

## SOSIALISASI KAMPANYE POLITIK MELALUI MEDIA SOSIAL DI KOTA TANJUNGPINANG

Nur Aslamaturrahmah Dwi Putri\*<sup>1</sup>, Yudhanto Satyagraha Adiputra<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Program Studi Ilmu Pemerintahan, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Maritim Raja Ali Haji

\*E-mail: nuraslamdp@umrah.ac.id

### **Abstract**

*Conventional democracy that is usually used slowly changes but not as a whole becomes digital democracy. The dimensions of a digital democracy are the dimensions of the campaign which is one of the sequences that must be passed by the candidate pair during the democratic party, namely the election. Political campaigns that used to spend huge amounts of money because they were carried out conventionally turned to political campaigns with quite cheap costs, namely by using social media. But in its implementation the interactions that occurred during the campaign on social media took place very intensely but many were charged with violations, namely hoaxes, hate speech and containing elements of SARA. This is due to the lack of public knowledge of the mechanisms and rules for campaigning on social media. So it is very necessary to hold community service activities in the form of socialization in order to increase public knowledge so as not to be ensnared by law in the current political years. With the hope that the community will be wiser in interacting on social media and conducive conditions in a regional head election or presidential election can be achieved.*

**Keywords**—Socialization, Politic Campaign, Social Media

### **Abstrak**

*Demokrasi konvensional yang biasanya digunakan perlahan berubah namun tidak secara keseluruhan menjadi demokrasi digital. Adapun dimensi dari pada suatu demokrasi digital adalah dimensi kampanye yang merupakan salah satu urutan yang harus dilalui oleh pasangan calon pada saat pesta demokrasi yaitu pemilu. Kampanye politik yang tadinya menghabiskan dana yang begitu besar karena dilaksanakan secara konvensional beralih kepada kampanye politik dengan biaya yang cukup murah yaitu dengan menggunakan media sosial. Namun dalam pelaksanaannya interaksi yang terjadi pada masa kampanye di media sosial berlangsung sangat intens namun banyak bermuatan pelanggaran yaitu hoax, ujaran kebencian dan mengandung unsur SARA. Hal ini dikarenakan minimnya pengetahuan masyarakat akan mekanisme dan aturan berkampanye di media sosial. Maka sangat perlu diadakan kegiatan pengabdian masyarakat dalam bentuk sosialisai guna menambah pengetahuan masyarakat agar tidak terjerat oleh hukum di tahun politik seperti sekarang ini. Dengan harapan masyarakat akan lebih bijak dalam berinteraksi di media sosial dan kondisi yang kondusif dalam sebuah pemilihan kepala daerah atau pemilihan presiden dapat tercapai.*

**Kata kunci**—Sosialisasi, Kampanye politik, Media Sosial

### **1. PENDAHULUAN**

Indonesia adalah merupakan negara demokrasi, dimana pemimpin dipilih oleh rakyat melalui suatu proses pemilihan. Ada beberapa pemilihan pemimpin di Indonesia antara lain pemilihan presiden, pemilihan kepala daerah, dan pemilihan anggota legislatif. Sebelum pemilihan dilaksanakan ada beberapa proses yang harus dilewati oleh calon yang akan dipilih salah satunya adalah kampanye politik. Berdasarkan keputusan Komisi Pemilihan Umum (KPU) No.35 Tahun 2004 Tentang Kampanye Pemilihan Umum Presiden dan wakil Presiden mengatur semua jenis atau bentuk kampanye yaitu : a. Debat publik/ debat terbuka antar calon, b. Kegiatan lain yang tidak melanggar peraturan perundang-undangan c. pemasangan alat peraga di tempat umum d. penyebaran

bahan kampanye kepada umum e. penyebaran melalui media cetak dan media elektronik f. penyiaran melalui radio dan atau televisi g. Pertemuan terbatas, h. Rapat umum, i. Tatap muka dan dialog.[1]

Selain itu terdapat jenis-jenis kampanye menurut Nimmo yaitu [2] :

1. *Product Oriented Campaigns*

Kampanye yang berorientasi pada produk, umumnya terjadi di lingkungan bisnis, berorientasi komersial, seperti peluncuran produk baru. Kampanye ini biasanya sekaligus bermuatan kepentingan untuk membangun citra positif terhadap produk barang yang diperkenalkan ke publiknya.

2. *Candidate Oriented Campaigns*

Kampanye ini berorientasi pada kandidat, umumnya dimotivasi karena hasrat untuk kepentingan politik. Contoh : Kampanye Pemilu, Kampanye Penggalangan dana bagi partai politik.

3. *Ideologically or cause oriented campaigns*

Jenis kampanye ini berorientasi pada tujuan-tujuan yang bersifat khusus dan seringkali berdimensi sosial atau *social change campaigns*, yakni kampanye yang ditujukan untuk menangani masalah-masalah sosial melalui perubahan sikap dan perilaku publik yang terkait. Contoh : Kampanye AIDS, Keluarga Berencana dan Donor Darah.

4. Jenis kampanye yang sifatnya menyerang (*Attacking Campaign*)

- Kampanye negatif

Menyerang pihak lain melalui sejumlah data atau fakta yang bisa diverifikasi dan diperdebatkan.

- Kampanye hitam (*Black Campaign*)

Kampanye yang bersifat buruk atau jahat dengan cara menjatuhkan lawan politik untuk mendapatkan keuntungan.

Dengan berbagai jenis kampanye diatas, kampanye yang tidak membutuhkan modal yang banyak adalah kampanye melalui media sosial. Terjadi perubahan yang cukup besar terhadap demokrasi saat ini, demokrasi konvensional berubah menjadi demokrasi digital atau yang lebih dikenal dengan demokrasi ala netizen. Menurut Alexander and Pal dalam Andriadi, demokrasi digital menggabungkan antara konsep demokrasi digital “mengeksplorasi dengan cepat interaksi antara dunia maya dan sosial”. Media sosial adalah wadah tempat dimana partisipasi yang melambangkan demokrasi tersebut terjadi. Demokrasi digital membuka seluas-luasnya pintu partisipasi politik. [3]

Suatu tantangan yang besar bagi demokrasi digital kedepannya. Pelaksanaan dari pada demokrasi digital tersebut harus dapat dimanfaatkan secara maksimal. Namun perubahan ini tidak boleh terlalu membuat kita lalai. Kita tidak boleh gegabah, demokrasi digital harus dikontrol seperti demokrasi konvensional. Demokrasi digital yang terjadi di dunia maya dimana gagasan dan tanggapan disampaikan dapat dengan cepat disampaikan ke seluruh khalayak. Namun gagasan dan tanggapan haruslah dikontrol dan diatur didalam perundangan tentang bagaimana gagasan dan tanggapan tersebut tidak memiliki unsur penipuan dan ujaran kebencian yang tentunya bisa membuat jatuhnya citra para partisipan dan dapat mempengaruhi tinggi rendahnya suara yang akan diperoleh.

Saat ini yaitu tahun 2018 adalah tahun politik, pada tahun ini diselenggarakan pesta demokrasi yaitu berupa pemilihan kepala daerah salah satunya adalah di kota Tanjungpinang. Salah satu yang menentukan sedikit banyaknya suara yang didapat adalah di masa kampanye. Untuk di Tanjungpinang sendiri masyarakat mulai beralih dan antusias berkampanye melalui media sosial dibandingkan kampanye konvensional, ditambah lagi kampanye dengan cara konvoi sudah tidak diperbolehkan oleh komisi pemilihan umum.

Salah satu media sosial yang digunakan oleh masyarakat Kota Tanjungpinang untuk berkampanye adalah melalui *facebook*. Namun yang cukup menarik adalah tidak ada grup khusus yang dibuat oleh masyarakat tanjungpinang itu sendiri atau oleh KPU sebagai media kedua pasangan calon untuk berkampanye. Namun masyarakat Kota Tanjungpinang bersepakat melalui media bahwa mereka menetapkan bahwa mereka akan menggiring masyarakat yang ingin berkampanye di grup Info Pinang. Ada dua grup di *facebook* yang cukup banyak anggotanya dan sangat aktif yaitu grup Bursa Jual Beli Tanjungpinang yang berjumlah 189.188 anggota. Di grup Jual Beli ini pada masa awal kampanye sudah mulai banyak para pendukung atau simpatisan yang memposting atau mengunggah status, video atau foto pasangan calon namun menariknya masyarakat yang tergabung dalam grup tersebut bersama-sama menggiring para simpatisan untuk mengunggah bahan kampanye

ke grup info pinang yang sudah lebih dahulu terbentuk agar tidak mengganggu grup yang khusus berkaitan dengan jual beli.

Akhirnya, dengan sendirinya pelaksanaan demokrasi digital dalam hal ini kampanye berlangsung di grup Info Pinang yang berjumlah 44.162 anggota. Para simpatisan mulai bersahutan di dalam kolom komentar demi tetap menjaga citra calonnya. Namun yang terjadi setelah diamati kampanye yang terjadi di Info Pinang banyak masyarakat yang menjadi anggota didalamnya yang menggunggah status, gambar atau video yang berisikan berita *hoax* dan ujaran kebencian serta mengandung unsur sara. Tidak cukup hanya itu saja, banyak komentar yang akhirnya berujung kepada pencemaran nama baik salah satu pasangan atau pencemaran nama baik bagi simpatisan. Dengan fenomena diatas maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Masih banyak masyarakat yang tidak mengetahui unggahan yang berisikan muatan kampanye dengan unsur negatif yaitu *hoax*, ujaran kebencian dan mengandung unsur sara.
2. Masih banyak masyarakat yang tidak mengetahui mekanisme atau bagaimana cara melapor apabila ada muatan kampanye yang melanggar undang-undang
3. Masih banyak masyarakat yang kebingungan antara harus melapor ke Panwalu atau ke Polres.

Dari hasil pengamatan dilakukan mulai bulan february sampai dengan bulan maret terdapat 48 pelanggaran yang terjadi didalam grup Info Pinang. Banyaknya pelanggaran yang terjadi mendorong kami untuk dapat membantu masyarakat lebih memahami bagaimana berkampanye di media sosial tanpa terjerat oleh hukum. Oleh karena itu perlu diadakan sosialisasi kampanye politik melalui media sosial di Kota Tanjungpinang. Hal ini diperlukan untuk mengedukasi masyarakat karena tidak hanya ditahun ini dilaksanakan pemilihan kepala daerah namun juga tahun depan yaitu tahun 2019 juga akan diselenggarakan pemilihan presiden.

## 2. METODE

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan dengan metode ceramah yaitu memberikan materi kepada peserta. Namun sebelum tim memberikan ceramah kepada peserta tim menyebarkan kuesioner yang berisikan pertanyaan menyangkut dengan pengetahuan masyarakat akan kampanye politik di media sosial untuk mengetahui sampai dimana pengetahuan masyarakat akan materi yang akan disampaikan, setelah selesai tim mulai memberikan ceramah dan diakhir pemberian materi sosialisasi tim menyebarkan kuesioner kembali dengan pertanyaan yang sama untuk melihat pemahaman masyarakat akan materi yang telah disampaikan.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat berupa sosialisasi kampanye politik melalui media sosial yang berlangsung pada tanggal 31 Mei 2018 yaitu bertepatan dengan masa kampanye pemilihan walikota tanjungpinang berjalan dengan baik. Kegiatan ini, berangkat dari fenomena demokrasi konvensional yang biasanya digunakan perlahan berubah namun tidak secara keseluruhan menjadi demokrasi digital. Kegiatan dilaksanakan di Gedung Perpustakaan Yusuf Ahmadi dengan jumlah peserta yang diundang adalah 100 peserta dari 6 kelurahan yang ada di Kota Tanjungpinang yaitu Kelurahan Kamboja, Kelurahan Tanjung Ayun Sakti, Kelurahan Sungai Jang, Kelurahan Kampung Baru, Kelurahan Bukit Bestari dan Kelurahan Tanjungpinang Barat serta mahasiswa yang terdiri dari BEM Universitas dan BEM fakultas Universitas Maritim Raja Ali Haji. Adapun peserta adalah masyarakat yang merupakan bagian dari karang taruna, LPPM, RT/RW dan mahasiswa sebagai unsur yang mewakili kaum muda yang melek akan teknologi atau media sosial.

Pelaksanaan pengabdian masyarakat dengan tema sosialisasi kampanye politik melalui media sosial ini dimulai dengan menyebarkan kuesioner kepada peserta. Di dalam kuesioner ada beberapa pertanyaan yang harus dijawab oleh peserta, dimana kuesioner ini ditujukan untuk mengetahui sampai dimana pengetahuan masyarakat mengenai apakah mereka memiliki akun di media sosial?, apa itu kampanye politik?, bagaimana cara berpartisipasi politik yang baik melalui media sosial?, bagaimana mekanisme pelaporan apabila terjadi pelanggaran dalam kampanye di media sosial?, serta pernah tidaknya mereka ikut dalam sosialisasi mengenai kampanye politik melalui media sosial?.

Dari hasil kuesioner dan pernyataan langsung peserta yaitu peserta yang dapat hadir adalah berjumlah 60 orang dari 100 Org yang diundang. Dari 60 peserta tersebut 95% peserta memiliki akun di media sosial khususnya akun *facebook*, sedangkan yang 5% lainnya tidak memiliki akun *facebook* namun berinteraksi melalui grup *WhatsApp*. Semuanya menjawab bahwa mereka tidak pernah mendapatkan sosialisasi tentang bagaimana terlibat dalam kampanye politik atau berpartisipasi politik khususnya di media sosial, tidak mengerti bagaimana membedakan kampanye politik yang mengandung unsur sara atau ujaran kebencian serta hukuman yang didapatkan jika melanggar. Setelah peserta mengisi kuesioner, panitia melanjutkan dengan sesi ceramah yaitu menyampaikan materi berkenaan kampanye politik di media sosial. Adapun dalam kegiatan pengabdian ini kami juga mengundang narasumber dari pihak Panwaslu dan Polres Kota Tanjungpinang. Namun dikarenakan Panwaslu berhalangan untuk hadir maka penyampaian materi hanya disampaikan oleh pihak Polres Tanjungpinang yaitu oleh bapak fredy yang merupakan wakil kasat intel polres Kota Tanjungpinang dan tim pengabdian masyarakat. Adapun pihak polres menyampaikan materi berkenaan dengan GAKUMDU atau penegakan hukum terpadu. Fungsi dari Gakumdu serta Undang-Undang Informasi dan transaksi Elektronik yaitu Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang informasi serta transaksi elektronik, dimana Undang-Undang tersebut sebagai rujukan pihak kepolisian untuk menangani kasus-kasus pelanggaran di media sosial. [4]

Polres juga menyampaikan tentang sinergitas antara Polres dan Panwaslu dalam memantau kegiatan kampanye yang berlangsung di media sosial. Adapun upaya tersebut terdiri dari upaya kerjasama yang dilakukan pihak Panwaslu dengan tim *cyber crime* polres untuk memantau akun-akun bodong yang mengadu domba masyarakat, polres juga aktif melakukan patroli dunia maya serta adanya satuan tugas nusantara jelang pilkada serentak yang dimana hasil dari satuan tugas tersebut akan selalu direspon oleh polres.

Polres juga gencar mensosialisasi di media sosial akan hukuman atau sanksi yang didapatkan apabila masyarakat melakukan pelanggaran sesuai dengan yang diatur oleh Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik seperti melanggar kesusilaan, penghinaan dan atau pencemaran nama baik, pemerasan dan atau pengancaman, menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen, serta menyebarkan kebencian atau permusuhan individu dan atau kelompok masyarakat tertentu berdasarkan SARA.[4].



Gambar 1. Pihak Polres Sedang Memberikan Ceramah Tentang Kampanye Politik Di Media Sosial



Gambar 2. Penyampaian Materi oleh Tim



Gambar 3. Peserta Memberikan Tanggapan Setelah Materi Disampaikan

Ceramah yang disampaikan oleh pihak polres tanjungpinang menuai tanggapan dari peserta. Peserta pun menanyakan akan kasus-kasus pencemaran nama baik di media sosial sampai dimana penyelesaiannya, kenapa terkesan tenggelam. Sudah adakah yang di proses hukum berkenaan kasus pelanggaran di media sosial. Serta bagaimana keterkaitan antara polres dan panwaslu dalam menyelesaikan pelanggaran-pelanggaran di media sosial tersebut.

Tanggapan dari peserta yang antusias tersebut langsung dijawab oleh pembicara adapun pihak polres sampai saat ini selalu mengusahakan jalan damai untuk kasus-kasus pelanggaran di media sosial yang berlangsung secara damai. Sampai saat ini kasus-kasus yang dilaporkan sudah diselesaikan dengan damai. Menurut pihak Polres ada beberapa kelemahan mengenai penanganan kasus yang berkaitan dengan kampanye politik di media sosial yaitu antara lain : masih banyak bukti yang tidak lengkap pada saat pelaporan dengan hanya membawa screenshot dari handphone yang membuat pihak polres susah untuk melacak sehingga dari pihak polres menyarankan agar screenshot di lakukan menggunakan laptop, selanjutnya kelemahan kedua adalah bukan orang yang merasakan dirugikan oleh komentar atau status di media sosial yang terdapat unsur kebencian, penipuan dan lain-lain yang melapor sehingga pihak kepolisian tidak dapat menindaklanjuti laporan tersebut, tindakan baru dapat dilakukan apabila yang melapor adalah yang merasa dirugikan. Pihak Polres selalu memantai media sosial melalui unit *cyber crime* serta hubungan antara Polres dan panwaslu adalah setelah adanya laporan dari masyarakat kepada panwaslu maka Panwaslu akan berkoordinasi dengan Polres untuk melakukan penyidikan apakah benar tidaknya melanggar undang-undang, setelah itu baru kita proses dengan berkoordinasi dengan pihak kejaksaan.

Setelah narasumber dari pihak Polres menyampaikan materi selanjutnya sesi ke dua dilanjutkan pemaparan oleh tim. Dalam hal ini Tim menyampaikan lebih kepada pengertian dari pada kampanye politik, bagaimana berkomentar atau berpartisipasi politik yang baik dan benar di

media sosial, bagaimana bentuk-bentuk berita yang tidak benar dan berisikan ujaran kebencian yang dapat merugikan pihak-pihak tertentu. Setelah selesai dipaparkan tanggapan dari peserta juga beragam mulai dari meminta contoh muatan atau unggahan yang berisikan ujaran kebencian atau *hoax* itu seperti apa serta kenapa tidak ada wadah *online* yang dibuat resmi untuk masyarakat berpartisipasi di dalamnya. Tim pun menanggapi pertanyaan masyarakat mulai dari menjelaskan cara membedakan berita yang benar dan tidak benar serta menjelaskan larangan dalam kampanye berdasarkan PKPU No.4 TH 2017 Pasal 68 dan Perbawaslu No.12 TH 2017 Pasal 6, tim menjelaskan bahwa kampanye berdasarkan peraturan tersebut tidak boleh a. mempersoalkan dasar Negara Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945, b. Menghina seseorang, agama, suku, ras, golongan, pasangan calon, c. Menghasut, memfitnah, mengadu domba, d. Menggunakan kekerasan, ancaman kekerasan, e. Mengganggu keamanan, ketertiban, f. mengancam, g. Merusak dan/atau menghilangkan alat peraga kampanye, h. Menggunakan fasilitas dan anggaran pemerintah, i. melakukan kegiatan kampanye di luar jadwal, i. melakukan kegiatan kampanye diluar jadwal, j. Menggunakan tempat ibadah dan tempat pendidikan, k. Melakukan pawai yang dilakukan dengan berjalan kaki dan/atau kendaraan di jalan raya. Tim Juga menjelaskan pentingnya pengawasan yang dilakukan oleh masyarakat. Masyarakat adalah benteng terakhir yang harus diberikan ilmu pengetahuan agar dapat mengawasi pelaksanaan pemilu mulai dari tahapan pendaftaran dan verifikasi peserta pemilu, pemutakhiran data pemilih, penetapan jumlah kursi dan dapil, pencalonan, kampanye dan dana kampanye, pemungutan dan penghitungan serta rekap suara dan terakhir tahap penetapan hasil pemilu.

Dari Tahapan tersebut tahapan kampanye adalah tahapan yang dibahas dalam pengabdian masyarakat ini. Tim menjelaskan bahwa apabila tidak ada pengawasan dari masyarakat maka ada beberapa hal yang akan terjadi yaitu terjadi manipulasi suara, hilangnya hak pilih, politik uang, pemilu tidak sesuai aturan dan timbul gugatan hasil, pemungutan suara ulang, biaya politik yang mahal dan konflik antar calon pendukung calon. Apabila dilihat dalam media sosial terdapat konflik antar pendukung calon yang timbul dimulai dengan dibuatnya unggahan yang berisikan ujaran kebencian salah satu pasangan calon, direspon oleh tim kampanye pasangan calon yang merasa dirugikan dengan balik membuat komentar yang juga menjatuhkan pasangan calon, sehingga terjadi interaksi yang tidak sehat yang disana menuntut masyarakat untuk melihat dengan benar isi dari unggahan dan komentar, memilah mana yang *hoax*, yang memiliki unsur kebencian, dan merugikan salah satu pasangan calon.

Sampai saat ini interaksi yang terjadi ada yang sampai memutuskan untuk melapor ke pihak terkait, namun ada juga yang berakhir damai dengan prinsip yang sama yaitu bahwa komentar-komentar dan unggahan-unggahan yang dibuat dalam masa kampanye adalah merupakan hal yang wajar selama pilkada berlangsung sebagai strategi dari masing-masing pasangan calon. Hal ini juga yang membuat pihak terkait kesulitan karena belum ada regulasi terkait kampanye di media sosial yang khusus mengatur pada saat Pilkada. Selama ini yang digunakan oleh pihak terkait hanya berdasarkan UU ITE yang dimana undang-undang tersebut berlaku umum tidak melihat apakah pada masa kampanye atau tidak pelanggaran terjadi, apabila memenuhi unsur pidana maka akan ditindaklanjuti.

Sejauh ini yang terjadi di Kota Tanjungpinang, unggahan dan komentar yang berlangsung dalam wadah media sosial seperti facebook yang berisikan unggahan yang bersifat negatif kebanyakan bukan berasal dari akun resmi pasangan calon melainkan dari akun-akun tim sukses yang tidak didaftarkan di KPU dan akun yang tidak jelas kepemilikannya alias akun *hoax*. Sedangkan akun-akun resmi pasangan calon semuanya tidak ada yang berisikan unggahan atau komentar negative, namun tidak terjadi interaksi yang intens di dalam akun tersebut seperti yang terjadi dalam sebuah group yang anggotanya cukup banyak. Seperti yang diketahui bahwa KPU mewajibkan para pasangan calon untuk mendaftarkan akun-akun miliknya di media sosial yang digunakan untuk kampanye. Adapun masing-masing pasangan calon diberikan maksimal memiliki 5 akun baik itu facebook, instagram dan twitter. Akun-Akun resmi pasangan calon biasanya memuat visi, misi dan program yang disusun berdasarkan rencana pembangunan jangka panjang daerah propinsi/kabupaten Kota, menjunjung tinggi pancasila dan UUD 1945, berisikan informasi yang benar, seimbang dan bertanggungjawab serta tidak ada politik uang dan politisasi sara.

Dengan kendala lemahnya budaya hukum dilingkungan penyelenggaraan pemilu, peserta pemilu dan lingkungan masyarakat, terlebih lagi di era digital seperti sekarang ini maka tim

menegaskan perlunya keterlibatan masyarakat dalam pengawasan pemilu. Peran masyarakat dalam melakukan pengawasan dalam sebuah pemilihan yaitu memastikan terlindunginya hak politik warga masyarakat, memastikan terwujudnya pemilu yang bersih, transparan dan berintegritas dari sisi penyelenggara dan penyelenggaraan, mendorong terwujudnya pemilu sebagai instrument penentuan kepemimpinan politik dan evaluasi kepemimpinan politik serta mendorong munculnya kepemimpinan politik yang sesuai dengan aspirasi terbesar rakyat. Dalam rangka meningkatkan pengawasan partisipatif masyarakat ini lah yang mendorong Tim pengabdian melaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat ini untuk membantu pihak KPU dalam mengedukasi masyarakat sehingga tercipta pemilu yang berkualitas dan damai.

Setelah pemaparan dari kedua narasumber selesai baik oleh tim pengabdian maupun dari pihak Polres. Selanjutnya panitia kembali membagikan kuesioner kembali kepada peserta untuk mengetahui peningkatan pengetahuan peserta akan kampanye politik di media sosial. Dari 60 peserta yang hadir 95% peserta paham dan mengerti pengertian dari kampanye politik, pelaksanaan dari kampanye politik, urgensi mereka sebagai masyarakat dalam masa pemilihan serta bagaimana berpartisipasi politik yang baik dan benar di dunia maya sesuai ketentuan peraturan perundangan dan mereka dapat mengerti harus kemana melaporkan tindakan pelanggaran apabila terdapat muatan kampanye politik yang berbau sara, hoax atau palsu serta berisikan ujaran kebencian karena apabila yang dilakukan oleh masyarakat hanya menandai akun facebook pihak terkait dengan pelanggaran yang terjadi tanpa ada pelaporan secara langsung maka pihak terkait tidak dapat menindaklanjuti hal tersebut.

Respon dari masyarakat sangat baik dalam sosialisasi ini. Masyarakat berharap pihak perguruan tinggi dan pihak KPU dapat bersinergi untuk lebih banyak melakukan sosialisasi ke masyarakat. Harapan dari peserta sosialisasi mengenai bagaimana menggunakan hak pilih sampai dengan untuk apa pemilu dilakukan serta dampak pemilu bagi masyarakat juga ingin para peserta ketahui.

#### **4. KESIMPULAN**

Adapun kesimpulan yang dapat diambil dari kegiatan pengabdian masyarakat tentang sosialisasi kampanye politik melalui media sosial di Kota Tanjungpinang ini adalah perubahan pelaksanaan kampanye yang dahulunya banyak dilakukan dengan konvensional dan sekarang berubah dengan kampanye politik yang modern yaitu melalui media sosial membuat suasana atau dinamika yang baru di lingkungan masyarakat. Masyarakat lebih antusias dan berani berpartisipasi politik melalui media sosial dari pada secara konvensional atau langsung tatap muka. Namun yang amat disayangkan ke antusiasannya tersebut tidak dibarengi dengan pengetahuan masyarakat akan berpartisipasi politik yang wujudnya kampanye politik yang baik. Masih banyak masyarakat yang tidak mengetahui bahwa dapat terjerat oleh hukum akan status atau unggahan yang sengaja maupun tidak sengaja di unggah atau dibuat dalam masa kampanye. Selain itu masyarakat juga tidak mengetahui bagaimana mekanisme pelaporan apabila ada pelanggaran yang dijumpai di media sosial yang dapat merugikan salah satu pasangan calon.

#### **5. SARAN**

Atas saran yang disampaikan oleh masyarakat bahwa sebaiknya kegiatan pengabdian masyarakat seperti sosialisasi seperti yang dilakukan ini tidak hanya dilakukan sekali namun sering agar keantusiasannya masyarakat di tahun politik ini dibarengi dengan pengetahuan yang dalam tentang aturan dan politik itu sendiri.

#### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Penulis mengucapkan terima kasih kepada LP3M (Lembaga penelitian dan pengabdian masyarakat) Universitas Maritim Raja Ali Haji yang telah memberikan dukungan finansial terhadap pelaksanaan pengabdian masyarakat.

**DAFTAR PUSTAKA**

- [1] Komisi Pemilihan Umum (KPU) No.35 Tahun 2004 Tentang Kampanye Pemilihan Umum Presiden dan wakil Presiden
- [2] Nimmo. 2011. *Komunikasi Politik (Komunikator, Pesan, dan Media)*. Rosda. Bandung
- [3] Andriadi, Fayakhun. 2016. *Demokrasi Di Tangan Netizen (Tantangan dan Prospek Demokrasi Digital)*. PT.Semesta Rakyat Merdeka. Jakarta
- [4] Undang-Undang Nomor undang-undang nomor 19 tahun 2016 tentang informasi dan transaksi elektronik