

PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL UNTUK IKLAN KAMPANYE PASANGAN CALON PADA PEMILIHAN WALIKOTA BANJARMASIN

Ellisa Vikalista¹⁾, Atika²⁾

^{1,2)}Universitas Lambung Mangkurat
Alamat Email : ellisavikalista.fisip@ulm.ac.id

ABSTRACT

The growth of information technology amidst COVID-19 pandemic has forced the adaptation of simultaneously regional head elections in 2020, particularly in conducting campaign. This study analyses the utility of social media in political campaign by candidates in Banjarmasin's Mayor Election. Research approach utilised is qualitative with descriptive analyses. One of key informants was the incumbent Mayor of Banjarmasin, H.Ibnu Sina, and challenger Hj. Ananda. While supporting informants was officials from Election Surveillance Agency (Bawaslu) and Election Commission (KPU) in Banjarmasin city. Data obtained from observation, interviews, and documentation. This study shows that both candidates utilised several social media platforms in campaigning. Those platforms are: facebook, instagram, twitter dan youtube. Those accounts are not managed personally by the candidates, but by their campaign managers.

Keywords: *campaign advertisement, social media, simultaneously regional head elections*

ABSTRAK

Kondisi pandemi COVID-19 yang semakin meluas menuntut penyesuaian menyeluruh terhadap pelaksanaan berbagai proses dan tahapan dalam Pemilihan Kepada Daerah Tahun 2020, khususnya pada pelaksanaan kampanye. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pemanfaatan media sosial dalam iklan kampanye oleh Pasangan Calon pada Pemilihan Walikota Banjarmasin Tahun 2020. Pendekatan dan tipe yang digunakan yaitu kualitatif deskriptif. Informan kunci adalah calon Walikota Banjarmasin, dari pihak petahana dan calon di luar petahana. Adapun informan pendukung adalah pihak Bawaslu Kota Banjarmasin dan KPU Kota Banjarmasin. Data diperoleh dari observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil temuan menunjukkan masing-masing Pasangan Calon memanfaatkan berbagai platform media sosial dalam melakukan iklan kampanye, yaitu instagram, facebook, kanal youtube dan twitter. Instagram merupakan platform yang paling sering digunakan oleh kedua pasangan calon, terlihat dari sejumlah fitur yang dimanfaatkan untuk keperluan kampanye politik, seperti mengunggah foto dan video, menggunakan caption, tanda tagar atau hastag dalam setiap postingan, menggunakan kolom komentar dan fasilitas Direct Message (DM) untuk berkomunikasi dengan follower, menggunakan fitur explore untuk mencari/melihat kampanye tim sendiri atau kampanye dari calon lain,serta menggunakan instagram story dan IG TV.

Kata Kunci: iklan kampanye, media sosial, pilkada serentak