



Strategi Kampanye Digital Efektif Berlandaskan Nilai-Nilai Pancasila

Ahmad Muhamad Mustain Nasoha^{1*}, Ashfiya Nur Atqiya², Almaidah Yogi Mahanani³, Oktaviana Nurul Amalia⁴, Ulfah Hamidah⁵

¹ Direktur Pusat Studi Konstitusi dan Hukum Islam Fakultas Syariah
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta, Indonesia

² Pascasarjana Universitas Sebelas Maret, Indonesia

³⁻⁵ Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta, Indonesia

Jl. Pandawa, Dusun IV, Pucangan, Kec. Kartasura, Kabupaten Sukoharjo, Jawa Tengah 57168

Email: mustain.nasoha@staff.uinsaid.ac.id, ashfiy.anura@gmail.com, almaidahmahanani085@gmail.com,
oktavianurul876@gmail.com, ulfahha89@gmail.com

Abstract Political communication based on Pancasila values serves as a crucial foundation for developing ethical and effective digital campaign strategies in Indonesia. The advancement of technology has transformed political campaigns from face-to-face interactions into digital engagements through social media, websites, and messaging applications. This study aims to analyze the application of Pancasila principles in digital political campaigns and evaluate their effectiveness in fostering ethical, people-centered political communication. Using a qualitative approach, this research employs content analysis of digital campaign materials from various political parties. The findings indicate that campaigns emphasizing values such as unity, humanity, social justice, and deliberation can enhance public participation, particularly among younger voters. Key success factors include information transparency, open dialogue, polite language use, and the provision of objective political education. Pancasila-based digital campaigns also help mitigate social polarization and strengthen public trust in the democratic process. Therefore, this model of political communication is worth adopting as a campaign approach that not only seeks electoral support but also reinforces a substantial and dignified democracy.

Keywords : Campaign Effectiveness, Campaign Strategy, Political Communication

Abstrak Komunikasi politik berbasis nilai-nilai Pancasila menjadi fondasi penting dalam membangun strategi kampanye digital yang etis dan efektif di Indonesia. ¹ Perkembangan teknologi telah mentransformasi praktik kampanye politik dari tatap muka ke ruang digital melalui media sosial, situs web, dan aplikasi pesan. ² Penelitian ini bertujuan menganalisis penerapan prinsip-prinsip Pancasila dalam kampanye politik digital serta menilai efektivitasnya dalam membangun komunikasi politik yang beretika dan berpihak pada rakyat. ³ Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif melalui analisis konten dari materi kampanye digital berbagai partai politik. ⁴ Hasil penelitian menunjukkan bahwa kampanye yang mengedepankan nilai-nilai seperti persatuan, kemanusiaan, keadilan sosial, dan musyawarah dapat meningkatkan partisipasi publik, terutama pemilih muda. ⁵ Keberhasilan strategi ini didukung oleh transparansi informasi, dialog terbuka, penggunaan bahasa yang santun, dan penyediaan pendidikan politik yang objektif. Kampanye digital berbasis Pancasila juga berkontribusi dalam meredam polarisasi sosial dan memperkuat kepercayaan terhadap proses demokrasi. Dengan demikian, model komunikasi politik ini layak diterapkan sebagai pendekatan kampanye yang tidak hanya mencari dukungan elektoral, tetapi juga memperkuat demokrasi substansial dan bermartabat. ⁶

Kata Kunci: Efektivitas Kampanye, Komunikasi Politik, Strategi Kampanye

¹ Ardiansyah, F., & Muhaimin, M. (2024). "Analisis Komunikasi Politik dalam Kampanye Pemilu: Pendekatan Kualitatif terhadap Strategi dan Dampaknya di Media Sosial.

² Indra Jaya (2017). "Nalar Pancasila dalam Komunikasi Politik."

³ Yudi Latif (2019). "Reaktualisasi Pancasila."

⁴ Syarifuddin. (2019). Komunikasi Politik dan Etika Pancasila dalam Kampanye Pilpres 2014. *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*, 1(2), 45–60.

⁵ Handayani, Nailis. (2016). Pola Komunikasi dalam Ideologi Pancasila. *Al-Munir: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 9(2), 123–134.

⁶ Sukmawati, D. (2020). Aktualisasi Nilai-Nilai Pancasila dalam Komunikasi Politik DPRD Kabupaten Pesisir Barat. *Skripsi*, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung

1. PENDAHULUAN

Di era digital, komunikasi politik mengalami perubahan signifikan dengan hadirnya berbagai platform media sosial dan teknologi informasi. Kampanye politik yang dulunya mengandalkan pertemuan langsung, media cetak, dan siaran televisi, kini bertransformasi menjadi lebih interaktif dan berbasis digital. Fenomena ini menciptakan peluang sekaligus tantangan bagi aktor politik dalam menyampaikan tujuan, rencana, dan program kerja mereka untuk masyarakat luas.

Di tengah derasnya arus informasi, komunikasi politik yang berbasis pada nilai-nilai Pancasila menjadi sangat penting.⁷ Sebagai ideologi bangsa Indonesia, Pancasila menawarkan prinsip-prinsip yang dapat menjadi pedoman dalam membangun komunikasi politik yang beretika, inklusif, dan berorientasi pada kepentingan publik. Dengan menanamkan nilai-nilai Pancasila dalam strategi kampanye digital, politisi dapat menciptakan komunikasi yang tidak hanya efektif tetapi juga mencerminkan semangat persatuan, demokrasi, dan keadilan sosial.

Kampanye digital yang efektif dapat dibangun dengan menjunjung tinggi nilai-nilai Pancasila. Dengan memahami prinsip-prinsip etika komunikasi politik penggunaan media digital yang cerdas, serta strategi membangun keterlibatan publik kampanye politik berbasis Pancasila dapat menjadi alat yang ampuh dalam meningkatkan partisipasi politik yang sehat dan demokratis. Dalam perkembangan politik modern, komunikasi menjadi elemen kunci dalam membentuk opini publik dan memobilisasi dukungan.⁸ Seiring dengan pesatnya kemajuan teknologi, pola komunikasi politik turut mengalami perubahan yang mendasar, terutama dalam konteks kampanye dan interaksi antara politisi dan masyarakat

Selain itu, penerapan komunikasi politik berbasis Pancasila dalam kampanye digital juga dapat menjadi solusi dalam mengatasi tantangan disinformasi dan polarisasi di tengah masyarakat. Dengan mengedepankan prinsip transparansi, musyawarah, serta penyebaran informasi yang bertanggung jawab, kampanye politik dapat menciptakan ruang diskusi yang lebih sehat dan edukatif. Pendekatan ini tidak hanya memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap proses demokrasi, tetapi juga mendorong partisipasi masyarakat secara lebih aktif dan kritis dalam menentukan pilihan politik mereka. Dengan demikian, strategi kampanye digital yang berlandaskan Pancasila dapat berperan penting dalam membangun budaya politik yang lebih inklusif, toleran, dan berorientasi pada kepentingan nasional.

⁷ Istiani, R., & Islamy, M. (2020). Nilai-Nilai Pancasila dalam Kode Etik Netizen di Media Sosial. *Pancasila: Jurnal Keindonesiaan*, 1(1), 203–204

⁸ Arifin, A. (2019). Komunikasi Politik yang Berdasarkan Nilai-Nilai Pancasila Menjadi Suatu Keniscayaan. *Universitas Katolik Soegijapranata*.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini mengadopsi metode studi pustaka sebagai pendekatan utama, dengan memanfaatkan data sekunder yang berasal dari jurnal ilmiah, buku, dan literatur relevan lainnya. Pendekatan tersebut bersifat kualitatif-deskriptif, ditujukan untuk menggali pemahaman yang lebih dalam mengenai komunikasi politik yang berlandaskan nilai-nilai Pancasila serta strategi kampanye digital yang efektif.⁹ Pengumpulan data dilakukan melalui pencarian literatur dari basis data akademik seperti Google Scholar dan ResearchGate, dengan memperhatikan kriteria keterkinian, relevansi tema, serta kesesuaian dengan konteks nilai Pancasila. Literatur yang terkumpul kemudian dikelompokkan berdasarkan tema, seperti komunikasi politik, etika digital, dan partisipasi publik.

Data yang diperoleh dianalisis menggunakan metode analisis isi, dengan fokus pada penerapan prinsip-prinsip Pancasila seperti persatuan, musyawarah, dan keadilan sosial dalam strategi kampanye digital. Pendekatan yang diambil adalah perspektif emik, yaitu memahami fenomena berdasarkan sudut pandang serta makna yang terkandung dalam literatur, alih-alih persepsi subjektif peneliti.¹⁰ Melalui metode ini, penelitian bertujuan untuk membangun pemahaman teoritis dan praktis mengenai model kampanye politik yang efektif dan etis, yang selaras dengan karakter serta nilai-nilai bangsa Indonesia dalam era digital.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Komunikasi Politik

Komunikasi politik merupakan suatu proses yang melibatkan penyampaian pesan-pesan terkait kekuasaan, pemerintahan, dan kebijakan publik. Proses ini berlangsung antara para aktor politik, media, dan masyarakat. Menurut Dan Nimmo, komunikasi politik melibatkan pesan-pesan politik dan aktor-aktor politik, atau berkaitan dengan kekuasaan, pemerintahan, dan kebijakan pemerintah.¹¹ Menurut McNair (2011), komunikasi politik adalah segala bentuk komunikasi yang secara eksplisit atau implisit memiliki tujuan politik, baik itu komunikasi oleh aktor politik, media, maupun masyarakat umum.¹² Fungsi dari komunikasi politik:

- **Artikulasi Kepentingan:** Menyampaikan aspirasi dan kebutuhan masyarakat kepada pemerintah atau lembaga terkait.

⁹ Moleong, L. J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Edisi Revisi). Bandung: Remaja Rosdakarya

¹⁰ Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

¹¹ . Nimmo, Dan (1978). "Political Communication and Public Opinion." *Journal of Politics*, 40(3), 456-478

¹² McNair, Brian (2011). "An Introduction to Political Communication." Routledge.

- Agregasi Kepentingan: Menggabungkan berbagai aspirasi menjadi kebijakan publik yang terintegrasi.
- Sosialisasi Politik: Menyebarkan nilai, norma, dan informasi politik kepada masyarakat untuk meningkatkan pemahaman politik.
- Rekrutmen Politik: Menarik individu untuk berpartisipasi dalam kegiatan politik atau menjadi bagian dari struktur politik.
- Pengendalian Politik: Mengawasi dan mengevaluasi pelaksanaan kebijakan serta kinerja pemerintah.

Komunikasi politik juga memiliki beberapa unsur, yaitu: 1. Komunikator Politik: Individu atau kelompok yang menyampaikan pesan politik, seperti politisi, aktivis, atau lembaga pemerintah, 2. Pesan Politik: Informasi atau ide yang berkaitan dengan kebijakan, ideologi, atau isu politik tertentu, 3. Saluran Komunikasi: Sarana yang dipakai untuk menyampaikan pesan, seperti media massa, media sosial, pertemuan publik, atau komunikasi interpersonal, 4. Khalayak atau Audiens: Masyarakat atau kelompok yang menjadi target pesan politik, 5. Efek atau Dampak: Perubahan sikap, opini, atau perilaku audiens setelah menerima pesan politik. Proses komunikasi politik melibatkan interaksi antara komunikator politik dan masyarakat melalui saluran komunikasi tertentu untuk mencapai tujuan politik, seperti memperoleh dukungan, mempengaruhi opini publik, atau mengubah kebijakan. Perkembangan komunikasi politik di era digital dengan kemajuan teknologi informasi, komunikasi politik mengalami transformasi signifikan. Media sosial kini berfungsi sebagai sarana utama bagi pelaku kepentingan politik untuk berkomunikasi langsung dengan masyarakat. Dalam konteks ini, media memiliki peran yang sangat penting dalam komunikasi politik, terutama dalam membentuk opini publik. Menurut Norris (2000), sarana bertindak sebagai "watchdog" yang mengawasi pemerintah dan memberikan informasi kepada masyarakat. Selain itu, media juga menjadi alat bagi politisi untuk menyampaikan visi dan misi mereka. Dengan berkembangnya teknologi digital, media sosial telah menjadi platform utama komunikasi politik.¹³ Studi yang dilakukan oleh Chadwick (2013) menunjukkan bahwa media sosial memungkinkan komunikasi politik yang lebih langsung, interaktif, dan tidak terfilter oleh media arus utama. Namun, hal ini juga membawa tantangan, seperti penyebaran hoaks dan polarisasi politik. Ini memungkinkan distribusi informasi yang lebih cepat dan bersifat interaktif., namun juga menimbulkan tantangan seperti penyebaran hoaks dan polarisasi opini.¹⁴

¹³ Norris, Pippa (2000). "A Virtuous Circle: Political Communications in Postindustrial Democracies." Cambridge University Press.

¹⁴ Chadwick, Andrew (2013). "The Hybrid Media System: Politics and Power." Oxford University Press.

Zaman digital telah mengubah cara komunikasi politik. Media sosial seperti Twitter, Facebook, dan Instagram memungkinkan politisi untuk berinteraksi langsung dengan masyarakat tanpa perantara media tradisional. Beberapa karakteristik utama komunikasi politik di era digital antara lain:

- **Interaktivitas:** Memungkinkan dialog langsung antara politisi dan masyarakat.
- **Kecepatan Penyebaran:** Informasi dapat menyebar dalam hitungan detik.
- **Personalisasi Pesan:** Politisi dapat menargetkan kelompok audiens tertentu dengan pesan yang disesuaikan.
- **Ancaman Disinformasi:** Penyebaran berita palsu dan hoaks menjadi tantangan utama.¹⁵

Komunikasi Politik Berbasis Pancasila

Komunikasi politik berbasis Pancasila adalah proses penyampaian informasi politik yang berlandaskan prinsip-prinsip Pancasila sebagai ideologi negara. Dalam konteks ini, komunikasi politik tidak hanya bertujuan untuk mempengaruhi opini publik tetapi juga guna memelihara keutuhan dan kebersamaan bangsa serta memperkuat demokrasi Pancasila. Menurut Alfian (1986), komunikasi politik dalam sistem politik Indonesia harus selalu berpijak pada nilai-nilai Pancasila agar proses politik tetap menjunjung tinggi etika, moralitas, dan kebangsaan.¹⁶ Sementara itu, Rakhmat (2001) menekankan bahwa komunikasi politik dalam sistem demokrasi Pancasila harus menjamin kebebasan berpendapat namun tetap dalam koridor keadaban dan nilai gotong royong.¹⁷

Dalam praktiknya, komunikasi politik berbasis Pancasila memiliki beberapa fungsi utama. Salah satunya adalah menjaga kesatuan dan persatuan bangsa. Melalui komunikasi politik yang baik, masyarakat dapat terhindar dari perpecahan dan konflik yang dapat mengancam stabilitas negara. Selain itu, komunikasi politik juga berperan dalam menanamkan nilai-nilai Pancasila dalam kehidupan politik.¹⁸ Sosialisasi nilai-nilai luhur Pancasila kepada masyarakat bertujuan untuk membentuk kesadaran politik yang mencerminkan karakter bangsa Indonesia. Demokrasi yang berkeadaban juga menjadi salah satu tujuan komunikasi politik berbasis Pancasila. Dalam hal ini, proses komunikasi harus mengedepankan nilai-nilai etika,

¹⁵ Eriyanto (2018). "Media Sosial dan Perubahan Komunikasi Politik di Indonesia." *Jurnal Komunikasi Politik*, 5(2), 112-130.

¹⁶ Alfian (1986). "Politik, Demokrasi, dan Pembangunan di Indonesia." *Jurnal Politik dan Pancasila*, 12(2), 45-67

¹⁷ Rakhmat, Jalaluddin (2001). "Psikologi Komunikasi Politik dalam Konteks Pancasila." *Jurnal Ilmu Politik*, 6(1), 23-39.

¹⁸ Eriyanto (2018). "Media Sosial dan Perubahan Komunikasi Politik Berbasis Pancasila di Indonesia." *Jurnal Komunikasi Politik*, 5(2), 112-130.

menghormati hak dan kewajiban warga negara, serta mencegah penyebaran ujaran kebencian dan hoaks yang dapat merusak kepercayaan publik pada tatanan politik yang ada.

Komponen-komponen dalam komunikasi politik berbasis Pancasila terdiri dari beberapa elemen penting. Pertama, komunikator politik yang beretika, yaitu pemimpin politik, partai politik, dan media yang harus mengedepankan moralitas dan kejujuran dalam menyampaikan pesan politik. Kedua, pesan politik yang berlandaskan nilai-nilai Pancasila, yakni informasi politik yang disampaikan harus mencerminkan prinsip keadilan sosial, kesejahteraan masyarakat, serta menghargai keberagaman. Ketiga, media atau saluran komunikasi yang digunakan harus menjadi sarana edukasi politik yang sehat dan bertanggung jawab. Keempat, audiens yang menjadi sasaran komunikasi politik diharapkan dapat bersikap kritis dan partisipatif dalam kehidupan politik. Terakhir, efek atau dampak komunikasi politik yang dihasilkan harus membawa perubahan sosial yang konstruktif dan mendukung stabilitas nasional. Dalam era digital, komunikasi politik berbasis Pancasila menghadapi tantangan dan peluang yang signifikan. Media sosial dan platform digital menyediakan akses yang lebih besar untuk masyarakat guna berpartisipasi dalam diskusi politik dan menyampaikan aspirasinya. Kecepatan penyebaran informasi melalui media digital dapat meningkatkan kesadaran politik masyarakat. Namun, di sisi lain, tantangan utama yang dihadapi adalah penyebaran hoaks, ujaran kebencian, dan polarisasi politik yang dapat mengancam persatuan bangsa.¹⁹

Oleh karena itu, komunikasi politik di era digital harus diarahkan pada edukasi politik yang membangun serta memperkuat semangat persatuan dan kesatuan. Studi kasus yang relevan dalam komunikasi politik berbasis nilai-nilai Pancasila tercermin dalam pidato kenegaraan presiden republik Indonesia yang selalu menekankan nilai-nilai kebangsaan dan persatuan. Selain itu, kampanye pemilu yang berbasis pada pendekatan kebangsaan juga menjadi contoh bagaimana komunikasi politik dapat digunakan untuk memperkuat demokrasi Pancasila. Media nasional pun memiliki peran penting dalam mempromosikan komunikasi politik yang berimbang dan tidak menimbulkan polarisasi di masyarakat.²⁰

Strategi Kampanye yang Tepat dengan Nilai-Nilai Pancasila

Kampanye politik yang tepat dengan nilai-nilai Pancasila harus mampu mencerminkan prinsip-prinsip keadilan sosial, kebersamaan, persatuan, serta demokrasi yang berlandaskan musyawarah dan mufakat.²¹ Strategi kampanye politik yang berbasis Pancasila tidak hanya

¹⁹ Haryanto, S. (2019). "Pancasila dan Komunikasi Politik: Antara Tantangan dan Peluang di Era Digital." *Jurnal Demokrasi Pancasila*, 4(3), 221-239.

²⁰ Yuwono, Bambang (2020). "Peran Media dalam Menegakkan Komunikasi Politik Berbasis Pancasila di Indonesia." *Jurnal Media dan Politik*, 8(1), 99-120.

²¹ Hermawan, I. C. (2023). *Implementasi Pendidikan Politik pada Partai Politik di Indonesia*. *Jurnal Pendidikan Politik, Hukum dan Kewarganegaraan*, 10(1), 1–10. <https://doi.org/10.35194/jpphk.v10i1.939>

berorientasi pada kemenangan elektoral semata, tetapi juga harus mengedepankan kepentingan nasional, menghindari politik identitas yang memecah belah, serta mengutamakan kepentingan rakyat.

Strategi pertama yang dapat diterapkan adalah kampanye berbasis dialog dan musyawarah. Dalam konteks ini, calon pemimpin politik harus berupaya mendengarkan aspirasi masyarakat secara langsung melalui forum-forum diskusi, pertemuan warga, dan sesi tanya jawab. Dengan demikian, proses kampanye dapat berjalan secara demokratis dan partisipatif sesuai dengan prinsip musyawarah untuk mufakat yang terkandung dalam sila keempat Pancasila.²² Selanjutnya, kampanye yang mengedepankan persatuan dan kebhinekaan juga menjadi elemen penting dalam strategi politik berbasis Pancasila. Kandidat politik dan partai politik harus menghindari narasi yang bersifat provokatif, eksklusif, atau menyinggung perbedaan dalam suku, agama, ras, dan antar kelompok (SARA). Sebaliknya, mereka harus membangun narasi yang inklusif dan menyatukan berbagai elemen masyarakat dalam satu visi kebangsaan.

Kampanye politik yang sesuai dengan nilai-nilai Pancasila juga harus mengutamakan edukasi politik yang sehat dan membangun.²³ Dalam konteks ini, media sosial dan dapat dimanfaatkan guna menyebarkan wawasan yang mendidik, bukan hanya propaganda politik yang bersifat destruktif. Kampanye harus diisi dengan diskusi kebijakan, gagasan konstruktif, serta program kerja yang jelas dan realistis.²⁴ Masyarakat harus diberikan pemahaman yang mendalam tentang pentingnya memilih pemimpin yang berintegritas dan memiliki visi yang sesuai dengan cita-cita Pancasila.

Selain itu, strategi kampanye yang berlandaskan nilai gotong royong juga sangat relevan dalam konteks politik Indonesia. Kandidat politik dapat menunjukkan komitmen mereka terhadap kesejahteraan rakyat melalui aksi nyata seperti program pelayanan masyarakat, kegiatan sosial, dan aksi solidaritas yang benar-benar menyentuh kehidupan masyarakat. Dengan pendekatan ini, kampanye tidak hanya menjadi ajang kompetisi politik, tetapi juga sarana untuk membangun kesadaran kolektif tentang pentingnya kerja sama dalam membangun bangsa.

Studi kasus yang relevan dalam penerapan strategi kampanye berbasis Pancasila dapat dilihat dari beberapa pemilu sebelumnya, di mana kandidat yang mampu membangun citra

²² Sandewi, C. J. (2018). "Strategi Kampanye Politik Tim Pemenangan Pasangan Calon dalam Penggunaan Twitter.

²³ Prayogo, D., & Wardhani, N. (2023). *Implementasi Pendidikan Politik bagi Masyarakat*. Unnes Political Science Journal, 6(1), 25–30. <https://doi.org/10.15294/upsj.v6i1.55201>

²⁴ Patriansyah, W., Hasibuan, N., Hasibuan, M., & Juniasih, T. E. (2024). *Analisis Peran Pendidikan Politik dalam Membangun Kesadaran Mahasiswa Berpartisipasi dalam Pemilu Tahun 2024*. Aliansi: Jurnal Hukum, Pendidikan dan Sosial Humaniora, 1(2), 40–49. <https://doi.org/10.62383/aliansi.v1i2.56>

sebagai pemimpin yang merakyat, jujur, dan memiliki visi kebangsaan yang kuat cenderung lebih diterima oleh masyarakat. Selain itu, kampanye yang berbasis pada solusi konkret terhadap permasalahan sosial dan ekonomi juga terbukti lebih efektif dalam menarik simpati pemilih dibandingkan dengan kampanye yang hanya berorientasi pada pencitraan semata.

Peran Media Massa Dalam Kampanye Politik

Media massa memegang peran penting dalam proses kampanye politik, terutama dalam meningkatkan kesadaran politik masyarakat serta menyebarkan informasi tentang kandidat dan program kerja mereka.²⁵ Melalui televisi, radio, surat kabar, dan media digital, para politisi dapat menjangkau khalayak yang lebih luas secara efektif. Salah satu fungsi utama media massa dalam kampanye politik adalah sebagai penyampai informasi.²⁶ Dengan adanya media, masyarakat dapat memperoleh wawasan yang lebih luas mengenai visi, misi, dan kebijakan yang diusung oleh calon pemimpin.

Selain itu, media juga berfungsi sebagai alat kontrol sosial yang dapat mengawasi jalannya kampanye serta mengungkap praktik-praktik politik yang tidak etis.²⁷ Namun, media massa juga menghadapi tantangan dalam menjalankan perannya.²⁸ Penyebaran berita hoaks, framing media yang berpihak, serta polarisasi politik menjadi ancaman serius bagi demokrasi yang sehat. Karena itu, peran aktif dari masyarakat sangat dibutuhkan dan media untuk tetap berpegang pada prinsip objektivitas dan keberimbangan dalam memberitakan informasi politik.

Salah satu fungsi utama media massa dalam kampanye politik adalah sebagai penyampai informasi²⁹. Dengan adanya media, masyarakat dapat memperoleh wawasan yang lebih luas mengenai visi, misi, dan kebijakan yang diusung oleh calon pemimpin. Media massa juga memainkan peran sebagai pengawas atau kontrol sosial. Dalam hal ini, media dapat membantu mengungkap berbagai penyimpangan dalam proses kampanye, seperti penggunaan politik uang, manipulasi opini publik, atau praktik kampanye hitam. Selain itu, media massa berfungsi sebagai agen mobilisasi politik, di mana media dapat mempengaruhi sikap dan perilaku politik masyarakat. Misalnya, melalui pemberitaan yang berimbang dan objektif, media dapat membantu meningkatkan partisipasi politik masyarakat, baik dalam bentuk pemungutan suara maupun keterlibatan dalam diskusi politik. Seperti yang dikemukakan oleh

²⁵ Nurul Syobah, H. S. (2012). *Peran Media Massa dalam Komunikasi Politik*. Jurnal Ilmu Komunikasi, 15(1), 13–20.

²⁶ Kriyantono, R. (2014). "Teknik Praktis Riset Komunikasi." Kencana Prenada Media.

²⁷ Afrita, J. (2023). *Peran dan Pengaruh Media Sosial dalam Kampanye Pemilihan Presiden 2024*. Virtuo: Jurnal Ilmu Komunikasi, 10(2), 75–90.

²⁸ Kuskridho, A. (2018). "Komunikasi Politik di Era Digital." Gramedia.

²⁹ Afrita, J. (2023). *Media Sosial sebagai Alat Kampanye Pemilu 2024: Perspektif Komunikasi Politik*. Jurnal Komunikasi Nusantara, 8(1), 30–45.

McQuail (2010), media massa berperan dalam memberikan edukasi politik kepada masyarakat serta membentuk persepsi politik publik terhadap kandidat dan isu-isu politik tertentu.³⁰

Di era digital saat ini, Media sosial kini menjadi sarana utama dalam kampanye politik. Platform seperti Facebook, Twitter, Instagram, dan TikTok memberi kesempatan bagi kandidat untuk berkomunikasi langsung dengan pemilih tanpa perantara media konvensional. Menurut studi yang dilakukan oleh Kaplan dan Haenlein (2010), media sosial memberikan keuntungan dalam menyebarkan pesan politik secara lebih cepat dan lebih luas, Dengan pengeluaran yang minim dibandingkan media konvensional.³¹

Namun, pemanfaatan media sosial dalam kampanye politik serta menghadapi tantangan, terutama terkait dengan penyebaran misinformasi dan ujaran kebencian. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Allcott dan Gentzkow (2017), banyak aktor politik memanfaatkan media sosial untuk menyebarkan informasi yang tidak benar dapat mempengaruhi keputusan pemilih.³²Oleh karena itu, perlu adanya regulasi yang ketat serta peningkatan literasi digital di kalangan masyarakat agar mereka dapat memilah informasi yang valid dari sumber yang tidak terpercaya.

Secara keseluruhan, media massa memainkan peran yang sangat penting dalam kampanye politik. Baik media tradisional begitu juga media digital dapat dimanfaatkan sebagai sarana yang efektif dalam menyebarkan informasi politik, meningkatkan partisipasi pemilih, serta menjaga transparansi dalam proses demokrasi. Namun, tantangan utama dalam penggunaan media massa adalah bagaimana memastikan bahwa informasi yang disampaikan akurat, berimbang, dan tidak menyesatkan publik. Oleh karena itu, media harus berperan sebagai pilar demokrasi yang menjaga keadilan dalam pemberitaan politik, sementara masyarakat perlu memiliki literasi politik yang cukup untuk menghindari pengaruh negatif dari informasi yang tidak valid.

Strategi Kampanye Digital yang Efektif

Dalam era digital, strategi kampanye yang efektif harus didasarkan pada pemanfaatan teknologi informasi yang optimal³³. Beberapa langkah penting yang dapat dilakukan dalam kampanye digital meliputi:

³⁰ McQuail, D. (2010). "McQuail's Mass Communication Theory." Sage Publications.

³¹ Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). "Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media." *Business Horizons*, 53(1), 59-68.

³² Allcott, H., & Gentzkow, M. (2017). "Social Media and Fake News in the 2016 Election." *Journal of Economic Perspectives*, 31(2), 211-236.

³³Enli, G. (2017). Twitter as Arena for the Authentic Outsider: Exploring the Social Media Campaigns of Trump and Clinton in the 2016 US Presidential Election. *European Journal of Communication*, 32(1), 50–61.

- **Menentukan Tujuan Kampanye**

Kampanye digital yang efektif harus memiliki tujuan yang jelas, baik itu meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap isu tertentu, menggalang dukungan politik, atau meningkatkan jumlah pemilih dalam pemilu.

- **Menargetkan Audiens yang Tepat**

Dengan menggunakan data dan analitik, kampanye dapat menargetkan kelompok pemilih secara spesifik berdasarkan usia, lokasi geografis, minat, dan kebiasaan konsumsi media. Strategi ini memungkinkan kampanye lebih tepat sasaran dan efisien.

- **Memanfaatkan Media Sosial Secara Maksimal**

Platform media sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram, serta YouTube harus dimanfaatkan secara maksimal dalam kampanye politik. Konten menarik, seperti video singkat, infografis, dan siaran langsung, mampu menarik perhatian audiens dan meningkatkan interaksi.

- **Menggunakan Iklan Digital dan SEO**

Kampanye digital dapat diperkuat dengan optimasi mesin pencari (SEO) serta penggunaan iklan berbayar di platform seperti Google Ads dan Facebook Ads digunakan untuk mencapai audiens pemilih yang lebih luas.

- **Membangun interaksi yang Aktif dengan Pemilih**

Respons cepat terhadap komentar dan pertanyaan pemilih di media sosial, serta penggunaan fitur seperti berpondapat dan sesi interaksi tanya-jawab, dapat memperkuat partisipasi audiens dan menciptakan hubungan tersebut lebih erat antara kandidat dan masyarakat.

- **Memonitor dan Mengevaluasi Kinerja Kampanye**

Data analitik dapat membantu dalam menilai efektivitas kampanye serta memberikan wawasan tentang strategi yang perlu disesuaikan agar kampanye lebih berhasil.

4. KESIMPULAN

Secara keseluruhan, media massa memiliki peran yang sangat signifikan dalam kampanye politik, baik melalui media tradisional maupun digital. Keberadaan media memungkinkan masyarakat untuk mendapatkan informasi yang lebih luas mengenai politik dan pemerintahan, serta memberikan ruang bagi kandidat untuk menyampaikan gagasan mereka. Namun, tantangan utama dalam penggunaan media dalam kampanye politik adalah bagaimana memastikan bahwa informasi yang disampaikan akurat, berimbang, dan tidak menyesatkan.

Kemajuan media sosial telah menciptakan peluang baru bagi strategi komunikasi politik yang lebih interaktif dan efisien. Namun, di sisi lain, tantangan terkait misinformasi dan propaganda juga semakin meningkat. Oleh karena itu, regulasi yang ketat serta peningkatan

literasi digital menjadi faktor penting dalam memastikan bahwa media massa dapat berkontribusi positif dalam proses demokrasi.

Dalam menghadapi era digital, strategi kampanye politik perlu senantiasa menyesuaikan diri dengan kemajuan teknologi dan gaya komunikasi yang ada. Dengan memanfaatkan strategi digital yang efektif, politisi dapat lebih mudah menjangkau masyarakat, membangun hubungan yang lebih erat dengan pemilih, serta meningkatkan peluang kemenangan dalam pemilu.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrita, J. (2023). Media sosial sebagai alat kampanye Pemilu 2024: Perspektif komunikasi politik. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 8(1), 30–45.
- Afrita, J. (2023). Peran dan pengaruh media sosial dalam kampanye pemilihan presiden 2024. *Virtu: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(2), 75–90.
- Alfian. (1986). Politik, demokrasi, dan pembangunan di Indonesia. *Jurnal Politik dan Pancasila*, 12(2), 45–67.
- Allcott, H., & Gentzkow, M. (2017). Social media and fake news in the 2016 election. *Journal of Economic Perspectives*, 31(2), 211–236.
- Ardiansyah, F., & Muhaimin, M. (2024). Analisis komunikasi politik dalam kampanye Pemilu: Pendekatan kualitatif terhadap strategi dan dampaknya di media sosial. [Manuskrip tidak diterbitkan].
- Arifin, A. (2019). *Komunikasi politik yang berdasarkan nilai-nilai Pancasila menjadi suatu keniscayaan*. Universitas Katolik Soegijapranata.
- Atqiya, A. N., Muhamad, A., Nasoha, M., & Ramadhani, A. F. (2024). *Pancasila sebagai ideologi negara: Implementasi nilai-nilai dalam kehidupan nasional dan internasional*. [Penerbit tidak disebutkan].
- Atqiya, A. N., Muhamad, A., Nasoha, M., & Rohmawati, A. F. (2024). Urgensi Pancasila sebagai dasar nilai pengembangan ilmu: Perlunya Pancasila sebagai dasar nilai pengembangan ilmu, tantangan Pancasila sebagai dasar nilai pengembangan ilmu. [Nama Jurnal], 2(4). [Informasi jurnal perlu dilengkapi].
- Chadwick, A. (2013). *The hybrid media system: Politics and power*. Oxford University Press.
- Enli, G. (2017). Twitter as arena for the authentic outsider: Exploring the social media campaigns of Trump and Clinton in the 2016 US presidential election. *European Journal of Communication*, 32(1), 50–61.
- Eriyanto. (2018). Media sosial dan perubahan komunikasi politik berbasis Pancasila di Indonesia. *Jurnal Komunikasi Politik*, 5(2), 112–130.
- Handayani, N. (2016). Pola komunikasi dalam ideologi Pancasila. *Al-Munir: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 9(2), 123–134.
- Haryanto, S. (2019). Pancasila dan komunikasi politik: Antara tantangan dan peluang di era digital. *Jurnal Demokrasi Pancasila*, 4(3), 221–239.

- Hermawan, I. C. (2023). Implementasi pendidikan politik pada partai politik di Indonesia. *Jurnal Pendidikan Politik, Hukum dan Kewarganegaraan*, 10(1), 1–10. <https://doi.org/10.35194/jpphk.v10i1.939>
- Heryanto, G. G. (2018). *Media komunikasi politik: Relasi kuasa media di panggung politik*. IRCiSoD.
- Indra Jaya. (2017). Nalar Pancasila dalam komunikasi politik. [Media publikasi tidak disebutkan].
- Istiani, R., & Islamy, M. (2020). Nilai-nilai Pancasila dalam kode etik netizen di media sosial. *Pancasila: Jurnal Keindonesiaan*, 1(1), 203–204.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68.
- Kriyantono, R. (2014). *Teknik praktis riset komunikasi*. Kencana Prenada Media.
- Kuskridho, A. (2018). *Komunikasi politik di era digital*. Gramedia.
- McNair, B. (2011). *An introduction to political communication* (5th ed.). Routledge.
- McQuail, D. (2010). *McQuail's mass communication theory* (6th ed.). Sage Publications.
- Moekahar, F., Ayuningtyas, F., & Hardianti, F. (2022). Social media political campaign model of local elections in Pelalawan Regency Riau. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 10(2), 242. <https://doi.org/10.24198/jkk.v10i2.41680>
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi penelitian kualitatif* (Edisi revisi). Remaja Rosdakarya.
- Muhamad, A., Nasoha, M., Atqiya, A. N., & Widiya, A. A. (2024). Peran Pancasila sebagai pedoman kehidupan berbangsa dan bernegara dalam dinamika sejarah dan perkembangannya. [*Nama Jurnal*], 2, 379–395. [Informasi jurnal perlu dilengkapi].
- Nasoha, A. M. (2024). Pancasila as the foundation of anti-terrorism law in Indonesia. [Informasi penerbit atau jurnal belum lengkap].
- Nasoha, A. M. M., Atqiyah, A. N., & Aulia, D. R. (2025). Konsep dan urgensi dasar negara: Kedudukan Pancasila sebagai sumber dari segala sumber hukum. [*Nama Jurnal*], 5 (UUD 1945). [Perlu dilengkapi].
- Nimmo, D. (1978). Political communication and public opinion. *Journal of Politics*, 40(3), 456–478.
- Norris, P. (2000). *A virtuous circle: Political communications in postindustrial democracies*. Cambridge University Press.
- Nurul Syobah, H. S. (2012). Peran media massa dalam komunikasi politik. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 15(1), 13–20.
- Patriansyah, W., Hasibuan, N., Hasibuan, M., & Juniasih, T. E. (2024). Analisis peran pendidikan politik dalam membangun kesadaran mahasiswa berpartisipasi dalam Pemilu tahun 2024. *Aliansi: Jurnal Hukum, Pendidikan dan Sosial Humaniora*, 1(2), 40–49. <https://doi.org/10.62383/aliansi.v1i2.56>

- Prayogo, D., & Wardhani, N. (2023). Implementasi pendidikan politik bagi masyarakat. *Unnes Political Science Journal*, 6(1), 25–30. <https://doi.org/10.15294/upsj.v6i1.55201>
- Rakhmat, J. (2001). Psikologi komunikasi politik dalam konteks Pancasila. *Jurnal Ilmu Politik*, 6(1), 23–39.
- Reza, M. (2023). Infografik partai politik peserta Pemilu 2024. *Beritasatu*. <https://www.beritasatu.com/bersatu-kawal-p...>