap berita dan informasi mengenai politik yang dapat mempengaruhi persepsi dan sikap masyarakat terhadap pemilu.

Sardini (2019) dalam penelitiannya yang berjudul “Demokrasi Dan Demokrasi Digital Di Indonesia: Peluang Dan Tantangan” menjelaskan bahwa pemanfaatan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi dalam pelaksanaan Pemilu memiliki dampak penting dalam meningkatkan integritas proses pemilihan dan memperkuat kepercayaan di kalangan pemangku kepentingan dan masyarakat. Pada saat yang sama, masyarakat merasa terlibat dalam berbagai tahap pemilu tanpa harus hadir secara fisik sebagaimana yang lazim dalam model partisipasi publik dalam pemilu konvensional. Masyarakat, cukup dengan menggunakan ponsel atau perangkat berbasis komputer untuk berpartisipasi dalam berbagai cara yang dapat dilakukan melalui perangkat tersebut.

Penelitian yang dilakukan oleh Komariah & Kartini (2019) dengan judul “Media Sosial dan Budaya Politik Generasi Milenial dalam Pemilu” menyoroti bagaimana media sosial telah menjadi alat penting dalam

pengembangan kesadaran politik dan partisipasi generasi milenial dalam proses pemilu. Media sosial tidak hanya menyebarkan informasi politik dan pemilu, tetapi juga memfasilitasi diskusi dan berbagi pandangan politik di antara generasi milenial, menjadikannya elemen yang signifikan dalam proses politik dan pemilu saat ini.

Penelitian yang dilakukan Sinaga & Hertanto (2023) dengan judul “Efektivitas Media Sosial Dalam Upaya Peningkatan Kepercayaan Masyarakat Terhadap Transparansi Perekrutan Badan *Adhoc* Pemilu 2024” mengungkapkan bahwa KPU Kabupaten Lebong telah mengoptimalkan pemanfaatan media sosial, khususnya halaman resmi Facebook mereka, dalam proses perekrutan badan *Adhoc* Pemilu 2024. Upaya ini telah menghasilkan penyampaian informasi yang jelas dan mudah diakses oleh para peserta seleksi. Bahkan, peserta yang berasal dari wilayah terjauh merasa terbantu oleh media sosial ini karena dapat menghemat biaya akses informasi. Dengan demikian, media sosial telah menjadi alat yang efektif dalam mendukung transparansi dan aksesibilitas informasi dalam konteks perekrutan badan *Adhoc* Pemilu di Kabupaten Lebong.

Penelitian selanjutnya yang dilakukan oleh Muharam & Rochimah (2022) dengan judul “Pengelolaan Media Sosial KPU Kota Cilegon Sebagai Media Komunikasi : Studi Kasus KPU Kota Cilegon Banten Pilkada Tahun 2020” memberikan gambaran tentang bagaimana strategi KPU Kota Cilegon memanfaatkan media sosial selama Pemilihan Kepala Daerah 2020 dan mengidentifikasi area-area di mana perbaikan dan peningkatan dapat dilakukan untuk memaksimalkan potensi media sosial dalam mendukung proses pemilihan yang lebih efektif dan inklusif.

Penelitian yang dilakukan oleh Ahsani (2022) dengan judul “Efektivitas Sosialisasi Pemilih Pemula Melalui Media Sosial Komisi Pemilihan Umum Daerah Kota Medan Pada Pemilihan Kepala Daerah Kota Medan Tahun 2020” mengungkapkan bahwa sosialisasi melalui media sosial juga efektif dalam mempengaruhi pemilih pemula. Media sosial memiliki pengaruh yang

kuat terhadap pemilih pemula dan memudahkan mereka dalam memperoleh informasi terkait pemilihan.

Sejumlah penelitian telah menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi alat atau sarana yang sangat berpengaruh dalam berbagai aspek kehidupan dan komunikasi serta membentuk citra positif (Salsabila & Kumala, 2022). Selain itu, media sosial mampu menyampaikan informasi ke semua lapisan masyarakat dengan jangkauan yang lebih luas. Media sosial juga memiliki peranan penting dalam proses pemilu modern saat ini, dari meningkatkan partisipasi pemilih (Komariah & Kartini, 2019) hingga mempengaruhi persepsi dan membangun kepercayaan masyarakat terhadap lembaga penyelenggara dan proses pemilu (Sinaga & Hertanto, 2023). Pemanfaatan yang bijak dan strategis dari media sosial dapat menjadi alat yang efektif dalam mendukung demokrasi dan keterlibatan masyarakat dalam proses pemilu (Ahsani, 2022).

Berbeda dengan beberapa penelitian yang telah dijelaskan sebelumnya yang lebih menyoroti peran positif dari media sosial seperti meningkatkan kesadaran politik dan partisipasi pemilih, penelitian ini akan lebih memfokuskan implementasi strategi media sosial KPU Kabupaten OKI dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap Pemilu Tahun 2024. Selain itu, Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji sejauh mana strategi yang diterapkan oleh KPU Kabupaten OKI melalui media sosial dapat efektif dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap Pemilu Tahun 2024 di wilayah yang begitu luas dan beragam seperti kabupaten OKI.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan tersebut, maka penulis mengangkat penelitian dengan judul “Strategi Pemanfaatan Media Sosial Komisi Pemilihan Umum Dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat Kabupaten Ogan Komering Ilir Terhadap Pemilihan Umum Tahun 2024”

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan sebelumnya, maka permasalahan yang diangkat dalam penelitian tesis ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi KPU Kabupaten OKI dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap Pemilu Tahun 2024?
2. Bagaimana hasil dari implementasi strategi media sosial KPU Kabupaten OKI dalam upaya meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap Pemilu Tahun 2024?
3. Apa saja tantangan yang dihadapi oleh KPU Kabupaten OKI dalam mengimplementasikan strategi media sosial sebagai sarana dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap Pemilu Tahun 2024?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat ditentukan tujuan dari penelitian yang ingin dicapai. Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mendeskripsikan strategi yang telah diimplementasikan oleh KPU Kabupaten OKI dalam memanfaatkan media sosial untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap Pemilu Tahun 2024.
2. Menganalisis hasil dari implementasi strategi media sosial KPU Kabupaten OKI dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap Pemilu Tahun 2024.
3. Menganalisis tantangan yang dihadapi oleh KPU Kabupaten OKI dalam mengimplementasikan strategi media sosial pada Pemilu Tahun 2024.

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yang dapat disumbangkan dari hasil penelitian tesis ini dapat dibedakan menjadi dua manfaat, yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis. Secara umum, penelitian teoritis lebih berfokus pada pengembangan pengetahuan dan pemahaman konseptual, sedangkan penelitian praktis berfokus pada penerapan pengetahuan tersebut untuk memecahkan masalah nyata. Keduanya saling melengkapi dan penting untuk kemajuan ilmu pengetahuan dan praktik. berikut uraian tersebut :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan akan memberikan kerangka konseptual atau wawasan teoritis yang dapat digunakan oleh peneliti lain untuk mengeksplorasi topik serupa di konteks yang berbeda.

2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari penelitian sebagai sumbangan pemikiran kepada KPU Kabupaten OKI tentang menyusun rekomendasi kebijakan dan mengimplementasikan strategi media sosial yang lebih baik untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat dalam pemilu ke depannya.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Komisi Pemilihan Umum

Komisi Pemilihan Umum (KPU), merupakan lembaga negara yang memiliki tanggung jawab utama dalam pelaksanaan pemilihan umum (pemilu) di wilayah Indonesia. Dalam hal ini, KPU berfungsi sebagai lembaga independen yang mengurus dan mengawasi penyelenggaraan pemilu di seluruh negeri. Fungsi utama KPU meliputi pelaksanaan berbagai jenis pemilu, termasuk pemilihan Anggota Dewan Perwakilan Rakyat (DPR), Dewan Perwakilan Daerah (DPD), Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD), pemilihan Presiden dan Wakil Presiden, serta pemilihan Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah. Sebagai lembaga yang menyelenggarakan pemilu, KPU memiliki peran krusial dalam mengelola dan memastikan tahapan-tahapan pemilu berjalan sesuai dengan prosedur dan prinsip-prinsip demokrasi.

Berdasarkan Undang-undang Nomor 22 tahun 2007 pasal 8 (1) yang mencakup sosialisasi dan penyelenggaraan pemilu, KPU Kabupaten Ogan Komering Ilir (OKI) memiliki tanggung jawab besar untuk memastikan keberhasilan pemilu dengan optimal, jujur, dan adil. KPU Kabupaten OKI harus memiliki strategi untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap pemilu sehingga partisipasi pemilih semakin meningkat. Salah satu strategi yang dianggap efektif pada era teknologi informasi saat ini yaitu melalui penggunaan media sosial.

2.2. Media Sosial Dalam Pemilu

Mandibergh (2012) berpendapat bahwa media sosial merupakan *platform* yang memfasilitasi kolaborasi di antara para pengguna untuk menciptakan konten yang berasal dari pengguna itu sendiri. Sementara itu, Nasrullah (2015) juga memaparkan bahwa media sosial adalah serangkaian perangkat lunak yang memungkinkan individu atau kelompok berkumpul, berbagi informasi, berkomunikasi, serta dalam beberapa situasi tertentu, berkolaborasi atau berinteraksi secara bersamaan. Dari dua definisi tersebut, dapat diambil kesimpulan bahwa media sosial merupakan suatu alat atau medium yang berbasis teknologi internet (media daring) yang memungkinkan individu untuk terlibat dalam interaksi sosial, komunikasi, kolaborasi, dan berbagi informasi dengan orang lain. Selain itu, pengguna dengan mudah dapat ambil bagian dalam *platform* tersebut, berbagi konten, dan membuat pesan.

Menurut Purnama (2011), media sosial memiliki sejumlah ciri khas yang mencakup jangkauan yang luas dari skala kecil hingga global, akses yang terjangkau, kemudahan penggunaan tanpa memerlukan keterampilan khusus, serta kemampuannya untuk merespon dengan cepat. Ciri khas tersebut menjadikan media sosial sebagai alat yang sangat berpotensi dalam meningkatkan partisipasi pemilih dan membangun kepercayaan masyarakat terhadap proses pemilu.

2.3. Kepercayaan Masyarakat Terhadap Pemilu

Bachman dan Zaher (2006) menyatakan bahwa kepercayaan dibentuk sebelum individu-individu tertentu memiliki kesempatan untuk saling mengenal melalui interaksi atau transaksi. Sementara menurut Teori McKnight et al. (1998) tentang pembentukan awal kepercayaan terdapat model yang menguraikan serangkaian faktor dan proses yang membentuk kepercayaan pada tahap awal, sebelum individu-individu memiliki kesempatan untuk berinteraksi atau bertransaksi satu sama lain. Dalam

konteks ini, terdapat dua konsep kepercayaan interpersonal yang memainkan peran penting dalam memprediksi niat untuk mempercayai seseorang, yaitu:

1. Niat untuk merasa aman dalam berkomitmen untuk bergantung pada atau menjadi rentan terhadap pihak lain.
2. Kepercayaan bahwa pihak lain dapat dipercayai, yaitu keyakinan yang kuat bahwa mereka memiliki atribut yang menguntungkan, seperti kebajikan, integritas, kompetensi, dan prediktabilitas.

Berdasarkan konsep kepercayaan yang telah diuraikan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa kepercayaan masyarakat adalah konsep yang kompleks dan memiliki banyak aspek, dan dapat terbentuk pada tahap awal dalam suatu hubungan, bahkan sebelum individu-individu memiliki kesempatan untuk saling mengenal melalui interaksi atau transaksi.

Berdasarkan pada konsep kepercayaan yang telah dijelaskan sebelumnya, kepercayaan masyarakat terhadap pemilu merujuk pada keyakinan dan kepercayaan yang dimiliki oleh masyarakat terhadap integritas, kejujuran, dan keterpercayaan proses serta pelaku yang terlibat dalam pemilu. Hal tersebut mencakup keyakinan bahwa pemilu dilaksanakan dengan adil, transparan, dan tanpa kecurangan, serta kepercayaan pada para pelaku utama, seperti penyelenggara pemilu dan calon memenuhi standar integritas, kompetensi, dan kualitas yang diperlukan.

2.4. Strategi Pemanfaatan Media Sosial KPU

Untuk menganalisis hasil implementasi strategi pemanfaatan media sosial KPU Kabupaten OKI dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap pemilu tahun 2024, peneliti menggunakan lima indikator media yang diuraikan oleh Bruhn, Schoenmueller, dan Schafer (2012), yaitu: 1) atraktivitas media, 2) kejelasan media, 3) kelengkapan informasi media, 4) kemudahan akses media, dan 5) menyajikan informasi yang baru saja terjadi.

Berikut ini adalah uraian dari kelima indikator tersebut:

1. Atraktivitas media

Atraktivitas media mengacu pada kemampuan media untuk menarik perhatian audiensinya. Hal tersebut melibatkan beberapa elemen, seperti desain visual yang menarik, penggunaan grafis atau multimedia yang relevan, serta penulisan yang memikat. Penggunaan judul yang menarik dan pemilihan topik yang sesuai dengan minat pembaca juga menjadi faktor penting. Media yang memiliki atraktivitas yang tinggi cenderung lebih mampu mempertahankan perhatian pembaca dan meningkatkan jumlah pembaca secara keseluruhan.

Strategi pemanfaatan media sosial KPU harus dirancang untuk menarik perhatian masyarakat Kabupaten OKI. Konten yang menarik, informatif, dan relevan tentang pemilu seperti informasi calon, prosedur pemilu, dan pentingnya partisipasi dalam pemilu akan meningkatkan minat dan keterlibatan masyarakat.

2. Kejelasan media

Kejelasan dalam media sangat penting untuk menghindari kesalahpahaman. Hal tersebut melibatkan kejelasan dalam penyampaian informasi, penggunaan bahasa yang jelas dan mudah dipahami, serta menghindari ambiguitas dalam isi berita atau artikel. Media resmi harus menandakan identitasnya secara jelas sehingga dapat dibedakan dengan media lain, misalnya dengan logo atau penandaan khusus.

KPU Kabupaten OKI perlu memastikan bahwa informasi yang disampaikan melalui media sosialnya tidak menimbulkan kesalahpahaman dan jelas berasal dari sumber resmi serta konten yang disajikan harus jelas dan dapat dipercaya.

3. Kelengkapan informasi media

KPU Kabupaten OKI perlu menyajikan informasi yang lengkap dan terverifikasi. Hal tersebut harus dilakukan untuk menjamin bahwa informasi yang disampaikan melalui media sosial KPU dapat dipertanggungjawabkan sehingga membangun kepercayaan masyarakat terhadap pemilu dan tahapan yang terjadi di dalamnya.

KPU Kabupaten OKI perlu memastikan bahwa informasi pemilu yang disampaikan lengkap dan jelas sehingga informasi pemilu yang disampaikan di media sosial mudah dipahami.

4. Kemudahan akses media

Kemudahan akses menjadi faktor krusial dalam era digital saat ini. Internet dan media sosial telah memperluas aksesibilitas terhadap informasi. Media yang efektif harus menyediakan akses yang mudah, baik melalui *platform* online maupun offline. Respon cepat terhadap peristiwa yang sedang terjadi dan diseminasi informasi melalui berbagai saluran juga menjadi bagian dari kemudahan akses media.

Penting bagi KPU Kabupaten OKI untuk memastikan bahwa informasi terkini terkait pemilu mudah diakses oleh masyarakat Kabupaten OKI melalui *platform* media sosialnya. Memanfaatkan teknologi dan kecepatan distribusi informasi akan mendukung akses yang lebih luas bagi masyarakat.

5. Menyajikan informasi yang baru saja terjadi

Media yang efektif harus mampu memberikan informasi terbaru dengan cepat dan akurat. Ini melibatkan pembaruan informasi secara berkala untuk menjaga kekinian dan relevansi. Respon yang cepat terhadap peristiwa penting atau perkembangan aktual menjadi kunci dalam

mempertahankan kepercayaan pembaca terhadap media tersebut.

KPU Kabupaten OKI perlu secara aktif menyajikan informasi terkini seputar pemilu. Meningkatkan frekuensi pembaruan dan keakuratan informasi tentang proses pemilu atau pengumuman penting yang akan meningkatkan kepercayaan masyarakat pada proses pemilu tersebut.

Penelitian tesis ini diharapkan mampu menguraikan keseluruhan strategi media sosial KPU Kabupaten OKI dalam membangun kepercayaan masyarakat terhadap pemilu tahun 2024 dengan menganalisis kelima indikator media tersebut. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pandangan yang komprehensif tentang bagaimana penggunaan media sosial oleh KPU Kabupaten OKI mempengaruhi kepercayaan dan partisipasi pemilih terhadap Pemilu Tahun 2024.

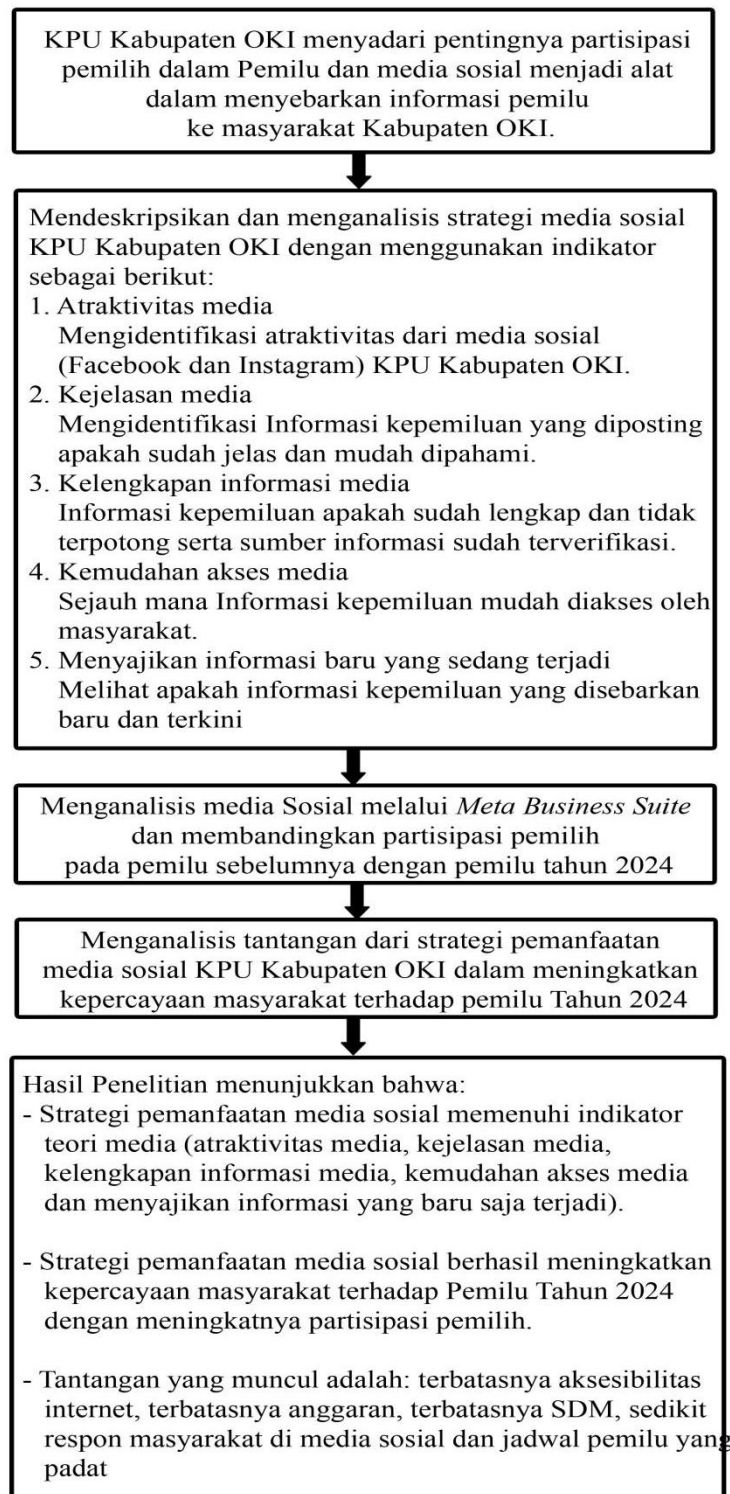
2.5. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran yang diusung oleh teori yang dijabarkan oleh Bruhn, Schoenmueller, dan Schafer (2012) menjadi landasan penting dalam menganalisis strategi pemanfaatan media sosial KPU Kabupaten OKI terkait pemilu tahun 2024. KPU Kabupaten OKI menggunakan *platform* media sosial seperti Facebook dan Instagram untuk menyebarkan informasi tentang Pemilu Tahun 2024.

Penelitian ini menggunakan lima indikator media yang diuraikan oleh Bruhn, Schoenmueller, dan Schafer (2012), yaitu: atraktivitas media, kejelasan media, kelengkapan informasi media, kemudahan akses media, dan menyajikan informasi yang baru saja terjadi. Penelitian akan menganalisis media sosial melalui SMA terhadap konten yang telah diposting untuk melihat atraktivitas media Facebook dan Instagram KPU Kabupaten OKI. Selanjutnya, konten yang dipublikasikan dipastikan memiliki kejelasan dalam penyampaian informasi ke masyarakat, kelengkapan informasi untuk memastikan keabsahan informasi Pemilu Tahun 2024, kemudahan akses

media untuk memastikan informasi dapat diakses dengan mudah oleh masyarakat dan melihat informasi pemilu tersebut selalu terbaru dan sedang terjadi.

Data tingkat partisipasi pemilih dari pelaksanaan pemilu sebelumnya dengan Pemilu Tahun 2024 akan menjadi parameter untuk mengukur sejauh mana hasil implementasi strategi media sosial KPU Kabupaten OKI dengan perbandingan data memberikan gambaran konkrit mengenai dampaknya terhadap kepercayaan masyarakat pada Pemilu Tahun 2024. Selain itu juga, Penelitian ini akan membahas tantangan yang terjadi dalam implementasi strategi media sosial tersebut. Hasil penelitian ini menjadi dasar untuk merekomendasikan kebijakan dan perbaikan strategi media sosial guna lebih meningkatkan kepercayaan masyarakat pada pemilu di masa mendatang.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Sumber: Olahan Peneliti (2024)

III. METODE PENELITIAN

3.1. Tipe Penelitian

Penelitian ini menerapkan pendekatan kualitatif deskriptif yang merupakan pendekatan penelitian yang memerlukan penggambaran komprehensif dan menyeluruh terhadap informasi yang dikumpulkan dari lapangan. Pendekatan kualitatif dapat dijelaskan sebagai proses penelitian yang memiliki fokus yang terbatas, namun dalam pengumpulan datanya sangat mendalam sebagaimana dijelaskan oleh Bungin (2015). Semakin dalam dan berkualitas data yang diperoleh atau dikumpulkan, semakin tinggi pula kualitas hasil penelitian yang dihasilkan. Hasil penelitian yang bersifat kualitatif tidak dapat digeneralisasi apalagi mewakili persepsi masyarakat secara umum sehingga penelitian di suatu tempat atau daerah hasilnya akan berbeda di daerah lainnya .

Pendekatan kualitatif deskriptif dipilih dalam penelitian ini karena memungkinkan peneliti untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana strategi media sosial diimplementasikan oleh KPU Kabupaten OKI dan bagaimana persepsi dari dua perspektif yang berbeda, yaitu pihak KPU Kabupaten OKI dan masyarakat pengguna media sosial. Metode penelitian ini mengikuti kerangka teori yang diperkenalkan oleh Creswell (2009) dalam konteks penelitian kualitatif. Teori-teori ini mengedepankan pengembangan pertanyaan penelitian yang relevan, prosedur penelitian yang sistematis, pengumpulan data dalam lingkungan yang melibatkan partisipan, analisis data yang bertumpu pada penemuan temuan dari hal-hal khusus menuju tema-tema umum, dan penafsiran data

untuk menggali makna yang lebih dalam.

Selain itu, pendekatan kualitatif deskriptif dalam metode penelitian ini memiliki tujuan untuk menyusun deskripsi yang komprehensif mengenai strategi pemanfaatan media sosial KPU Kabupaten OKI dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap Pemilu Tahun 2024.

3.2. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merujuk kepada lokasi di mana peneliti menjalankan studi, khususnya untuk mengamati fenomena atau peristiwa yang sedang berlangsung pada objek yang sedang diselidiki, dengan tujuan untuk mengumpulkan data penelitian yang akurat dan relevan (Moleong, 2017). Dalam konteks penelitian ini, pemilihan lokasi telah disengaja (*purposive*), yaitu Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kabupaten Ogan Komering Ilir (OKI), Provinsi Sumatera Selatan.

3.3. Fokus Penelitian

Fokus penelitian akan terpusat pada analisis mendalam terhadap strategi media sosial KPU Kabupaten OKI dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat pada Pemilu Tahun 2024. Penelitian akan dimulai dengan deskripsi lengkap mengenai strategi yang diterapkan oleh KPU melalui media sosial terutama Facebook dan Instagram. Hal ini akan mencakup jenis konten yang dipublikasikan dan pendekatan komunikasi yang digunakan. Selanjutnya, analisis akan difokuskan pada identifikasi tantangan yang terjadi dalam implementasi strategi tersebut. Tantangan tersebut mencakup kendala yang mungkin dihadapi dalam menciptakan konten menarik, kesulitan dalam menyajikan informasi yang jelas, dan keterbatasan aksesibilitas informasi.

Melalui pendekatan yang telah ditetapkan, penelitian akan menganalisis sejauh mana strategi KPU Kabupaten OKI dalam meningkatkan kepercayaan

masyarakat terhadap Pemilu Tahun 2024. Hasil tersebut akan dianalisis secara komprehensif dengan membandingkan data partisipasi pemilih pada pemilu sebelumnya dengan pemilu tahun 2024. Dari sini, akan ditentukan sejauh mana strategi media sosial telah berkontribusi dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat dalam pemilu. Berdasarkan temuan tersebut, peneliti akan memberikan rekomendasi strategi perbaikan yang lebih efektif dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap pemilu di masa mendatang.

3.4. Informan

Sumber informasi dalam penelitian berasal dari berbagai sumber. Seseorang yang memberikan informasi terkait topik khusus atau yang relevan dengan cakupan penelitian disebut sebagai informan atau dalam beberapa konteks disebut sebagai sampel, sesuai dengan konsep yang diuraikan oleh Lincoln dan Guba (Sugiyono, 2014).

Penentuan informan untuk penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*. Pendekatan *purposive sampling* melibatkan pemilihan informan atau narasumber dengan tujuan yang spesifik sesuai dengan penelitian dan berdasarkan keyakinan bahwa individu tersebut memiliki informasi yang relevan dengan aspek yang diteliti. Peneliti memilih informan yang dianggap memiliki pemahaman yang mendalam terkait dengan permasalahan yang akan diinvestigasi, serta memiliki kapabilitas untuk memberikan wawasan mengenai strategi melalui media sosial dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap pemilu tahun 2024. Wawancara terhadap informan dilaksanakan selama pelaksanaan Pemilu Tahun 2024 melalui tatap muka dan dalam jaringan (daring) melalui aplikasi *Zoom Meeting*. Adapun informan pada penelitian sebagaimana tercantum pada tabel berikut ini:

Tabel 2. Informan Penelitian

No	Informan	Kriteria	Jumlah Informan
1	Penyelenggara Pemilu di KPU Kabupaten OKI	Penyelenggara pemilu yang bertanggung jawab terhadap pelaksanaan strategi Media Sosial KPU Kabupaten OKI	3 orang
2	Masyarakat Kabupaten OKI	Masyarakat Kabupaten OKI yang mengakses informasi pemilu melalui media sosial KPU Kabupaten OKI dan terdaftar sebagai pemilih pada Pemilu Tahun 2024	7 orang
3	Pengamat	Akademisi yang mengamati media sosial dan kepemiluan	1 orang

Sumber: Olahan peneliti (2024)

Pemilihan informan didasari atas pertimbangan bahwa para informan tersebut dianggap paling mengetahui dan berkaitan dengan permasalahan yang akan diteliti pada penelitian ini yaitu mengenai strategi KPU Kabupaten OKI dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap Pemilu Tahun 2024. Peneliti hanya mengumpulkan data yang relevan tanpa mengaitkannya dengan identitas seperti alamat atau informasi kontak lainnya, sehingga identitas peserta tetap terlindungi.

3.5. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari hasil penelitian yang diperoleh dari dua sumber data yang berbeda, yaitu data primer dan data sekunder (Sugiyono, 2016). Berikut ini merupakan uraian dari sumber data tersebut yang terdiri dari:

3.5.1. Data Primer

Data primer mengacu pada data yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian yang telah dituju. Dalam konteks penelitian ini, data primer dikumpulkan melalui pelaksanaan wawancara tatap muka dengan informan yang telah diidentifikasi berdasarkan relevansinya dengan isu penelitian. Proses wawancara ini juga dilakukan selama pelaksanaan Pemilu Tahun 2024 dengan mengacu pada panduan wawancara yang telah disusun sebelumnya. Dengan kata lain, data yang terkumpul merupakan hasil dari interaksi langsung.

Data primer yang dimanfaatkan dalam penelitian ini terdiri dari hasil wawancara dengan sejumlah informan. Dalam proses penentuan informan, penelitian ini menerapkan metode purposive sampling, yang merupakan pendekatan pengambilan sampel data yang dilakukan berdasarkan pertimbangan yang telah ditetapkan sesuai dengan kebutuhan penelitian.

3.5.2. Data Sekunder

Data sekunder mengacu pada informasi yang digunakan untuk melengkapi data primer yang digunakan. Data sekunder ini diperoleh dari sumber-sumber yang sama seperti data primer, seperti artikel-artikel yang diterbitkan oleh pihak lain atau melalui media seperti surat kabar, majalah, situs website, dan sumber serupa secara spesifik. Penggunaan data sekunder dapat diukur dengan mengevaluasi sejauh

mana informasi tambahan tersebut memberikan nilai tambah pada pemahaman yang telah diperoleh dari data primer. Dalam upaya mencapai tujuan ini, peneliti memastikan bahwa pemilihan sumber data sekunder dilakukan berdasarkan relevansinya dengan konteks penelitian, sehingga informasi yang diperoleh benar-benar mendukung temuan yang muncul dari data primer. Proses integrasi data sekunder dilakukan secara terencana dalam batasan waktu penelitian. Penggunaan data sekunder ini bertujuan untuk memberikan tambahan informasi atau mendukung data yang telah dikumpulkan oleh peneliti sebelumnya.

3.6. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data memiliki peran krusial sebagai tahap yang tidak bisa dihindari dalam memperoleh data penelitian. Proses pengumpulan data dilakukan dengan tujuan untuk menghimpun informasi yang diperlukan untuk mencapai tujuan penelitian dan menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian. Sebagaimana yang dijelaskan oleh Nasir dalam literatur yang dikutip oleh Riduwan (2013), teknik pengumpulan data berperan sebagai instrumen pengukuran yang sangat penting dalam pelaksanaan penelitian. Jenis data yang dikumpulkan dapat berupa data berbentuk angka, catatan tertulis, informasi lisan, dan beragam informasi yang relevan dengan fokus penelitian.

3.6.1. Wawancara

Jenis wawancara yang akan digunakan adalah wawancara semi-terstruktur. Pendekatan ini memberikan fleksibilitas yang lebih besar dalam pelaksanaan wawancara dengan tujuan untuk mengungkapkan permasalahan secara mendalam dan komprehensif. Sebelumnya, peneliti telah menyusun daftar pertanyaan yang akan digunakan selama wawancara, namun dalam penggunaan pendekatan ini, terdapat ruang bagi variasi substansi pertanyaan tergantung pada perspektif dan

pengalaman individu informan. Hal tersebut diharapkan dapat menghasilkan informasi-informasi baru yang berharga bagi penelitian.

Pendekatan wawancara semi-terstruktur dipilih karena memungkinkan peneliti untuk lebih fleksibel dalam mengeksplorasi kontradiksi atau perbedaan sudut pandang yang mungkin muncul dari berbagai informan terkait permasalahan penelitian ini. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk memahami beragam sudut pandang dari informan dan mendapatkan wawasan yang komprehensif terhadap permasalahan yang sedang diteliti. Selain itu, informan didorong untuk berpartisipasi aktif dengan mengemukakan pendapat dan ide-ide mereka, dan ini menciptakan interaksi atau dialog yang lebih mendalam antara pewawancara dan individu informan (Manzilati, 2017).

3.6.2. Kuesioner Terbuka

Kuesioner merupakan alat penelitian yang digunakan untuk menggali informasi tertulis seperti pengetahuan, pendapat, keyakinan, serta persepsi yang berkaitan dengan suatu isu atau fenomena dari penelitian (Creswell, 2012). Jenis kuesioner yang digunakan adalah kuesioner terbuka, di mana responden diberikan kebebasan untuk menyampaikan respon mereka tanpa adanya pilihan respon yang disediakan. Hal tersebut memungkinkan peserta untuk menyatakan pandangan mereka dengan kata-kata mereka sendiri.

Partisipan yang terlibat dalam kuesioner penelitian ini adalah masyarakat kabupaten OKI yang mengikuti atau pernah mengakses akun media sosial KPU Kabupaten OKI. Pendistribusian kuesioner melalui online yaitu menggunakan Google Form agar mempermudah dalam mengumpulkan data kuesioner. Kuesioner yang telah dikumpulkan dari peserta penelitian dianalisis dengan menggunakan teknik analisis tematik. Analisis tematik adalah pendekatan umum

yang sering digunakan dalam menganalisis data kualitatif. Pendekatan ini bersifat induktif dan melibatkan identifikasi tema-tema yang muncul secara berulang dari teks data (Aunurrahman dkk, 2019).

3.6.3. *Social Media Analytics (SMA)*

Social Media Analytics (SMA) merupakan bidang penelitian dan praktik yang terkait erat dengan pengumpulan, analisis, dan interpretasi data dari *platform* media sosial. Definisi yang disebutkan mencakup aspek interdisipliner, yang berarti SMA menggabungkan berbagai metode untuk memahami data media sosial (Noprianto, 2018). Tujuan utamanya adalah menyediakan wawasan yang berguna untuk mendukung berbagai kegiatan.

SMA mencakup aktivitas seperti pengumpulan data media sosial yang relevan, analisis data yang dikumpulkan, dan menyebarkan temuan yang sesuai. Hal tersebut dapat membantu dalam mengenali masalah, mendeteksi peluang, mengatasi masalah, dan bahkan mengambil keputusan strategis. secara singkat, SMA adalah alat yang kuat untuk memahami dan memanfaatkan data media sosial untuk mendukung strategi dan keputusan bisnis. Langkah-langkah dalam proses SMA yang dirumuskan oleh Fan dan Gordon (2014), yaitu: melibatkan *capture* (menghasilkan data media sosial yang relevan), *understand* (memilih data yang relevan untuk pemodelan dan menganalisisnya menggunakan metode analitik data), dan *present* (menampilkan temuan setelah data tersebut diringkas dan dievaluasi).

Data yang terkumpul melalui SMA akan menjadi dasar penelitian ini untuk mengidentifikasi konten yang terkait dengan Pemilu Tahun 2024 yang disebar oleh akun media sosial KPU Kabupaten OKI khususnya Facebook dan Instagram. Selanjutnya, peneliti akan membandingkan strategi media sosial yang diterapkan oleh KPU OKI dengan temuan dari SMA.

Hasil analisis melalui SMA akan membantu mengetahui sejauh mana strategi media sosial KPU Kabupaten OKI berperan dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap Pemilu Tahun 2024. Berdasarkan hal tersebut, peneliti juga dapat menyusun rekomendasi untuk peningkatan strategi media sosial KPU Kabupaten OKI, mencakup saran-saran untuk penyesuaian pesan tentang pemilu, penanggapan terhadap isu-isu yang muncul, dan langkah-langkah konkret untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap Pemilu Tahun 2024.

3.6.4. Observasi

Metode observasi memegang peranan yang sangat penting dalam menguraikan dan menggambarkan gejala yang sedang berlangsung. Observasi didefinisikan sebagai proses pengumpulan data yang dilakukan secara selektif sesuai dengan sudut pandang atau perspektif peneliti (Bungin, 2015). Penerapan teknik observasi dalam proses pengumpulan data dalam penelitian ini memiliki tujuan untuk mengakses data yang tidak dapat diperoleh melalui tahap wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti. Observasi dilakukan untuk mengumpulkan informasi melalui pengamatan yang dilakukan di luar lingkup wawancara, sebagai pelengkap data primer penelitian.

Jenis observasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi tidak terstruktur, yang berarti pengamatan dilakukan tanpa panduan observasi yang spesifik, dan prosesnya berkembang sesuai dengan perubahan yang terjadi di lapangan (Bungin, 2015).

3.6.5. Dokumentasi

Proses dokumentasi merupakan usaha yang dilakukan untuk mengambil data secara langsung dari lokasi penelitian. Jenis data yang dimaksudkan meliputi buku-buku yang relevan, peraturan-peraturan,

laporan kegiatan, gambar, film dokumenter, dan informasi lain yang memiliki relevansi dengan penelitian. Dokumen mencerminkan catatan peristiwa yang telah terjadi di masa lampau. Pendekatan studi dokumen digunakan sebagai tambahan untuk metode observasi dan wawancara (Sudaryono, 2017).

Alasan penggunaan dokumentasi dalam pengumpulan data dalam penelitian ini adalah untuk memberikan data konkret bahwa penelitian telah dilaksanakan di lokasi yang ditargetkan, melalui pelaksanaan wawancara dan observasi, yang menghasilkan data dan jawaban yang diinginkan dalam penelitian ini. Lebih dari itu, dokumentasi juga dapat mencakup fenomena-fenomena yang telah dicatat dalam jangka waktu yang lebih lama.

Adapun jenis dokumentasi yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Dokumen resmi yang mencakup peraturan, kebijakan, panduan, dan dokumen resmi lainnya yang dikeluarkan oleh KPU Kabupaten OKI terkait dengan strategi melalui media sosial untuk Pemilu 2024.
2. Dokumen media sosial yang mencakup postingan atau konten media sosial lainnya yang dihasilkan oleh akun resmi KPU Kabupaten OKI di berbagai *platform* media sosial.
3. Dokumen yang berkaitan dengan persiapan dan pelaksanaan Pemilu 2024 di Kabupaten OKI.
4. Artikel berita, liputan media, atau dokumen publikasi lainnya.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini saling terhubung dan saling melengkapi untuk memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang

fenomena yang diteliti. Wawancara semi-terstruktur digunakan untuk mendapatkan wawasan yang mendalam dari perspektif individu, dengan fleksibilitas untuk menyesuaikan pertanyaan sesuai dengan tanggapan dan pengalaman informan. Hasil dari wawancara tersebut kemudian dapat menjadi dasar untuk merancang pertanyaan dalam kuisioner terbuka, yang memungkinkan responden untuk memberikan tanggapan mereka secara bebas tanpa adanya pilihan jawaban yang disediakan.

Selain itu, penggunaan *Social Media Analytics* (SMA) memungkinkan peneliti untuk melihat gambaran yang lebih luas tentang komunikasi dan respon masyarakat terhadap topik yang diteliti melalui *platform* media sosial seperti Facebook dan Instagram. Hasil dari SMA dapat digabungkan dengan temuan dari wawancara dan kuisioner untuk mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif tentang sikap dan persepsi masyarakat secara keseluruhan.

Di sisi lain, observasi dilakukan secara tidak terstruktur untuk mengamati langsung situasi di lapangan tanpa panduan yang spesifik, sementara dokumentasi melibatkan pengambilan data dari berbagai sumber yang relevan dengan penelitian. Data yang diperoleh dari observasi dapat melengkapi dan memvalidasi informasi yang diperoleh dari wawancara dan kuisioner, sementara dokumentasi dapat memberikan konteks yang lebih luas tentang fenomena yang diamati.

Melalui integrasi berbagai teknik pengumpulan data ini, peneliti dapat memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang topik penelitian dan mendapatkan wawasan yang lebih komprehensif tentang konteks dan implikasi penelitian tersebut.

3.7. Teknik Pengolahan Data

Data yang telah terhimpun dari lapangan kemudian menjalani proses pengolahan data. Pengolahan data dalam penelitian ini dapat dijelaskan

secara rinci sebagai berikut:

3.7.1. *Editing Data*

Pengeditan data dilakukan dengan tujuan untuk mengidentifikasi dan memperbaiki kesalahan atau kekurangan dalam daftar pertanyaan yang telah diisi sejauh yang memungkinkan (Narbuko dan Achmadi, 2016). Pengeditan data dilakukan dengan cermat untuk mengidentifikasi dan memperbaiki kesalahan atau kekurangan dalam data yang diperoleh dari media sosial KPU Kabupaten OKI terkait strategi yang diimplementasikan untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap Pemilu Tahun 2024.

Proses *editing* melibatkan pengecekan dan klarifikasi terhadap informasi dari wawancara, observasi, dan dokumentasi yang relevan di lapangan. Proses editing dilakukan setelah semua data terkumpul yaitu sesudah pelaksanaan pemungutan pemilu pada tanggal 14 Februari 2024.

3.7.2. Interpretasi Data

Langkah interpretasi data dalam penelitian ini mencakup analisis dan eksplorasi hasil yang telah diperoleh di lapangan. Secara lebih sederhana, interpretasi bertujuan untuk menguraikan dan menemukan makna dari hasil analisis, baik dari perspektif teoritis maupun praktis dalam kerangka penelitian (Silalahi, 2012). Penelitian ini akan memeriksa data yang telah melewati tahap pengeditan dan kemudian akan menyajikan penjelasan atau interpretasi yang selanjutnya diikuti dengan penyimpulan sebagai hasil akhir penelitian.

3.8. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan proses yang melibatkan pengolahan, penyusunan,

penyaringan, serta sintesis data untuk mengidentifikasi pola dan aspek yang penting. Tujuan dari analisis data adalah untuk memahami dan memberikan jawaban terhadap permasalahan dalam penelitian. Moleong (2017) menjelaskan bahwa analisis data mencakup upaya memusatkan informasi yang akan disampaikan kepada orang lain, sementara Hikmawati (2017) menekankan pengorganisasian data secara sistematis dan logis sebagai bagian dari aktivitas analisis data.

Teknik analisis data yang diterapkan dalam penelitian ini sesuai dengan metode yang disebutkan oleh Miles dkk (2014) yang mencakup langkah-langkah seperti:

1. Pematatan Data (*Data Condensation*): peneliti melakukan seleksi, fokus, penyederhanaan, ringkasan, dan transformasi data dari berbagai sumber seperti transkrip, dokumen, atau bukti empiris lainnya. Tujuannya adalah mengubah data mentah menjadi data yang siap untuk dianalisis.
2. Penyajian Data (*Data Display*): peneliti menyajikan data yang telah dipadatkan sebelumnya dalam bentuk yang terstruktur dan ringkas. Tujuannya adalah agar data mudah dipahami dan membantu dalam proses pengambilan kesimpulan.
3. Penarikan dan Verifikasi Kesimpulan (*Drawing and verifying conclusion*): peneliti sebenarnya sudah melakukan interpretasi terhadap makna data dengan memahami pola, penjelasan, hubungan sebab-akibat, dan pernyataan-pernyataan. Namun, kesimpulan yang tepat dan jelas baru dapat diambil di akhir proses, setelah semua tahap pengumpulan dan pengolahan data telah selesai sepenuhnya.

Creswell (2009) menggambarkan bahwa proses analisis data dilakukan secara induktif di dalam penelitian kualitatif. Hal tersebut berarti peneliti membangun pola, kategori, dan tema dari bawah ke atas (*bottom-up*), dengan mengorganisir data menjadi unit-unit informasi yang lebih konkret.

Data yang dikumpulkan dipilah-pilah dan dikelompokkan ke dalam beberapa kategori berdasarkan sumber data dan informan, dan kemudian digabungkan ke dalam kelompok tema yang sesuai dengan kerangka berpikir. Hasil dari pengolahan data ini kemudian disajikan untuk memulai proses penarikan kesimpulan dan verifikasi hasil penelitian.

Langkah-langkah dalam analisis data penelitian ini lebih rinci dan diuraikan sebagai berikut:

1. Data sekunder dikumpulkan dan kemudian disusun berdasarkan beberapa kategori sebagai berikut:
 - a. Kategori kebijakan yang mencakup peraturan, kebijakan, panduan, dan dokumen lain yang dikeluarkan oleh KPU terkait dengan strategi penggunaan media sosial dalam Pemilu 2024.
 - b. Kategori dokumentasi yang mencakup dokumen yang berhubungan dengan persiapan dan pelaksanaan Pemilu 2024 di Kabupaten OKI seperti rencana kerja, jadwal, laporan persiapan, dan semua informasi terkait dengan tahapan pemilu termasuk konten di media sosial.
 - c. Kategori publikasi yang mencakup artikel berita, liputan media, atau dokumen publikasi lainnya yang berhubungan dengan Pemilu 2024 di Kabupaten OKI.
2. Data primer berupa transkrip wawancara dengan informan diperiksa kembali untuk memastikan bahwa hanya percakapan dan tanggapan yang relevan dengan tema wawancara yang digunakan dalam analisis data. Transkrip wawancara juga diolah agar sesuai dengan tema pertanyaan, sehingga lebih sederhana dan mudah dipahami.
3. Data dalam penelitian ini disajikan berdasarkan urutan waktu kejadian.

Pendekatan tersebut bertujuan untuk memberikan gambaran yang jelas tentang apa yang terjadi pada waktu tertentu dari sudut pandang masing-masing informan. Hal tersebut akan mempermudah presentasi data dan memastikan triangulasi data penelitian. Peneliti juga dapat membandingkan perbedaan perspektif di antara pihak-pihak yang terlibat.

4. Peneliti melakukan verifikasi dengan memeriksa kembali data-data yang ada dan membandingkannya dengan versi aslinya serta memeriksa dengan teliti. Peneliti kemudian melanjutkan proses analisis data dengan menarik kesimpulan dari hasil penelitian ini.

Langkah-langkah analisis tersebut dijalankan sesuai dengan prinsip-prinsip yang dapat diukur dan realistis. Peneliti melakukan perbandingan dan verifikasi data dengan sumber aslinya serta memastikan bahwa kesimpulan yang diambil pada akhir proses analisis dapat diverifikasi. Selain itu, peneliti juga mengaplikasikan *Social Media Analytics* (SMA) dalam teknik analisis data ini. Penelitian diarahkan untuk mencapai hasil yang relevan, dan sesuai dengan tujuan penelitian yang telah ditetapkan sebelumnya.

3.9. Teknik Uji Keabsahan Data

Teknik uji keabsahan data berkaitan dengan akurasi pelaporan data oleh peneliti agar sesuai dengan realitas yang terjadi pada objek penelitian (Sugiyono, 2019). Dalam konteks pengujian keabsahan melalui triangulasi, data dianalisis dari berbagai sumber, dengan berbagai metode, dan dalam berbagai periode waktu.

Menurut Patton dalam Moleong (2011), ada empat jenis triangulasi yang dapat diterapkan dalam penelitian:

1. Triangulasi sumber, yakni melakukan pemeriksaan data dengan memanfaatkan berbagai jenis sumber data yang berbeda untuk mengumpulkan data yang serupa.

2. Triangulasi metode, yang melibatkan pemeriksaan data menggunakan metode pengumpulan data yang berbeda, dan bila memungkinkan, mengacu kepada sumber data yang sama untuk memeriksa ketepatan informasi.
3. Triangulasi peneliti, yaitu menguji hasil penelitian atau kesimpulan mengenai bagian tertentu atau keseluruhan penelitian oleh peneliti lain.
4. Triangulasi teori, yang melibatkan pemeriksaan data dengan menggunakan sudut pandang lebih dari satu teori untuk menganalisis permasalahan yang serupa.

Penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber. Tujuan spesifik dari uji keabsahan ini adalah memastikan bahwa pelaporan data oleh peneliti mencerminkan secara akurat mengenai realita yang terjadi pada objek penelitian. Peneliti menggunakan triangulasi sumber dengan menggabungkan informasi dari berbagai sumber yang relevan dengan penelitian. Sumber tersebut termasuk buku, dokumen, foto, dan sumber lainnya.

V. SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

KPU Kabupaten OKI memanfaatkan media sosial terutama Facebook dan Instagram untuk meningkatkan partisipasi pemilih pada Pemilu 2024. Penelitian yang dilakukan di KPU Kabupaten OKI mengungkapkan bahwa strategi media sosial yang diterapkan dalam Pemilu Tahun 2024 berhasil meningkatkan kepercayaan masyarakat hal tersebut juga digambarkan dengan meningkatnya partisipasi pemilih pada Pemilu tersebut. Strategi pemanfaatan media sosial di KPU Kabupaten OKI meliputi beberapa langkah penting. Pertama, KPU Kabupaten OKI fokus pada pembuatan konten berkualitas tinggi dan menarik dengan menggunakan desain visual untuk memperkuat daya tarik konten dan menerapkan gaya bahasa yang sederhana agar informasi pemilu mudah dipahami oleh masyarakat.

Selain itu, KPU Kabupaten OKI memastikan publikasi konten dilakukan secara konsisten dan teratur. Setiap konten diverifikasi sebelum dipublikasikan untuk menjamin akurasi dan kejelasan informasi yang disampaikan. Konsistensi dan keakuratan informasi ini bertujuan untuk membangun kepercayaan masyarakat terhadap KPU dan proses pemilu. KPU Kabupaten OKI juga melibatkan badan *ad hoc* seperti Panitia Pemilihan Kecamatan (PPK) dan Panitia Pemungutan Suara (PPS) dalam penyebaran informasi melalui media sosial. Mereka memberikan instruksi kepada PPK dan PPS untuk mempublikasikan ulang konten yang diunggah oleh akun resmi KPU Kabupaten OKI. Kolaborasi ini membantu memperluas jangkauan informasi sehingga dapat diterima oleh lebih banyak masyarakat.

Evaluasi rutin terhadap konten media sosial juga menjadi bagian penting dari strategi ini. KPU Kabupaten OKI melakukan pemantauan interaksi pengguna dan respon masyarakat terhadap informasi yang disampaikan. Evaluasi ini bertujuan untuk memastikan bahwa konten yang disajikan selalu relevan, akurat, dan bermanfaat bagi masyarakat, serta untuk mengidentifikasi area yang memerlukan perbaikan.

Namun, KPU Kabupaten OKI dihadapkan pada beberapa tantangan dalam implementasi strategi media sosial ini. Salah satunya adalah terbatasnya akses internet di beberapa wilayah, terutama di daerah pedesaan. Keterbatasan ini menghambat distribusi informasi yang efektif karena sebagian masyarakat tidak dapat mengakses informasi penting terkait pemilu.

Selain itu, KPU Kabupaten OKI menghadapi keterbatasan anggaran untuk memproduksi konten visual yang menarik dan informatif. Produksi konten berkualitas memerlukan investasi signifikan dalam peralatan dan sumber daya manusia yang tidak selalu tersedia. Keterbatasan sumber daya manusia juga menjadi tantangan, karena hanya ada satu pegawai yang bertanggung jawab atas pengelolaan media sosial, yang juga harus menangani berbagai kegiatan pemilu lainnya. Respon masyarakat terhadap informasi pemilu di media sosial juga masih minim. Meskipun KPU Kabupaten OKI mempublikasikan informasi secara konsisten, jumlah suka dan komentar yang diperoleh masih rendah, menunjukkan perlunya evaluasi dan penyesuaian strategi yang digunakan. Selain itu, jadwal tahapan pemilu yang padat dan kompleks menambah beban kerja pegawai, memerlukan koordinasi yang cermat dan manajemen waktu yang tepat untuk memastikan semua tahapan berjalan lancar.

Untuk mengatasi tantangan tersebut, KPU Kabupaten OKI perlu mengadopsi pendekatan yang cermat dan terencana. Ini mungkin melibatkan solusi alternatif seperti memanfaatkan peralatan yang sudah ada secara maksimal, mengoptimalkan penggunaan sumber daya manusia yang tersedia, serta mengalokasikan waktu dan anggaran dengan efisien. Secara keseluruhan,

meskipun dihadapkan pada berbagai tantangan, KPU Kabupaten OKI telah menunjukkan keberhasilan dalam implementasi strategi media sosial untuk pemilu yang lebih transparan, terpercaya, dan partisipatif.

5.2. Saran

KPU Kabupaten OKI telah mengimplementasikan strategi media sosial sebagai bagian dari upaya untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap proses Pemilu Tahun 2024. Namun, pelaksanaannya dihadapkan pada serangkaian tantangan seperti terbatasnya akses internet di beberapa wilayah, keterbatasan anggaran untuk memproduksi konten media sosial, serta kurangnya sumber daya manusia dalam manajemen media sosial yang semuanya mempengaruhi hasil strategi tersebut. Oleh karena itu, perlu adanya saran perbaikan yang dapat membantu meningkatkan keberhasilan strategi media sosial KPU Kabupaten OKI. Saran akademis yang peneliti ajukan adalah melakukan penelitian lebih lanjut mengenai dampak strategi media sosial terhadap partisipasi pemilih di berbagai daerah dengan karakteristik demografis yang berbeda. Penelitian ini dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai strategi media sosial tersebut dalam konteks yang lebih luas. Selain saran akademis, peneliti juga menyarankan dari sisi teknis atau praktik di lapangan. Berikut ini saran yang diajukan peneliti:

- 1) Penguatan kerjasama dengan pemerintah dan pihak terkait untuk meningkatkan infrastruktur teknologi informasi

KPU Kabupaten OKI hendaknya dapat aktif berkolaborasi dengan pemerintah dan pihak terkait untuk mempercepat pembangunan infrastruktur teknologi informasi di wilayah-wilayah *blankspot*. Kolaborasi tersebut seperti kerjasama dengan pemerintah untuk melakukan pemetaan ketersediaan jaringan telekomunikasi dengan cermat dan membuat nota kesepahaman tentang strategi pemerataan pembangunan infrastruktur teknologi informasi.

2) Pengalokasian anggaran dan optimalisasi sosialisasi melalui media sosial

KPU Kabupaten OKI hendaknya melaksanakan perencanaan anggaran yang tersedia untuk sosialisasi melalui media sosial, termasuk menyediakan anggaran produksi konten media sosial, anggaran perlengkapan pendukung, dan anggaran pengelolaan media sosial. Selanjutnya KPU harus mengoptimalkan sosialisasi dengan memilih *platform* media sosial yang sesuai dengan demografi target pemilih, mengembangkan konten media sosial yang relevan dan menarik, serta menggunakan aplikasi *Social Media Analytics (SMA)* untuk optimalisasi tersebut .

3) Penguatan pelatihan keterampilan pegawai dalam manajemen media sosial

KPU Kabupaten OKI hendaknya mengadakan program pelatihan rutin dan terfokus untuk meningkatkan keterampilan pegawai dalam manajemen media sosial. Program pelatihan tersebut harus berfokus pada pemahaman yang mendalam tentang fitur-fitur *platform* media sosial dan cara menganalisis tren konten media sosial terkini.

4) Pembentukan tim khusus untuk mengelola media sosial

KPU Kabupaten OKI hendaknya membentuk tim khusus untuk mengelola media sosial karena merupakan langkah strategis yang krusial untuk menghadapi tantangan komunikasi pada Pemilu 2024. Tim ini akan menjadi garda terdepan dalam menjalankan strategi media sosial, mengingat peran penting platform digital dalam menyebarkan informasi dan membangun kepercayaan publik terhadap proses pemilu. Dengan adanya tim yang fokus, KPU dapat memastikan bahwa konten yang dipublikasikan di media sosial bersifat informatif, konsisten, dan tepat sasaran.

Struktur tim ini bisa terdiri dari beberapa peran utama, seperti koordinator media sosial yang bertanggung jawab atas perencanaan dan eksekusi strategi, tim kreatif yang memproduksi konten (desain grafis, video, dan tulisan), serta tim analitik yang memantau kinerja media sosial. Selain itu, penting juga untuk memiliki tim yang berinteraksi langsung dengan masyarakat, baik melalui komentar, pesan langsung, maupun sesi tanya jawab. Setiap anggota tim akan memiliki peran dan tanggung jawab yang jelas, sehingga semua aspek komunikasi di media sosial dapat dikelola dengan lebih baik dengan struktur yang terorganisir.

5) Penguatan mekanisme evaluasi terhadap strategi media sosial

KPU Kabupaten OKI hendaknya menguatkan mekanisme evaluasi terhadap strategi media sosial yang telah dilakukan yaitu mengumpulkan data yang menyeluruh sepanjang periode sosialisasi pemilu yang dipublikasikan dan interaksi yang terjadi di akun media sosial KPU. Selanjutnya KPU Kabupaten OKI hendaknya melakukan analisis mendalam untuk mengidentifikasi keberhasilan dan kelemahan dari strategi yang diterapkan, serta membuat perbaikan dan penyesuaian yang diperlukan untuk ke depannya.

Saran-saran yang diusulkan oleh peneliti diharapkan dapat menjadi pertimbangan bagi KPU Kabupaten OKI dalam mengatasi tantangan yang dihadapi dalam mengimplementasikan strategi media sosial dan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap pelaksanaan Pemilu ke depannya. Selain itu, saran-saran tersebut juga diharapkan dapat menjadi rujukan yang berguna bagi KPU di daerah lainnya untuk mengembangkan pendekatan yang serupa dalam meningkatkan keberhasilan strategi media sosial sesuai dengan daerah masing-masing.

DAFTAR PUSTAKA

- Andini, Y. 2020. Kepercayaan Masyarakat pada Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Palembang (Studi Kasus Kecamatan Ilir Timur II, Gandus, Jakabaring). *Ampera: A Research Journal on Politics and Islamic Civilization*, 1(1), 71-80.
- Amri, S. dan Fahmi, N. 2022. Analisis Pemasaran Online Aplikasi Meta Business Suite Sebagai Teknologi Meta. *JIMSI: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Komunikasi*, 2(2), 71-80.
- Andriyendi, Oktama, D., Nurman, S. dan Dewi, S. D. 2023. Media sosial dan pengaruhnya terhadap partisipasi politik pemilih pemula pada Pilkada. *Journal of Education, Cultural and Politics*, 3(1), 101-111.
- Aprianty, D. R. 2016. Penerapan Kebijakan E-Government Dalam Peningkatan Mutu Pelayanan Publik Di Kantor Kecamatan Sambutan Kota Samarinda. *Jurnal Ilmu Pemerintahan*. 4(4), 1589-1602.
- Ardipandanto, A. 2019. Permasalahan Penyelenggaraan Pemilu Serentak Tahun 2019. *Jurnal Ilmu Pemerintahan*, 11(11), 25-30.
- Arifianto, P. F. 2021. Peran Komunikasi Visual Media Sosial Pada Bisnis Pangan Dan Kuliner Di Tengah Pandemi COVID-19. *ARS Jurnal Seni Rupa dan Desain*, 24(2), 123-128.
- Assegaf, S. 2019. Evaluasi Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Knowledge Sharing. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 16(3), 271-293.
- Bachman, R dan Zaher, A. 2006. *Handbook of Trust Research*. USA: Edwad Elgar Publishing Inc.
- Bruhn, M., Schoenmueller, V. and Shaefer, D. B. 2012. Are Social Media Replacing Traditional Media in Terms of Brand Equity Creation. *Management Research Review*, 35(9). 770- 790.
- Bungin, B. 2015. *Analisa Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Bara, E. A. B., Nasution, K. A., Ginting, R. Z. dan Kartini, K. 2022. Penelitian

- Tentang Twitter. *Jurnal Edukasi Nonformal*, 3(2), 167-172.
- Cahyaningsih, A., Wijayadi, H. dan Kautsar, R. 2019. Penetrasi Teknologi Informasi dalam Pemilihan Kepala Daerah Serentak 2018. *Jurnal PolGov*, 1(1), 1-34.
- Cholid, C. dan Achmadi, A. 2016. *Metodologi Penelitian*. Jakarta : PT Bumi Aksara.
- Evita, N. 2023. Generasi Z Dalam Pemilu: Pola Bermedia Generasi Z Dalam Pencarian Informasi Politik. *Electoral Governance Jurnal Tata Kelola Pemilu Indonesia*, 5(1), 47-66.
- Fan, W., Gordon, M. D. 2014. The Power of Social Media Analytics. *Communications of the ACM*, 57(6), 74–81.
- Ghazali, M. 2016. *Buat Duit Dengan Facebook dan Instagram : Panduan Menjana Pendapatan dengan Facebook dan Instagram*. Malaysia: Publishing House.
- Gustrinanda, R. 2019. Pentingnya Kepercayaan Masyarakat Terhadap Pemilu. *Journal of Practice Learning and Educational Development*, 3(1), 100-106.
- IDEA. 2016. *Desain Penyelenggaraan Pemilu Buku Pedoman Internasional*. Stockholm: International IDEA.
- Ibrahim. 2015. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Komariah K., dan Kartini D. S. 2019. Media Sosial dan Budaya Politik Generasi Milineal dalam Pemilu. *Aristo*, 7(2), 228-248.
- Laiya, J. W. dan Manueke, S. 2022. Pentingnya Akurasi Data Dalam Mempertahankan Kinerja Perusahaan Pada PT. Massindo Solaris Nusantara. *Manajemen Administrasi Bisnis Dan Pemasaran*, 4(2 AGUSTUS), 38-51.
- Mandibergh. 2012. *Media Sosial*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Manzilati, A. 2017. *Metodologi Penelitian Kualitatif Paradigma, Metode, dan Aplikasi*. Malang: UB Press.
- Marlina, S. 2017. Pendekatan Delone And Mclean Untuk Mengkaji Efektivitas Sistem Informasi Manajemen Paket Aplikasi Sekolah (SIM-PAS). *Paradigma*, 19(2), 175-188.
- McKnight, D. H., Cummings, L. L. and Chervany, N. L. 1998. Initial Trust Formation in New Organizational Relationships. *Academy of*

Management Review, 23(3), 473-490.

- Moloeng dan Lexy, J. 2017. *Metode Penelitian Kualitatif*, cetakan ke-36. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset.
- Muharam, K. A. dan Rochimah T. H. N. 2022. Pengelolaan Media Sosial KPU Kota Cilegon Sebagai Media Komunikasi : Studi Kasus KPU Kota Cilegon Banten Pilkada Tahun 2020. *Jurnal Interaksi*, 6(1), 1044-1048.
- Mujahid, M.N., Cahyadi, R. dan Hertanto. 2024. Peran Penting Media Sosial Sebagai Alat Pendukung Berkampanye Partai Politik (Pilpres 2019). *Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 11(3), 108-124.
- Nasrullah, R. 2015. *Media Sosial: Prespektif Komunikasi, Budaya, dan Sioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Ningtyas, T. 2018. Kepercayaan Masyarakat (Citizen Trust) Di Badan Pertanahan Nasional (BPN) II Surabaya. *Jurnal Ilmiah Manajemen Publik dan Kebijakan Sosial*, 2(1), 195-211.
- Noprianto, E. 2018. Pemanfaatan Media Sosial Dan Penerapan Social Media Analytics (SMA) Untuk Perpustakaan Di Indonesia. *Jurnal Pustaka Budaya*, 5(2), 1-10.
- Nugraha, M.C. dan Harefa K. 2023. Rancang Bangun Jaringan Internet Di Daerah Blankspot Dengan Memanfaatkan BTS Seluler Menggunakan Routerboard LTE Untuk Pelaksanaan Asessmen Nasional SMPN 6 Satu Atap Cimarga. *OKTAL : Jurnal Ilmu Komputer dan Science*, 2(1), 291-302.
- Nurjaman, A. and Hertanto. 2022. Social Media and Election under Covid-19 Pandemic in Malang Regency Indonesia. *International Journal of Communication and Society*, 4(1), 1-11.
- Nurlita, A., Simbolon, Masitoh B. S., Rahmatan L. A. dan Erwan E. 2023. Gaya Penulisan Berita dan Feature. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(1), 2080-2085.
- Oktaviani, W. F. dan Fatchiya, A. 2019. Efektivitas Penggunaan Media Sosial Sebagai Media Promosi Wisata Umbul Ponggok, Kabupaten Klaten. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 17(1), 13-27.
- Pagau, R. M., Kimbal, M. dan Kumayas, N. 2018. Efektivitas Pembinaan Warga Binaan Di Lembaga Pemasyarakatan Klas Iia Manado. *Jurnal eksekutif*, 1(1).
- Pananginan, A. R., Liando, D. M. dan Pangemanan, F. N. 2023. Efektivitas Penggunaan Aplikasi Sistem Informasi Partai Politik (SIPOL) Dalam

- Pendaftaran Partai Politik Tahun 2022:(Studi Di KPU Minahasa Tenggara). *POLITICO: Jurnal Ilmu Politik*, 12(3), 321-338.
- Perdana, A. (Ed.). 2019. *Serial Evaluasi Penyelenggaraan Pemilu Serentak 2019 Perihal Para Penyelenggara Pemilu*. Jakarta Pusat: Bawaslu RI.
- Rahman, N. T. dan Purwanto, A. 2022. Evaluasi Kualitas Website Layanan E-Government Disdukcapil Kabupaten Kotawaringin Timur Menggunakan Metode Webqual 4.0. *Journal of Information System Research (JOSH)*, 3(4), 417-424.
- Riduwan. 2013. *Metode dan Teknik Menyusun Proposal Penelitian*. Jakarta Pusat: Alfabeta.
- Riadi, A. 2018. Kompetensi Guru Dalam Pelaksanaan Evaluasi Pembelajaran. *Ittihad*, 15(28), 52-67.
- Rusyandi dan Rachmawati. 2017. Evaluasi Penilaian Kinerja dengan Menggunakan Metode SMART dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Kerja. *Jurnal ISEI*, 1(2), 79-87.
- Salsabila, O. D. dan Kumala, R . 2022. Efektivitas Penggunaan Media Sosial Dalam Transparansi Perpajakan Sebagai Upaya Peningkatan Kepercayaan Publik (Studi Kasus Wajib Pajak KPP Pratama Cibitung). *Jurnal Ilmu Administrasi Publik*, 7(4), 446-453.
- Sardini, N. H. 2021. Demokrasi Dan Demokrasi Digital Di Indonesia: Peluang Dan Tantangan. *RISALAH*, 27(2), 82-86.
- Sedarmayanti. 2009. *Manajemen Sumber Daya Manusia Repormasi Birokrasi dan Manajemen Regawai Negeri Sipil*. Bandung : Aditama.
- Sellita. 2022. Media Sosial dan Pemilu: Studi Kasus Pemilihan Presiden Indonesia Social Networks and Elections: Evidence From The Indonesian Presidential Eelctions. *Jurnal Lemhanas RI*, 10(3), 149-164.
- Silalahi, Ulber. 2010. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Sinaga, E. J. dan Hertanto . 2023. Efektivitas Media Sosial Dalam Upaya Peningkatan Kepercayaan Masyarakat Terhadap Transparansi Perekrutan Badan Adhoc Pemilu 2024. *Muqodimmah*, 7(2), 622-626.
- Suardi. 2021. Antara Media Sosial Dalam Komunikasi Politik. *RISALAH*, 27(2), 82-86.
- Sudaryono. 2017. *Metodologi Penelitian*. Depok: PT. Raja Grafindo Husada.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung:

Alfabeta.

- Suri, E. W. dan Yuneva, Y. 2021. Akselerasi Transformasi Digital Pada Tata Kelola Pemilu Di Kota Bengkulu. *Mimbar: Jurnal Penelitian Sosial Dan Politik*, 10(2), 172-181.
- Trangganan, A. U. 2021. Penggunaan Media Sosial Terhadap Perilaku Memilih Partai Politik. *Jurnal Pengawasan Pemilu Bawaslu DKI Jakarta*, 131-146.
- Utami, A. M. V., Lestari M. T. dan Putra, A. 2015. Pergeseran budaya komunikasi pada era media baru (studi etnografi virtual penggunaan line oleh digital natives). *eProceeding of Management*, 4042-4050.
- Pahlani, H. 2022. Efektifitas Aplikasi Sistem Informasi Partai Politik (SIPOL) Dalam Pendaftaran Partai Politik Di KPUD Jakarta Pusat Tahun 2019 (Doctoral dissertation, Universitas Nasional).
- Purnama, H. 2011. *Media Sosial Di Era Pemasaran 3.0. Corporate and Marketing Communication*. Jakarta: Pusat Studi Komunikasi dan Bisnis Program Pasca Sarjana Universitas Mercu Buana.
- Undang-undang Nomor 7 Tahun 2023 Tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-undang Nomor 1 Tahun 2022 Tentang Perubahan Atas Undang-undang Nomor 7 Tahun 2017 Tentang Pemilihan Umum Menjadi Undang-undang.
- Peraturan Komisi Pemilihan Umum Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2018 Tentang Sosialisasi, Pendidikan Pemilih, dan Partisipasi Masyarakat Dalam Penyelenggaraan Pemilihan Umum.