

Pengaruh Media Online Kabarpas Terhadap Efektivitas Kampanye Pilkada Di Kota Pasuruan

Achmad Fauzi, Ahmad Aminuddin
Universitas Yudharta Pasuruan

Email: *Achmadfauzi@gmail.com*, *aminuddin.abioso@gmail.com*

Abstract

This study aims to determine the influence of the online media platform Kabarpas on the effectiveness of political campaigns in the 2024 Pasuruan City Regional Election. The main focus of the study was directed at four important aspects: the intensity of online media use, the quality of the information presented, the public interaction established, and the credibility of Kabarpas in conveying political messages. These four aspects are suspected to contribute significantly to the formation of public political perceptions and voter decision-making. The study used a quantitative approach with a survey method, involving respondents who were Pasuruan City residents as part of the voting population. Data were collected through a questionnaire designed to measure respondents' perceptions of Kabarpas' role in political campaigns. Statistical analysis techniques were used to examine the relationship between online media variables and campaign effectiveness, particularly in influencing the public's level of understanding, interest, and political preferences. The results indicate that Kabarpas plays a significant role in increasing public understanding of the candidates' visions and missions. Furthermore, this medium is also able to strengthen public interest in participating in the political process, both through online discussions and participation in elections. The credibility of the information presented also contributes to public trust, thus directly influencing their political preferences. Thus, it can be concluded that Kabarpas is an effective political communication channel in the 2024 Pasuruan City Pilkada campaign. Its presence not only serves as an information provider but also as an interactive medium that shapes public opinion and strengthens democratic participation at the local level.

Keyword: *Influence, Online Media, Kabarpas, Effectiveness, Campaign*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh media online Kabarpas terhadap efektivitas kampanye politik pada Pilkada Kota Pasuruan tahun 2024. Fokus utama penelitian diarahkan pada empat aspek penting, yaitu intensitas penggunaan media online, kualitas informasi yang disajikan, interaksi publik yang terbangun, serta kredibilitas Kabarpas dalam menyampaikan pesan politik. Keempat aspek tersebut diduga memiliki kontribusi signifikan terhadap pembentukan persepsi politik masyarakat dan pengambilan keputusan memilih. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei, melibatkan responden yang merupakan warga Kota Pasuruan sebagai bagian dari populasi memilih. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang dirancang untuk mengukur persepsi responden terhadap peran Kabarpas dalam kampanye politik. Teknik analisis statistik digunakan untuk menguji hubungan antara variabel media online dengan efektivitas kampanye, khususnya dalam memengaruhi tingkat pemahaman, minat, serta preferensi politik masyarakat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kabarpas memiliki peran signifikan dalam meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai visi dan misi kandidat. Selain itu, media ini juga mampu memperkuat minat publik untuk berpartisipasi dalam proses politik, baik melalui diskusi daring maupun keikutsertaan dalam pemilihan. Kredibilitas informasi yang ditampilkan turut mendorong kepercayaan masyarakat sehingga berpengaruh langsung terhadap preferensi politik

mereka. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Kabarpas menjadi salah satu saluran komunikasi politik yang efektif dalam kampanye Pilkada Kota Pasuruan 2024. Keberadaannya tidak hanya sebagai penyedia informasi, tetapi juga sebagai medium interaktif yang membentuk opini publik dan memperkuat partisipasi demokratis di tingkat lokal.

Kata sandi: Pengaruh, Media Online, Kabarpas, Efektivitas, Kampanye

Pendahuluan

Pada tahun 2024, seluruh wilayah di Indonesia kembali merasakan atmosfer pesta demokrasi melalui pelaksanaan Pemilihan Umum (Pemilu) serentak. (Satria & Chahnia, 2024) Momentum ini tidak hanya mencakup pemilihan presiden dan wakil presiden, tetapi juga pemilihan kepala daerah (Pilkada) yang dilangsungkan secara serempak di berbagai provinsi, kabupaten, dan kota, termasuk Kota Pasuruan. Pilkada, atau Pemilihan Kepala Daerah, adalah proses pemilihan yang dilakukan oleh masyarakat untuk memilih gubernur, bupati, dan wali kota secara langsung. Proses ini diatur oleh Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2020 dan dilaksanakan setiap lima tahun. Komisi Pemilihan Umum (KPU) bertanggung jawab untuk menyelenggarakan Pilkada, sementara pengawasan dilakukan oleh Badan Pengawas Pemilu (Bawaslu). Pilkada merupakan bagian penting dari mekanisme demokrasi yang tidak hanya menentukan arah kepemimpinan, tetapi juga berdampak luas terhadap tatanan sosial, ekonomi, dan politik masyarakat. (Satria & Chahnia, 2024) Pemilihan umum atau Pemilu memiliki peranan yang sangat penting dalam menentukan arah dan kepemimpinan suatu negara.

Pemilu bukan sekadar mekanisme formal untuk memilih pemimpin, melainkan juga merupakan platform di mana opini publik dibentuk dan dipengaruhi secara mendalam. Salah satu elemen penting dalam proses ini adalah komunikasi politik, yang berperan strategis dalam membentuk dan mengubah pandangan serta sikap masyarakat terhadap kandidat, partai politik, dan isu-isu penting yang dihadapi negara. (Samad et al., 2023). Komunikasi politik adalah suatu hal yang kompleks dan strategis yang melibatkan pertukaran pesan dan informasi antara aktor-aktor politik, termasuk kandidat, partai politik, pemerintah, dan masyarakat. Tujuan utama dari komunikasi politik adalah untuk membentuk, memengaruhi, dan menjaga opini publik terkait isu-isu politik dan kebijakan. (Basarah & Romaria, 2020) Melalui berbagai saluran komunikasi, seperti pidato, iklan politik, wawancara media, dan kehadiran di media sosial, aktor politik berusaha untuk menciptakan citra positif, merespons kritik, dan mengkomunikasikan visi serta agenda politik mereka. Pandangan masyarakat yang transparan dan informatif memiliki peran penting dalam memberikan masukan kepada pemimpin politik, membentuk agenda kebijakan, dan menentukan arah kebijakan yang diambil. (Askana Fikriana & M. Kahfi Rezki, 2023)

Dengan menggabungkan elemen retorika, psikologi, dan media, komunikasi politik menjadi instrumen yang sangat penting dalam membentuk persepsi masyarakat dan mendapatkan dukungan yang diperlukan untuk mencapai tujuan politik. Komunikasi politik kini semakin menjadi fokus utama dalam kajian ilmu politik dan hubungan masyarakat, terutama dalam konteks pemilihan umum Pilkada. Fenomena ini berkaitan erat dengan perubahan dinamika sosial, politik, dan teknologi yang terus mengalami perkembangan yang signifikan. Khususnya teknologi digital, pertumbuhan teknologi digital termasuk media online membuat proses mendapatkan berbagai informasi atau berita menjadi lebih mudah, cepat, praktis, dan murah. Oleh karena itu, komunikasi politik tidak

hanya berfungsi sebagai sarana untuk menyampaikan pesan, tetapi juga alat strategi dalam pembentukan opini publik.(Samad et al., 2023). Dalam pandangan McQuail yang dikutip oleh Romelte, media online menyediakan saluran bagi pesan komunikasi untuk disebarkan dengan cepat melalui teknologi internet, melibatkan audiens dalam proses interaksi dan komunikasi yang lebih baik. Berbeda dengan media lama yang menyampaikan informasi secara lambat, media baru menawarkan kecepatan dalam penyampaian informasi. Informasi di media baru tidak disampaikan secara berkala seperti pada media lama. Sebaliknya, media baru menyediakan informasi terkini yang dapat diperbarui setiap jam.



Gambar 1. 1 Rangkuman Perkembangan Media Informasi.

Sumber:Kompas.id

Dengan kemajuan teknologi informasi dan media, informasi saat ini dapat disampaikan dan diakses dengan lebih cepat dan lebih luas oleh masyarakat, Baik media massa maupun media sosial mengalami perkembangan yang sangat signifikan.(Ariana, 2016) Media yang dulunya bersifat klasik, seperti media elektronik dan cetak, kini bertransformasi menjadi media baru (new media) yang berbasis internet. Media baru ini berfungsi sebagai saluran akses untuk media sosial di berbagai sektor, seperti pendidikan, budaya, sosial, ekonomi, hukum, dan politik. Perkembangan media ini didorong oleh kebutuhan yang semakin besar akan informasi yang cepat, akurat, dan terpercaya. Pemanfaatan media online dan sosial dalam kampanye politik menandai kemajuan dalam kajian komunikasi politik. Media juga tidak bisa dipisahkan dari perkembangan budaya dan teknologi. Bahkan, media massa dan media sosial sudah menjadi bagian integral dari budaya manusia modern. Informasi yang disediakan media menjadi kebutuhan dasar bagi individu, masyarakat, organisasi, hingga budaya suatu daerah. (Irhamdi, 2018)

Media sosial dapat dianggap sebagai pendorong dalam keterlibatan kampanye politik dan memperkuat kemampuan KPU dalam menyebarkan informasi tentang Pilkada, serta untuk meningkatkan jangkauan kepada masyarakat atau sektor swasta.(Iman, 2019) Pada masa pemilu Pilkada, media sosial berperan sebagai alat pendukung dalam menyebarkan informasi secara langsung dari lembaga pemilu seperti KPU dan Bawaslu, serta dari kandidat, pendukung, dan masyarakat umum tanpa perlu melalui interpretasi pihak ketiga.(Ahmadi & Gunarti, 2023) Penggunaan media online dan media sosial dalam kampanye politik juga menandai kemajuan dalam studi komunikasi politik. Khususnya pada pelaksanaan Pemilu dan Pilkada serentak di Indonesia, berbagai informasi seputar kampanye serta jadwal pemungutan suara dapat tersebar dengan cepat kepada para pemilih dalam hitungan detik. Jaringan informasi ini memberikan dampak luas dan mendalam, sehingga tidak ada peristiwa politik dan masalah yang luput dari pemberitaan. Semua berita menjadi bersifat global ketika disiarkan melalui media elektronik.(Kurniasih & Setianti, 2024)

Penggunaan Media online atau media sosial untuk membantu kegiatan kampanye diatur dalam peraturan KPU Nomor 15 Tahun 2023 tentang pemilihan umum lebih tepatnya pada pasal 1

nomor 18, 25, dan 26 dimana pada pasal 1 nomor 18 menjelaskan bahwa Kampanye Pemilu adalah kegiatan Peserta Pemilu atau pihak lain yang ditunjuk oleh Peserta Pemilu untuk meyakinkan pemilih dengan menawarkan visi, misi, program dan/atau citra diri Peserta Pemilu. Kemudian pada pasal 1 nomor 25 menjelaskan Media Sosial adalah platform berbasis internet yang bersifat dua arah yang memungkinkan para penggunanya berinteraksi, berpartisipasi, berdiskusi, berkolaborasi, berbagi, serta menciptakan konten berbasis komunitas. Pada Pasal 1 nomor 26 menjelaskan bahwa Media Dalam Jaringan yang selanjutnya disebut Media Daring adalah segala bentuk platform media dalam jaringan internet atau online yang memiliki tautan, konten aktual secara multimedia, atau fasilitasi pertemuan dengan menggunakan teknologi informasi.(Purnomo, 2020) Kampanye Pilkada menggunakan media sosial sebagai salah satu wadah untuk memberikan informasi terkait kegiatan yang berlangsung selama Pemilu tentu merupakan suatu upaya yang positif guna meningkatkan antusiasme masyarakat dalam bidang politik.(Lionardo & Nasirin, 2020)

Fenomena perubahan bentuk komunikasi dari media cetak ke media online dalam memberikan informasi terkait kampanye juga terjadi di Kota Pasuruan, dimana sebelum bertransformasi ke media baru masyarakat Kota Pasuruan mendapatkan informasi seputar pemilu hanya dari media klasik, dimana informasi yang diperoleh sangat pasif dan kurang interaktif bagi masyarakat. Menurut Wisesa agung, kehadiran media baru berbasis digital membuat informasi politik tidak hanya semakin masif, tetapi juga terdistribusi dengan cepat dan bersifat interaktif. Dengan karakteristiknya itu tidak sedikit aktor politik di sejumlah negara memanfaatkan media sosial proses kampanye politik.(Pahruraji & Hyangsewu, 2023)

Kabarpas menjadi Salah satu Media digital berbasis Portal berita yang ada di Kabupaten Pasuruan, dalam kegiatannya Kabarpas menyajikan informasi terkini dan terpercaya dengan fokus utama pada berita lokal, baik yang berasal dari Pasuruan maupun wilayah sekitar Tapal Kuda. Sebagai media digital yang berkembang, Kabarpas memiliki komitmen untuk memberikan informasi yang cepat, akurat, dan relevan kepada Masyarakat. Media ini berfokus pada perkembangan daerah Pasuruan dan wilayah sekitarnya, dengan meliputi berbagai topik seperti politik, ekonomi, sosial, budaya, dan hiburan. Peneliti dalam penelitian ini berfokus dalam seberapa pengaruhnya media digital Kabarpas terhadap efektivitas Pilkada di Kota Pasuruan, permasalahan yang peneliti dapatkan masih banyak nya masyarakat Kota Pasuruan yang kurang memahami informasi mengenai calon, visi-misi, tahapan-tahapan, dan kegiatan seputar Pilkada di Kota Pasuruan. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengkaji sejauh mana pengaruh media online Kabarpas terhadap efektivitas pelaksanaan kampanye Pilkada di Kota Pasuruan.

Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam kajian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan metode survei.(Sugiono, 2011) Pendekatan ini dipilih karena penelitian bertujuan untuk mengukur sejauh mana pengaruh media online Kabarpas terhadap efektivitas kampanye politik pada Pilkada Kota Pasuruan. Dengan pendekatan kuantitatif, data yang diperoleh dapat dianalisis secara objektif menggunakan teknik statistik sehingga menghasilkan temuan yang terukur. Populasi penelitian adalah seluruh warga Kota Pasuruan yang memiliki hak pilih dalam Pilkada 2024. Dari populasi tersebut, peneliti menentukan sampel dengan teknik purposive random sampling, yaitu memilih responden yang aktif mengakses media online Kabarpas serta terlibat dalam dinamika politik lokal. Jumlah

sampel ditentukan berdasarkan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan tertentu sehingga representatif terhadap populasi pemilih.(Sugiono, 2011)

Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner dengan skala Likert untuk mengukur variabel-variabel penelitian. Variabel independen terdiri dari intensitas penggunaan Kabarpas, kualitas informasi yang disajikan, interaksi publik yang terjadi melalui media tersebut, serta kredibilitas Kabarpas. Variabel dependen adalah efektivitas kampanye politik, yang diukur melalui pemahaman pemilih terhadap visi-misi kandidat, peningkatan minat partisipasi, dan pengaruh terhadap preferensi politik. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel independen terhadap efektivitas kampanye.(Sugiono, 2011) Uji validitas dan reliabilitas dilakukan terlebih dahulu untuk memastikan instrumen penelitian layak digunakan. Selain itu, uji asumsi klasik juga diterapkan untuk memastikan keakuratan model analisis. Dengan metode ini, penelitian diharapkan mampu memberikan gambaran empiris mengenai peran strategis media online Kabarpas sebagai sarana komunikasi politik modern dalam memperkuat efektivitas kampanye Pilkada di Kota Pasuruan.

Hasil dan Pembahasan

A. Teori Komunikasi Politik

Teori komunikasi politik yang dikemukakan oleh McQuail (2010) menyoroti bahwa kemajuan media baru telah secara signifikan mengubah cara komunikasi politik. Salah satu perubahan utama yang dihadirkan oleh media digital adalah munculnya interaksi dua arah antara calon politik dan masyarakat pemilih.(Laura, n.d.) McQuail mengemukakan bahwa media digital memungkinkan terjadinya komunikasi yang lebih partisipatif, dialogis, dan bersifat personal, dibandingkan dengan media massa tradisional yang umumnya bersifat satu arah. Dalam konteks kampanye politik, media daring seperti portal berita, media sosial, dan platform digital lainnya memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk tidak hanya menerima informasi politik, tetapi juga untuk memberikan tanggapan, membagikan pendapat, dan berpartisipasi dalam diskusi politik. Interaktivitas ini memperkuat hubungan antara kandidat dan pemilih, serta meningkatkan kualitas komunikasi politik secara keseluruhan.(Annisa & Ulfatun Najicha, 2021) McQuail menegaskan bahwa suksesnya komunikasi politik digital bergantung pada kemampuan media dalam menjembatani informasi yang relevan, terpercaya, dan dapat diterima oleh publik, sekaligus menyediakan ruang untuk partisipasi yang aktif. Dalam penelitian ini, teori McQuail digunakan untuk menguraikan bagaimana media online Kabarpas berperan sebagai alat strategis dalam menyampaikan konten kampanye yang informatif dan interaktif, sehingga mampu memengaruhi pemahaman, persepsi, dan niat memilih masyarakat Kota Pasuruan dalam Pilkada.

B. Media Online

Media sosial adalah platform atau situs web yang memungkinkan penggunanya untuk membuat dan mendistribusikan konten kepada jaringan sosial yang telah mereka bangun, seperti teman dan pengikut.(Prihatmojo & Badawi, 2020) Media online atau Media sosial menurut Antony Mayfield (2008) mengemukakan definisi media sosial sebagai platform yang memungkinkan penggunanya untuk berpartisipasi dengan mudah, berbagi, dan menciptakan peran. Media sosial mencakup berbagai bentuk seperti blog, jejaring sosial, wiki atau ensiklopedia daring, forum virtual, serta dunia maya yang menggunakan avatar atau karakter 3D. Media sosial berfungsi sebagai

platform di mana setiap orang dapat membuat situs web pribadi dan terhubung dengan teman-teman untuk berbagi informasi serta berkomunikasi. Beberapa contoh media sosial yang paling terkenal adalah Facebook, Twitter, dan Instagram. Berbeda dengan media tradisional yang menggunakan media cetak dan siaran, media sosial memanfaatkan internet sebagai medium utama

Media sosial Menurut Brogan (2020), “Social media is a new set of communication and collaboration tools that enable many types of interactions that were previously not available to the common person” (“Media sosial merupakan seperangkat alat komunikasi dan kolaborasi yang baru, yang memungkinkan berbagai interaksi yang sebelumnya tidak dapat dilakukan oleh orang biasa.”). Media sosial atau media online menurut beberapa teori diatas dapat disimpulkan bahwa media sosial atau media online merupakan suatu wadah atau alat komunikasi yang didalamnya terdapat informasi yang mudah dan cepat untuk bisa diakses oleh semua orang, media sosial atau media online sangatlah bergantung pada ketersediaan jaringan internet agar selalu dapat terhubung dan memberikan informasi-informasi yang terkini.

C. Konsep Kampanye Politik

Kampanye politik adalah kegiatan yang selalu menyertai pelaksanaan pemilu, bertujuan untuk menyampaikan pesan-pesan politik kepada masyarakat mengenai rencana pasangan calon jika mereka terpilih sebagai pemenang. Harapannya, masyarakat akan memberikan dukungan dalam proses pemilihan. Kampanye Menurut Rogers dan Storey, serangkaian kegiatan komunikasi yang terorganisasi dengan tujuan untuk menciptakan suatu akibat tertentu terhadap sasaran secara berkelanjutan dalam periode tertentu. Definisi yang diusulkan oleh Rogers dan Storey menjadi yang paling terkenal dalam diskusi mengenai kampanye, karena mencakup keseluruhan proses dan fenomena yang terjadi dalam praktik kampanye di lapangan. “*A campaigns is conscious, sustained and incremental process designed to be implemented over a specified period of time for the purpose of influencing a specified audience*” (Kampanye adalah suatu rangkaian kegiatan yang dirancang secara sistematis, dilakukan secara bertahap dan berkelanjutan dalam periode waktu tertentu, dengan maksud untuk memengaruhi kelompok sasaran yang telah ditetapkan.).

Menurut pendapat Rice dan Paisley, kampanye diartikan sebagai keinginan untuk memengaruhi kepercayaan serta perilaku individu lain dengan menggunakan daya tarik yang bersifat komunikatif. Sebuah kampanye politik adalah metode komunikasi yang dilakukan oleh individu, kelompok, atau organisasi politik dalam periode tertentu untuk meraih dukungan dari publik.(Alfiyani, 2018). Menurut *International Freedom of Expression Exchange* (IFEX), kampanye diartikan sebagai serangkaian kegiatan yang bertujuan untuk mendorong perubahan sosial yang signifikan. Semua aktivitas dalam kampanye diharapkan dapat mempengaruhi masyarakat melalui komunikasi dua arah. Pembuat keputusan memiliki dua alternatif, yaitu pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung, yang dapat dilakukan melalui media tertentu untuk membentuk opini publik dan mendukung kegiatan kampanye. Dapat disimpulkan bahwa Kampanye politik adalah elemen penting dalam proses pemilihan umum yang bertujuan untuk menyampaikan pesan-pesan politik kepada masyarakat demi mendapatkan dukungan dalam pemilihan.(Efendi & Ibnu Sholeh, 2023)

Kampanye ini tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga bersifat persuasif, dengan harapan dapat memengaruhi sikap, pandangan, dan perilaku publik terhadap calon tertentu. Para ahli seperti

Rogers dan Storey, serta Rice dan Paisley, menjelaskan bahwa kampanye adalah proses komunikasi yang dirancang dengan sadar, terstruktur, dan berlangsung dalam periode tertentu, dengan tujuan untuk memengaruhi kelompok sasaran secara sistematis. Kampanye juga dianggap sebagai bentuk komunikasi dua arah yang melibatkan interaksi aktif antara komunikator dan audiens, serta dapat dilakukan melalui berbagai saluran, termasuk media massa dan digital. Lebih jauh lagi, kampanye tidak hanya bertujuan untuk meraih kemenangan dalam pemilu, tetapi juga berfungsi sebagai alat untuk membentuk opini publik, mendorong perubahan sosial, dan meningkatkan partisipasi masyarakat dalam proses demokrasi.

D. Pengaruh Media Online Kabarpas Terhadap Efektivitas Kampanye Pilkada Di Kota Pasuruan

Dalam era digital saat ini, penggunaan media online sebagai sarana penyebaran informasi politik mengalami peningkatan signifikan. Hal ini juga tercermin dalam konteks lokal, seperti yang terjadi di Kota Pasuruan dalam pelaksanaan Pilkada. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan media online Kabarpas berpengaruh secara signifikan terhadap efektivitas kampanye politik. Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa nilai t hitung sebesar 5,424 lebih besar dari t tabel sebesar 1,660, serta nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, hipotesis dalam penelitian ini diterima, yang berarti terdapat pengaruh signifikan dari penggunaan media online Kabarpas terhadap efektivitas kampanye Pilkada Kota Pasuruan. Lebih jauh, pengujian koefisien determinasi (R Square) dalam penelitian ini memberikan informasi tentang seberapa besar variabel independen, yakni penggunaan media online Kabarpas, menjelaskan variasi dari variabel dependen, yaitu efektivitas kampanye. Jika nilai R Square mendekati angka 1, maka semakin besar pula kontribusi media online dalam memengaruhi efektivitas penyebaran informasi politik. Temuan ini memperkuat bahwa media online tidak hanya berfungsi sebagai alat informasi, tetapi juga sebagai strategi komunikasi politik yang berperan aktif dalam membentuk pemahaman dan persepsi politik masyarakat. (Masyarakat, 2017)

Secara teoritis, hasil ini selaras dengan teori komunikasi politik yang dikemukakan oleh Denis McQuail (2010). McQuail menegaskan bahwa media digital telah menciptakan bentuk komunikasi politik yang lebih partisipatif, dialogis, dan personal. Dalam hal ini, Kabarpas sebagai media online lokal menyediakan ruang interaksi dua arah antara kandidat politik dan masyarakat pemilih. Masyarakat tidak lagi menjadi audiens pasif, melainkan aktif dalam memberikan tanggapan, menyuarakan opini, dan berdiskusi terkait isu politik melalui kolom komentar, like, share, atau bentuk partisipasi lainnya. Media online menjembatani kebutuhan masyarakat akan informasi yang aktual dan relevan, sekaligus memberikan ruang untuk partisipasi publik. Selanjutnya, teori *Uses and Gratification* dari Blumler dan Katz juga relevan dalam konteks ini. Teori ini menekankan bahwa individu menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan tertentu, seperti kebutuhan informasi, hiburan, integrasi sosial, hingga ekspresi personal. Pengguna media online seperti Kabarpas memilih platform ini karena dirasa mampu memenuhi kebutuhan mereka akan informasi politik yang terpercaya dan mudah diakses. Hal ini menunjukkan bahwa efektivitas kampanye tidak hanya ditentukan oleh pesan yang disampaikan, tetapi juga oleh preferensi media yang digunakan oleh masyarakat. (Rasyid et al., 2024)

Penelitian ini juga diperkuat oleh teori media sosial dari Antony Mayfield (2008) yang menyatakan bahwa media sosial memungkinkan pengguna untuk berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan peran mereka sendiri dalam proses komunikasi. Media seperti Kabarpas memungkinkan siapa saja untuk mengakses, membaca, dan bahkan menyebarkan ulang informasi politik yang mereka anggap penting. Dengan demikian, proses komunikasi politik menjadi lebih horizontal dan desentralistik, di mana otoritas informasi tidak lagi dimonopoli oleh lembaga formal atau media arus utama, melainkan tersebar luas di tangan publik. Karakteristik media sosial sebagaimana dijelaskan oleh Purnama (2021), seperti jangkauan luas (reach), aksesibilitas, kemudahan penggunaan, kecepatan penyebaran (immediacy), dan keberlanjutan konten (permanence), semuanya relevan dalam menjelaskan bagaimana media seperti Kabarpas dapat memengaruhi efektivitas kampanye. Kecepatan penyebaran memungkinkan pesan kampanye menjangkau publik dalam waktu singkat. Aksesibilitas menjamin bahwa informasi tersedia untuk berbagai kalangan masyarakat. Sedangkan keberlanjutan konten memungkinkan pesan kampanye tetap dapat diakses kapan saja, memungkinkan masyarakat untuk mengevaluasi ulang pesan politik secara kritis. (Abdullah, 2017)

Kaplan dan Haenlein (2010) juga menyoroti bentuk-bentuk media sosial yang dapat dimanfaatkan dalam kampanye politik, mulai dari blog, konten komunitas seperti YouTube, jejaring sosial seperti Facebook, hingga dunia virtual. Dalam hal ini, Kabarpas mengintegrasikan elemen-elemen tersebut untuk membentuk platform yang tidak hanya menyajikan informasi, tetapi juga mendorong diskusi politik. Ini menunjukkan bahwa media online seperti Kabarpas tidak hanya memainkan peran dalam penyebaran informasi politik, tetapi juga dalam membentuk opini dan kesadaran politik warga. Penelitian terdahulu turut memperkuat hasil ini. Nuraini (2019) dalam penelitiannya mengenai media sosial lokal di Pilkada Kota Malang menyatakan bahwa media daring lokal yang aktif menyajikan informasi politik secara interaktif mampu membentuk persepsi publik secara signifikan. Demikian pula, Siregar (2020) menyimpulkan bahwa media lokal memiliki kekuatan kedekatan emosional dengan masyarakat, sehingga pesan yang disampaikan lebih cepat diterima dan berdampak terhadap keputusan memilih. Lebih lanjut, media sosial juga memiliki kekuatan viral sebagaimana diungkapkan oleh Puntoadi (2011).

Informasi yang dikemas dalam bentuk menarik seperti infografis, video pendek, atau meme politik mudah tersebar dan menjadi bahan diskusi luas di masyarakat. Dalam konteks Pilkada Pasuruan, strategi Kabarpas dalam menyajikan konten kreatif berkontribusi terhadap meningkatnya eksposur dan partisipasi politik warga. Berdasarkan seluruh temuan di atas, dapat disimpulkan bahwa penggunaan media online Kabarpas dalam kampanye Pilkada di Kota Pasuruan secara signifikan memengaruhi efektivitas penyebaran informasi politik. Hal ini tidak hanya terbukti secara statistik, tetapi juga didukung oleh teori komunikasi politik modern dan berbagai hasil penelitian terdahulu. Media online Kabarpas telah menjadi instrumen strategis dalam mendekatkan informasi politik kepada masyarakat, sekaligus menjadi ruang partisipasi publik yang demokratis dalam proses pemilihan kepala daerah.

Kesimpulan

Penggunaan media online Kabarpas terbukti memiliki pengaruh yang signifikan dalam menyebarluaskan informasi politik seputar kampanye Pilkada kepada masyarakat Kota Pasuruan.

Media ini mampu menjadi jembatan komunikasi antara kandidat politik dan pemilih melalui penyampaian konten yang informatif, cepat, dan mudah diakses. Karakteristik media online yang interaktif memungkinkan masyarakat tidak hanya menjadi penerima informasi, tetapi juga berpartisipasi aktif dalam diskusi politik. Hal ini menunjukkan bahwa Kabarpas telah berperan sebagai medium yang efektif dalam meningkatkan pemahaman, keterlibatan, dan kesadaran politik masyarakat selama masa kampanye. Jika dikaitkan dengan teori komunikasi politik McQuail, serta teori *Uses and Gratification* dari Blumler dan Katz, kehadiran Kabarpas sebagai media online lokal mendukung terbentuknya komunikasi politik yang partisipatif dan dialogis. Masyarakat menggunakan platform ini untuk memenuhi kebutuhan informasi politik yang relevan dan terpercaya. Dibandingkan media tradisional, Kabarpas lebih adaptif dalam menyajikan konten politik yang menarik dan sesuai dengan preferensi audiens lokal. Dengan demikian, media online Kabarpas secara strategis telah memperkuat efektivitas kampanye Pilkada di Kota Pasuruan melalui penyampaian pesan yang mampu memengaruhi opini dan perilaku memilih masyarakat.

Daftar Pustaka

- Abdullah, A. (2017). Membaca Komunikasi Politik Gerakan Aksi Bela Islam 212: Antara Politik Identitas dan Ijtihad Politik Alternatif. *Jurnal An-Nida'*, 41(2), 202–212.
- Ahmadi, M., & Gunarti, T. T. (2023). Etika Komunikasi Dalam Dunia Maya. *J-KIs: Jurnal Komunikasi Islam*, 4(2), 237–246. <https://doi.org/10.53429/j-kis.v4i2.818>
- Alfiyani, N. (2018). Media Sosial Sebagai Strategi Komunikasi Politik. *Potret Pemikiran*, 22(1). <https://doi.org/10.30984/pp.v22i1.762>
- Annisa, H., & Ulfatun Najicha, F. (2021). KONSEKUENSI GEOPOLITIK ATAS PERDAGANGAN INTERNASIONAL INDONESIA. *Jurnal Global Citizen: Jurnal Ilmiah Kajian Pendidikan Kewarganegaraan*. <https://doi.org/10.33061/jgz.v10i2.5768>
- Ariana, R. (2016). Telaah Sosiologi Pengetahuan Terhadap Konteks Pewahyuan Al-Qur'an. *Studi Quran Dan Hadis*, 3(2), 1–23.
- Askana Fikriana, & M. Kahfi Rezki. (2023). Etika Politik Dan Kualifikasi Calon Legislatif Dalam Pemilu: Perspektif Fiqih Siyasah. *ALADALAH: Jurnal Politik, Sosial, Hukum Dan Humaniora*. <https://doi.org/10.59246/aladalah.v2i1.657>
- Basarah, F. F., & Romaria, G. (2020). Perancangan Konten Edukatif Di Media Sosial. *Jurnal Abdi Masyarakat (JAM)*, 5(2), 22. <https://doi.org/10.22441/jam.2020.v5.i2.006>
- Efendi, N., & Ibnu Sholeh, M. (2023). Dinamika Sosial Dalam Proses Pengambilan Keputusan dalam Manajemen Pendidikan Islam. *Attamwir: Jurnal Keislaman Dan Pendidikan*, 14(2), 45–67. <https://doi.org/10.53915/jurnalkeislamandanpendidikan.v14i2.421>
- Iman, S. B. (2019). Sistem Komunikasi Dakwah di Era Digital. *Jurnal Kajian Ilmu Dan Budaya Islam*, 2(02), 105–116.
- Irhamdi, M. (2018). Menghadirkan Etika Komunikasi Dimedia Sosial (Facebook). *Komunike*, 10(2), 139–152. <https://doi.org/10.20414/jurkom.v10i2.676>
- Kurniasih, E., & Setianti, Y. (2024). Strategi Personal Branding Anies Baswedan dalam Membangun Komunikasi Politik Melalui Instagram. *Ekspresi Dan Persepsi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(1), 123–140. <https://doi.org/10.33822/jep.v7i1.6074>
- Laura, F. M. (n.d.). *Studi Netnografi Tayangan Paranormal Experience "Rumah Eyang" Channel Youtube Raditya Dika*. Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.
- Lionardo, A., & Nasirin, C. (2020). Leadership management and youth competencies in the administration of public policy in Indonesia. *International Journal of Economics and Business Administration*, 8(3), 335–343. <https://doi.org/10.35808/ijeaba/520>

- Masyarakat, P. (2017). Dampak komunikasi politik dan opini publik terhadap perilaku masyarakat. *Wacana*, 16, 171–179.
- Pahruraji, M., & Hyangsewu, P. (2023). Prinsip Tindak Kesantunan Verbal Dan Non-Verbal Dalam Perspektif Islam (Studi Interdisipliner: Bahasa Dan Islam). *Qolamuna : Jurnal Studi Islam*, 8(2), 66–80. <https://doi.org/10.55120/qolamuna.v8i2.896>
- Prihatmojo, A., & Badawi. (2020). Pendidikan Karakter di Sekolah Dasar Mencegah Degradasi Moral di Era 4.0. *Jurnal Riset Pedagogik* 4, 4(1), 142–152.
- Purnomo, I. I. (2020). Aplikasi Game Edukasi Lingkungan Agen P Vs Sampah Berbasis Android Menggunakan Construct 2. *Technologia: Jurnal Ilmiah*, 11(2), 86. <https://doi.org/10.31602/tji.v11i2.2784>
- Rasyid, S. A., Cinu, S., Wijaya, N., Sinala, A., Uja, S. K., & Riskan, A. (2024). Konstruksi Media Sosial Dalam Pembentukan Perilaku Konsumen Kecantikan (Studi Pada Mahasiswi Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Tadulako). *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(4), 8887–8901.
- Samad, M. Y., Pramuji, A., Kusnarno, T., & Erry S, H. (2023). Dinamika Pengguna Media Sosial Terkait Calon Presiden Pemilihan Umum 2024. *Gema Kampus IISIP YAPIS Biak*, 18(2), 108–116. <https://doi.org/10.52049/gemakampus.v18i2.329>
- Satria, N., & Chahnia, J. (2024). Integrasi Prinsip Syura dan Demokrasi : Tinjauan Pemilihan Kepala Daerah dalam Hukum Islam dan Indonesia. *Jurnal Hukum Pidana Dan Ketatanegaraan Islam*, 14(2), 19.
- Sugiono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta.