

Mediatisasi Politik dan Perilaku Pemilih: Penggunaan Google Trend sebagai Metode Alternatif Memprediksi Kemenangan Kandidat

Eric Fernando

Pasca-Sarjana Departemen Ilmu Komunikasi, Universitas Indonesia
Jln. Salemba Raya IV, Jakarta Pusat, DKI Jakarta
Email: eric.fernando01@ui.ac.id

Received: February 2022; Accepted: April 2022; Published: June 2022

Abstract

In 2020, Indonesia has held simultaneous regional head elections which held governor elections in 9 provinces, mayor elections in 37 cities and regent elections in 224 regencies. Candidates in general elections often use surveys as a reference in estimating their potential for victory, even though to conduct popularity, acceptability and electability surveys require a high level of validity and reliability, for this reason, a large survey team is needed in distributing questionnaires and large funds for operational needs, so it is necessary to develop alternative methods of data collection in predicting candidate winner, other than survey methods. Google Trend as a service from Google that provides site search statistics by displaying the popularity of keyword within a certain time range where statistical results can be displayed by region has the potential to be an alternative method to surveys. In several previous studies in the United States and Canada, Google Trend managed to correctly predict the winner of the presidential election in the US and the winner of the election in Canada. This research fills a gap in the Indonesian context to see the accuracy of Google Trend in predicting the winner of the governor election in 9 provinces in the simultaneous regional elections in 2020. As a result, Google Trend succeeded in predicting the victory of candidates in Jambi, Central Kalimantan, North Sulawesi, West Sumatra; while doubtful in Bengkulu and South Kalimantan; and Google Trend is not accurate in predicting in North Kalimantan, Riau Islands and Central Sulawesi. Google Trend's lack of accuracy in predicting the governor's candidate victory in Indonesia is allegedly because Google Trend's services in Indonesia have not reached the district/district level compared to the United States and Canada which have reached the district/sub-district level. In addition, as an alternative method, there are a number of important notes for Google Trend because it has not been able to distinguish the tone of news whether it is positive or negative because Google Trend is still focused on the number of keyword searches that are most sought after by users, even though the tone of the news is important to see public sentiment.

Kata Kunci: Simultaneous Elections; Covid-19; Google Trend; Survey; Candidate Victory.

Abstrak

Pada tahun 2020, Indonesia telah menggelar pemilihan umum kepala daerah serentak yang melakukan pemilihan Gubernur di 9 Provinsi, pemilihan Walikota di 37 Kota dan pemilihan Bupati di 224 Kabupaten, pilkada tahun 2020 adalah pemilu pertama yang di gelar dalam suasana pandemi Covid-19. Para kandidat dalam pemilihan umum sering menjadikan survei sebagai referensi dalam kalkulasi potensi kemenangan meskipun untuk melakukan survei popularitas, akseptabilitas dan elektabilitas yang memerlukan tingkat validitas dan reliabilitas tinggi, sehingga diperlukan tim survei yang besar dalam menyebar kuesioner serta dana yang besar untuk kebutuhan operasional sehingga perlu dikembangkan metode alternatif pengumpulan data dalam memprediksi kemenangan kandidat selain metode survei. Google Trend sebagai salah satu layanan dari Google yang menyediakan statistik pencarian situs dengan menampilkan popularitas dari topik pencarian dalam rentang waktu tertentu di mana hasil statistiknya dapat ditampilkan menurut wilayah berpotensi menjadi metode alternatif selain survei. Dalam beberapa penelitian terdahulu di Amerika Serikat dan Kanada, Google Trend berhasil memprediksi dengan tepat pemenang pemilihan presiden di AS dan pemenang pemilu di Kanada. Penelitian ini mengisi celah dalam konteks Indonesia untuk melihat ketepatan Google Trend memprediksi pemenang pemilihan Gubernur di 9 Provinsi pada pilkada serentak tahun 2020. Hasilnya Google Trend berhasil memprediksi kemenangan kandidat Jambi, Kalimantan Tengah, Sulawesi Utara, Sumatera Barat; sementara ragu – ragu di Bengkulu dan Kalimantan Selatan; adapun Google Trend kurang tepat memprediksi di Kalimantan Utara, Kepulauan Riau dan Sulawesi Tengah. Kurang tepatnya Google Trend dalam memprediksi kemenangan kandidat Gubernur di Indonesia disinyalir karena layanan Google Trend di Indonesia belum menjangkau tingkat distrik/kecamatan dibandingkan dengan Amerika Serikat dan Kanada yang telah menjangkau tingkat distrik/kecamatan dalam penelaahan Google Trend. Selain itu sebagai metode alternatif terdapat sejumlah catatan penting bagi Google Trend karena belum mampu membedakan nada pemberitaan baik itu positif ataupun negatif karena Google Trend masih fokus pada jumlah pencarian kata kunci yang paling banyak dicari oleh pengguna, padahal nada pemberitaan penting untuk melihat sentimen publik.

Kata Kunci: Pilkada Serentak; Covid-19; Google Trend; Survei; Kemenangan Kandidat.

PENDAHULUAN

Di tahun 2020 Indonesia telah menggelar pemilihan umum kepala daerah (Pilkada) secara serentak pada 9 Desember 2020 yang melakukan pemilihan Gubernur di 9 Provinsi, pemilihan Walikota di 37 Kota dan pemilihan Bupati di 224 Kabupaten, Pilkada serentak tahun 2020 memang bukan yang pertama kali karena sebelumnya di tahun 2015, 2017 dan 2018 juga telah diselenggarakan pilkada secara serentak, tetapi pilkada tahun 2020 adalah pemilu pertama yang di gelar dalam suasana pandemi Covid-19 (Sandi et.al, 2020).

Diferensiasi tindakan yang diambil negara – negara di berbagai belahan dunia dalam menyikapi pelaksanaan pemilu di masa pandemi Covid-19 ini tentunya menimbulkan tanda tanya khususnya formulasi terbaik yang dapat dilakukan terkait pelaksanaan pemilu yang merupakan wujud partisipasi publik, secara umum Landman dan Splendore menguraikan ada tiga siklus utama yang dapat dilakukan suatu negara dalam pelaksanaan pemilihan umum, pertama adalah pra-pemilihan yakni pelatihan, informasi serta pendaftaran pemilih; kedua adalah pemilihan yakni pencalonan kandidat, kampanye, pemungutan dan penghitungan suara; ketiga adalah pasca – pemilihan yakni peninjauan, reformasi, strategi; perlu diketahui dalam situasi normal tiga siklus utama ini harus berlangsung agar pemilih memiliki informasi yang baik serta menghasilkan hasil pemilu yang dapat dipercaya (Landman & Splendore, 2020).

Tetapi, dalam kondisi pandemi Covid-19 terdapat sejumlah permasalahan yang dapat timbul misalnya pertama adalah partisipasi pemilih berpotensi turun karena pemilih kemungkinan cenderung menghindari datang ke tempat pemungutan suara guna mencegah diri tertular virus Covid-19 padahal, jumlah pemilih yang menyuarakan hak pilihnya merupakan hal penting sebagai wujud legitimasi terhadap hasil pemilu; masalah yang kedua, jika pemilu ditunda maka dapat timbul masalah baru yakni terjadi kondisi kekosongan kekuasaan yang bukan tidak mungkin akan memunculkan masalah baru. Landman dan Splendore dalam jurnalnya menilai bahwa potensi dampak gangguan pandemi di siklus pra-pemilihan atau pasca-pemilihan tergolong rendah, namun gangguan pandemi di siklus pemilihan (pencalonan kandidat, kampanye, pemungutan dan penghitungan suara) sangat tinggi.

Untuk itu sejumlah alternatif gagasan yang ditawarkan oleh Landman dan Splendore dalam siklus pemilihan adalah a) pencalonan kandidat – pemilihan kandidat dilakukan secara daring, b) kampanye – kampanye secara daring, iklan berbayar di media, konvensi daring, c) pemungutan suara – sistem hybrid, pemilihan lewat pos, pemilihan daring, d) penghitungan suara – verifikasi suara pemilihan secara elektronik (Landman & Splendore, 2020).

Dalam pemilihan umum para kandidat cenderung menjadikan instrumen survei sebagai acuan dalam mengukur potensi kemenangan, padahal untuk melakukan survei popularitas, akseptabilitas dan elektabilitas diperlukan penelitian basis survei guna menjamin validitas dan reliabilitas data yang dihasilkan, dalam metode survei memerlukan sampel data berjumlah ratusan bahkan ribuan tergantung tingkat kesalahan (margin of error) yang diharapkan dengan responden yang tersebar di wilayah yang ingin diteliti secara merata, proses ini tentunya memerlukan tim survei yang besar untuk melakukan penyebaran kuesioner ke masyarakat serta dana yang tidak sedikit untuk memenuhi kebutuhan operasional dalam pelaksanaan survei (Taherdoost, 2016), karena memerlukan biaya dan sumber daya manusia yang besar untuk melaksanakan survei, maka studi ini ingin

mengembangkan alternatif pengumpulan data untuk memprediksi kemenangan kandidat selain metode survei.

Survei dalam pemilihan umum untuk mengukur popularitas, akseptabilitas dan elektabilitas kandidat kini seolah menjadi barang wajib bagi para kandidat guna mengukur potensi kemenangan dalam pemilihan umum, di Indonesia saat ini terdapat berbagai lembaga survei yang kehadirannya memiliki peran strategis baik itu partai politik maupun kandidat dalam menghadapi pemilu, meskipun kini lembaga survei perannya semakin menguat, terdapat beberapa permasalahan yang muncul yakni soal kredibilitas lembaga survei apakah tergolong dalam lembaga survei yang dapat dipercaya atau tidak, serta masalah biaya yang tinggi yang perlu dikeluarkan oleh lembaga survei dalam melaksanakan survei karena ada biaya operasional yang perlu dikeluarkan baik itu dalam mencetak kuesioner, biaya surveyor yang turun ke warga – warga serta biaya – biaya lain yang mungkin timbul (Abdi et.al, 2014).

Kampanye komunikasi politik saat ini bukan hanya dilaksanakan melalui tatap muka tetapi juga masuk ke ranah digital, perkembangan ini menyebabkan kampanye politik kini mulai menggunakan big data yang tersedia di internet serta media sosial, berita online yang sering menjadi kanal distribusi informasi kampanye kandidat, hal ini mengakibatkan mulai berkembangnya strategi kampanye berbasis data digital yang menggunakan kanal informasi digital untuk mendistribusikan konten kampanye ke para pemilih (Fisher et.al, 2017). Selain itu saat ini pengguna internet di Indonesia juga semakin meningkat sehingga jumlah data yang dapat dikumpulkan untuk mencermati perilaku pemilih di internet sebagai agen digital juga bertambah besar, fenomena ini tentunya menjadi peluang bagi para peneliti perilaku pemilih untuk mengumpulkan data melalui aktivitas pengguna di internet (Davidowitz, 2017).

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memprediksi kemenangan kandidat pada pilkada serentak 2020 yang berlangsung di 9 provinsi menggunakan metode Google Trend sebagai alternatif dari metode survei. Adapun 9 provinsi yang akan diteliti adalah Provinsi Bengkulu, Provinsi Jambi, Provinsi Kalimantan Selatan, Provinsi Kalimantan Tengah, Provinsi Kalimantan Utara, Provinsi Kepulauan Riau, Provinsi Sulawesi Tengah, Provinsi Sulawesi Utara, Provinsi Sumatera Barat. Data dari Google Trend yang akan diambil yakni dari rentang 26 September – 9 Desember 2020 atau sejak dimulainya masa kampanye resmi kandidat serta saat hari pemungutan suara.

TINJAUAN LITERATUR

Kandidat yang bertarung dalam pemilihan umum pasti ingin memenangkan pemilihan umum dan untuk meraih hal tersebut diperlukan strategi yang terukur dan sistematis, studi perilaku pemilih berupaya untuk memahami kecenderungan pemilih dalam memutuskan pilihannya di pemilihan umum (Fisher, 2019). Terdapat beberapa faktor yang diyakini memainkan peran dalam perilaku pemilih seperti faktor sosiologis, faktor psikologis, faktor pilihan rasional dan politik uang (Aspinall & Sukmajati, 2016).

Dalam studi perilaku pemilih khususnya untuk mengetahui tingkat popularitas, akseptabilitas dan elektabilitas dari kandidat yang bertarung di pemilihan umum akan menggunakan metode survei, tetapi dalam studi yang dikembangkan oleh Harkan & Eriyanto digunakan satu metode baru yakni prediksi hasil pemilihan presiden 2019 di Indonesia menggunakan Google Trend serta menganalisis tingkat akurasi, presisi dan peluangnya

dibandingkan dengan hasil akhir pemilihan presiden 2019, meskipun dalam studi Harkan & Eriyanto yang dipublikasikan di tahun 2021 menemukan bahwa Google Trend kurang tepat dalam memprediksi hasil akhir dari pemilihan presiden tetapi terdapat temuan menarik bahwa Google Trend berhasil memprediksi dengan tepat pemenang pemilihan Presiden di 13 provinsi (Harkan & Eriyanto, 2021). Artinya di tingkat provinsi ada peluang bahwa Google Trend dapat digunakan sebagai indikator awal dalam memprediksi kemenangan kandidat.

Google Trend sendiri merupakan layanan dari Google yang menyediakan statistik pencarian situs dengan menampilkan popularitas dari topik pencarian dalam kurun waktu tertentu di mana hasil statistiknya dapat ditampilkan menurut wilayah serta menampilkan juga berita terkait topik yang menjadi tren, lewat Google Trend para pengguna dapat secara cuma – cuma membandingkan topik yang ingin dipelajari dengan topik lainnya, termasuk membandingkan popularitas para kandidat calon kepala daerah, selain itu Google Trend turut menampilkan frekuensi suatu topik muncul di Google News serta di wilayah mana paling banyak dicari, pada Google Trend kita juga dapat mengetahui berapa banyak orang yang mencari suatu kata kunci serta dari mana asal orang yang mencari tersebut, secara teknis pencarian melalui Google Trend akan menghasilkan indeks kueri yang berdasarkan pembagian kueri yakni total volume kueri untuk pencarian kata kunci di suatu wilayah dengan rentang waktu tertentu, nilai maksimum dari pembagian kueri pada rentang waktu tertentu yang ditampilkan akan tersaji dalam indeks normalisasi hingga angka 0 – 100 (Choi & Varian, 2012).

Sebelumnya terdapat beberapa penelitian yang telah memanfaatkan Google Trend sebagai alat untuk memprediksi, misalnya dalam studi yang dilakukan oleh Amuri & Marcucci tahun 2017 yang menggunakan Google Trend untuk memprediksi tingkat pengangguran di Amerika Serikat dengan hasil semakin tinggi tingkat pencarian lowongan pekerjaan maka semakin besar angka pengangguran yang terjadi (D'Amuri & Marcucci, 2017). Lalu ada juga penelitian yang dilakukan oleh Kellams dan timnya terkait penggunaan big data untuk memprediksi pemenang pemilihan presiden tahun 2016 di Amerika Serikat, dalam studi Kellams tersebut menggunakan Google Trend untuk memprediksi pemenang pemilihan presiden di Amerika Serikat dengan hasil Google Trend dapat menjadi alat prediksi potensial untuk mengukur perilaku pemilih dan Google Trend ini lebih unggul ketimbang alat prediksi lainnya seperti implicit attitudinal data, bias rasial sehingga hal ini menunjukkan bahwa pencarian Google mampu menjadi alat prediksi dibandingkan alat – alat lainnya termasuk dalam perilaku pemilih, meskipun dalam konteks pemilihan presiden Amerika Serikat tahun 2016 pencarian banyak berkaitan dengan politik identitas dan politik rasial yang dikaitkan dengan Donald Trump sebagai salah satu kandidat saat itu (Ma-Kellams et.al, 2017).

Dalam riset lainnya yang dilakukan oleh Reilly dan timnya di tahun 2012 terkait penggunaan data pencarian Google atau Google Trend untuk menguji validitasnya terhadap pemilihan presiden tahun 2008 di Amerika Serikat dengan mencari rentang waktu pencarian kata kunci 1 minggu sebelum pemilihan, hasilnya ditemukan bahwa semakin tinggi pencarian yang dilakukan di Google oleh penduduk di suatu wilayah maka berkorelasi dengan semakin rendahnya angka golput atau tidak memilih di suatu wilayah, hal ini karena semakin penduduk tertarik untuk mencari kata kunci terkait pemilihan presiden Amerika Serikat di tahun 2008 maka semakin tinggi pula kemungkinannya untuk memilih sehingga

hal ini membuka ruang bagi peneliti selanjutnya untuk melakukan prediksi pemilu menggunakan Google Trend (Reilly & Taylor, 2012).

Sementara itu dalam studi yang dilakukan oleh Roman dan tim yang dipublikasikan di tahun 2021, menggunakan Google Trend sebagai alat prediksi hasil pemilihan presiden di Amerika Serikat dan Kanada, argumentasi yang digunakan oleh Roman adalah terdapat alat gratis yang dapat digunakan yakni Google Trend untuk memprediksi kemenangan kandidat pada pemilihan presiden, rentang waktu yang digunakan oleh Roman adalah satu bulan sebelum pemungutan suara dan meneliti empat pemilihan presiden di Amerika Serikat dan lima pemilu di Kanada atau sejak tahun 2004 mengingat Google pertama kali mengeluarkan layanan statistik pencarian, hasilnya dalam studi Roman ditemukan bahwa Google Trend mampu memprediksi seluruh pemenang pemilihan presiden dengan tepat baik di empat pemilihan presiden di Amerika Serikat ataupun lima pemilu di Kanada, implikasi penelitian ini adalah pemasaran politik menggunakan media semakin meningkatkan peluang keterpilihan kandidat pada pemilu dan semakin kandidat dicari oleh penduduk maka semakin tinggi pula peluang keterpilihannya (Roman et.al, 2021).

Bagan 1. Kerangka Konseptual Peringkat Google Trend dengan Hasil Akhir Pilkada



Bagan 2. Komparasi Peringkat Google Trend dengan Hasil Akhir Pilkada



Studi ini mengembangkan metode alternatif selain metode survei yang selama ini sering digunakan untuk memprediksi kemenangan kandidat di pemilu. Adapun metode yang dikembangkan adalah menggunakan data – data yang tersedia di internet dan dapat diakses secara daring serta gratis, beberapa perusahaan penyedia layanan di internet memberikan layanan analisa tren sosial yang menunjukkan perhatian publik yang muncul berdasarkan data yang terdapat di layanannya, salah satunya adalah Google yang di tahun 2009 mengeluarkan layanan bagi pengguna untuk mengamati tren pencarian yang muncul dan dapat diakses secara gratis oleh pengguna yakni Google Trend, seperti diketahui Google merupakan layanan pencarian dengan pengguna terbanyak bahkan situs yang paling banyak dikunjungi oleh para pengguna internet di Indonesia berdasarkan data dari Alexa. Melalui Google Trend, pengguna dapat mencermati topik yang sedang hangat dibicarakan termasuk para politisi maupun kandidat yang bertarung di pemilihan umum secara waktu langsung (real – time), penggunaan Google Trend ini dapat menjadi alternatif karena penggunaannya yang gratis dibandingkan metode survei yang berbiaya tinggi (Yasseri & Bright, 2014).

METODE PENELITIAN

Paradigma yang digunakan dalam studi ini adalah paradigma positivistik guna mengungkap permasalahan penelitian, adapun ciri dalam paradigma positivistik adalah meyakini realitas sosial ada, bisa diketahui dan diteliti secara empirik melalui metode ilmiah (Creswell, 2014). Dalam hal ini peneliti harus bebas nilai atau berperilaku objektif dalam menganalisis dan melakukan penarikan kesimpulan dari data yang diperoleh sehingga hasil dari penelitian mampu menguji kerangka konseptual yang diajukan oleh peneliti.

Adapun pendekatan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif di mana dalam pendekatan ini peneliti berusaha untuk mencari kebenaran (Cresswell, 2014) dengan melakukan pengumpulan data untuk dilakukan komparasi antara peringkat Google Trend calon kepala daerah dengan hasil akhir pemungutan suara di pilkada.

Metode penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah membandingkan data peringkat popularitas calon kepala daerah di Google Trend dengan hasil akhir saat pemungutan suara, adapun 9 provinsi yang akan diteliti adalah 9 provinsi yang melaksanakan pilkada serentak 2020 antara lain Provinsi Bengkulu, Provinsi Jambi, Provinsi Kalimantan Selatan, Provinsi Kalimantan Tengah, Provinsi Kalimantan Utara, Provinsi Kepulauan Riau, Provinsi Sulawesi Tengah, Provinsi Sulawesi Utara, Provinsi Sumatera Barat. Adapun metode yang digunakan akan mereplikasi metode yang digunakan dalam penelitian Harkan & Eriyanto yang dipublikasikan di tahun 2021, yakni mencari kata kunci calon kepala daerah di Google Trend dan mengambil data peringkat popularitasnya kemudian membandingkan dengan hasil pilkada resmi dari Komisi Pemilihan Umum (KPU) (Harkan & Eriyanto, 2021). Adapun rentang waktu yakni dari masa kampanye dimulai hingga hari pemungutan suara yakni 26 September – 9 Desember 2020.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tulisan ini mengaitkan mediatisasi politik dengan penggunaan Google Trend sebagai metode alternatif memprediksi kemenangan kandidat di pemilihan umum. Strategi komunikasi politik dilakukan dengan mempertimbangkan karakteristik dari komponen

komunikasi yakni komunikator, isi pesan, media, komunikasi dan umpan balik (Triwicaksono & Nugroho, 2021). Dalam komunikasi untuk membangun partisipasi publik di tengah pandemi Covid-19, perlu dipahami bahwa kampanye komunikasi harus terintegrasi dan sinambung dalam menciptakan dan menerapkan strategi komunikasi yang tepat dan efektif, menyusun taktik dan teknis tindakan serta prosedural yang tepat juga efisien (Paramasari dan Nugroho, 2021). Komunikasi politik merupakan komunikasi yang melibatkan pesan – pesan politik, aktor politik, atau yang berkaitan dengan pemerintahan, kekuasaan dan kebijakan pemerintah (Putra dan Annisa, 2019).

Berikut adalah temuan dari indeks pencarian kata kunci para calon gubernur di Google Trend pada rentang 26 September – 9 Desember 2020 untuk pemilihan gubernur di 9 provinsi. Adapun ke 9 provinsi tersebut antara lain 1) Provinsi Bengkulu dengan calon gubernur Helmi Hasan nomor urut 1, Rohidin Mersyah nomor urut 2, Agusrin Maryono Najamuddin nomor urut 3; 2) Provinsi Jambi dengan calon gubernur Cek Endra nomor urut 1, Fachrori Umar nomor urut 2, Al Haris nomor urut 3; 3) Provinsi Kalimantan Selatan dengan calon gubernur Sahbirin Noor nomor urut 1, Denny Indrayana nomor urut 2; 4) Provinsi Kalimantan Tengah dengan calon gubernur Ben Brahim S. Bahat nomor urut 1, Sugianto Sabran nomor urut 2; 5) Provinsi Kalimantan Utara dengan calon gubernur Udin Hianggio nomor urut 1, Irianto Lambrie nomor urut 2, Zainal Arifin Paliwang nomor urut 3; 6) Provinsi Kepulauan Riau dengan calon gubernur Soerya Respationo nomor urut 1, Isdianto nomor urut 2, Ansar Ahmad nomor urut 3; 7) Provinsi Sulawesi Tengah dengan calon gubernur Hidayat Lamakarate nomor urut 1, Rusdy Mastura nomor urut 2; 8) Provinsi Sulawesi Utara dengan calon gubernur Christiany Eugenia Paruntu nomor urut 1, Vonnice Anneke Panambunan nomor urut 2, Olly Dondokambey nomor urut 3; 9) Provinsi Sumatera Barat dengan calon gubernur Mulyadi nomor urut 1, Nasrul Abit nomor urut 2, Fakhrizal nomor urut 3, Mahyeldi Ansharullah nomor urut 4.

Tabel 1. Provinsi Bengkulu Perbandingan Google Trend dengan hasil Persentase Rekapitulasi Suara KPU Pilgub 9 Provinsi di Pilkada Serentak 2020

Provinsi Bengkulu			
No	Calon Gubernur	Google Trend	Rekap KPU (%)
1	Helmi Hasan	50%	32.2%
2	Rohidin Mersyah	50%	41.1%
3	Agusrin Maryono Najamuddin	0%	26.7%

Sumber: Google Trend dan Data KPU (2020)

Tabel 2. Provinsi Jambi Perbandingan Google Trend dengan hasil Persentase Rekapitulasi Suara KPU Pilgub 9 Provinsi di Pilkada Serentak 2020

Provinsi Jambi			
No	Calon Gubernur	Google Trend	Rekap KPU (%)
1	Cek Endra	19%	37.4%
2	Fachrori Umar	28%	24.3%
3	Al Haris	53%	38.3%

Sumber: Google Trend dan Data KPU (2020)

Tabel 3. Provinsi Kalimantan Selatan Perbandingan Google Trend dengan hasil Persentase Rekapitulasi Suara KPU Pilgub 9 Provinsi di Pilkada Serentak 2020

Provinsi Kalimantan Selatan			
No	Calon Gubernur	Google Trend	Rekap KPU (%)
1	Sahbirin Noor	50%	51.2%
2	Denny Indrayana	50%	48.8%

Sumber: Google Trend dan Data KPU (2020)

Tabel 4. Provinsi Kalimantan Tengah Perbandingan Google Trend dengan hasil Persentase Rekapitulasi Suara KPU Pilgub 9 Provinsi di Pilkada Serentak 2020

Provinsi Kalimantan Tengah			
No	Calon Gubernur	Google Trend	Rekap KPU (%)
1	Ben Brahim S. Bahat	47%	48.5%
2	Sugianto Sabran	53%	51.5%

Sumber: Google Trend dan Data KPU (2020)

Tabel 5. Provinsi Kalimantan Utara Perbandingan Google Trend dengan hasil Persentase Rekapitulasi Suara KPU Pilgub 9 Provinsi di Pilkada Serentak 2020

Provinsi Kalimantan Utara			
No	Calon Gubernur	Google Trend	Rekap KPU (%)
1	Udin Hianggio	17%	19.5%
2	Irianto Lambrie	50%	34.6%
3	Zainal Arifin Paliwang	33%	45.9%

Sumber: Google Trend dan Data KPU (2020)

Tabel 6. Provinsi Kepulauan Riau Perbandingan Google Trend dengan hasil Persentase Rekapitulasi Suara KPU Pilgub 9 Provinsi di Pilkada Serentak 2020

Provinsi Kepulauan Riau			
No	Calon Gubernur	Google Trend	Rekap KPU (%)
1	Soerya Respationo	4%	23.8%
2	Isdianto	50%	36.2%
3	Ansar Ahmad	46%	39.9%

Sumber: Google Trend dan Data KPU (2020)

Tabel 7. Provinsi Sulawesi Tengah Perbandingan Google Trend dengan hasil Persentase Rekapitulasi Suara KPU Pilgub 9 Provinsi di Pilkada Serentak 2020

Provinsi Sulawesi Tengah			
No	Calon Gubernur	Google Trend	Rekap KPU (%)
1	Hidayat Lamakarate	100%	40%
2	Rusdy Mastura	0%	60%

Sumber: Google Trend dan Data KPU (2020)

Tabel 8. Provinsi Sulawesi Utara Perbandingan Google Trend dengan hasil Persentase Rekapitulasi Suara KPU Pilgub 9 Provinsi di Pilkada Serentak 2020

Provinsi Sulawesi Utara			
No	Calon Gubernur	Google Trend	Rekap KPU (%)
1	Christiany Eugenia Paruntu	20%	34.2%
2	Vonnie Anneke Panambunan	10%	9%
3	Olly Dondokambey	70%	56.8%

Sumber: Google Trend dan Data KPU (2020)

Tabel 9. Provinsi Sumatera Barat Perbandingan Google Trend dengan hasil Persentase Rekapitulasi Suara KPU Pilgub 9 Provinsi di Pilkada Serentak 2020

Provinsi Sulawesi Utara			
No	Calon Gubernur	Google Trend	Rekap KPU (%)
1	Mulyadi	27%	27.4%
2	Nasrul Abit	15%	30.3%
3	Fakhrizal	13%	10%
4	Mahyeldi Ansharullah	45%	32.4%

Sumber: Google Trend dan Data KPU (2020)

Berdasarkan perbandingan data Google Trend dengan data KPU pada pemilihan gubernur di 9 provinsi pada pilkada serentak, ditemukan bahwa Google Trend berhasil memprediksi dengan tepat di 4 provinsi, ragu – ragu 2 provinsi dan tidak tepat di 3 provinsi.

Adapun provinsi yang berhasil diprediksi dengan tepat antara lain Jambi, Kalimantan Tengah, Sulawesi Utara, Sumatera Barat; sementara provinsi yang ragu – ragu adalah Bengkulu dan Kalimantan Selatan; untuk prediksi yang kurang tepat ada di Kalimantan Utara, Kepulauan Riau, Sulawesi Tengah.

Mengacu pada konsep mediatisasi politik seperti yang diuraikan dalam tulisan Jesper Stromback dan Frank Esser yakni *mediatization of politics: transforming democracies and reshaping politics* dalam konsep mediatisasi politik mendefinisikan mediatisasi masyarakat sebagai perluasan pengaruh media (dianggap beriringan sebagai teknologi budaya dan organisasi) ke semua bidang masyarakat dan kehidupan sosial; mediatisasi merupakan proses peningkatan pentingnya media dan pengaruh media baik secara langsung maupun tidak langsung ke berbagai kehidupan masyarakat; dalam mediatisasi politik terdapat empat dimensi yang perlu diperhatikan yakni dimensi sumber informasi, jika sebelumnya sumber informasi yang paling penting adalah pengalaman atau komunikasi antarpribadi kini sumber informasi yang paling penting adalah media; dimensi kedua yakni otonomi media jika sebelumnya media amat bergantung dengan institusi politik kini media sangat independen dari institusi politik; dimensi ketiga yakni praktik media jika sebelumnya konten media banyak dipandu oleh logika politik kini konten media banyak dipandu oleh logika media; dimensi keempat yakni praktik politik jika sebelumnya aktor politik, organisasi dan institusi dipandu oleh logika politik kini aktor politik, organisasi dan institusi dipandu oleh logika media (Lundby, 2014).

KESIMPULAN

Dalam riset ini diperlihatkan bahwa selain survei terdapat metode alternatif untuk memprediksi kemenangan kandidat pada pemilihan umum amat potensial untuk dikembangkan khususnya di tengah kemajuan mediatisasi politik. Kini media sangat intens dipakai oleh para politisi dan publik, walaupun Google Trend di Amerika Serikat mampu memprediksi kemenangan kandidat secara akurat, begitu juga di Kanada mampu memprediksi kemenangan di pemilihan umum, namun di Indonesia hasilnya belum begitu akurat. Diindikasikan keakuratan Google Trend di Amerika Serikat dan Kanada karena layanan Google Tren telah menjangkau hingga tingkat distrik/kecamatan di dua negara tersebut, hal ini yang tentunya berbeda karena di Indonesia belum menjangkau tingkat distrik/kecamatan sehingga belum secara akurat mampu memprediksi kemenangan kandidat.

Kelemahan lainnya dari Google Tren adalah baru melihat tingkat pencarian di publik tanpa memperhatikan nada pemberitaan baik itu positif atau negatif, hal ini tentunya menjadi kelemahan karena Google Tren tidak dapat memprediksi nada pemberitaan apakah itu positif atau negatif dari seorang publik figur, sehingga jika Google Trend ingin dikembangkan sebagai metode alternatif diperlukan pengembangan dari sisi teknologi serta jangkauan kedalamannya khusus di Indonesia sehingga pengguna dapat lebih memaksimalkan fitur – fitur Google Trend.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdi, andi muhammad, Iqbal Sultan, and Hasrullah. (2014). “Survei Tentang Elektabilitasnya Dalam Pemilihan Legislatif DPRD Sulsel 2014 Keanggotaan Asosiasi Riset Pendapat Publik.” *Jurnal Komunikasi KAREBA* 3(4):226–34.
- Aspinall, E & Sukmajati, M. (2016). *Electoral dynamics in Indonesia: money politics, patronage and clientelism at the grassroots*. National University of Singapore Press.
- Choi, Hyunyoung, & Hal Varian. (2012). “Predicting the Present with Google Trend.” *Economic Record* 88(SUPPL.1):2–9. doi: 10.1111/j.1475-4932.2012.00809.x.
- Creswell, John. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches 4th Edition*. California, USA: Sage Publications. Hal 36
- D’Amuri, Francesco, and Juri Marcucci. (2017). “The Predictive Power of Google Searches in Forecasting US Unemployment.” *International Journal of Forecasting* 33(4):801–16. doi: 10.1016/j.ijforecast.2017.03.004.
- Davidowitz, S. (2017) *Everybody lies: big data, new data, and what the internet can tell us About who we really are*. Collins: Harper.
- Fisher, J., Fieldhouse, E., Franklin, M.N., Gibson, R., Cantijoch, M. and Wlezien, C. (2017). *Wlezien, The Routledge handbook of elections, voting behavior and public opinion*. London: Routledge
- Fisher, Patrick. (2019). *Generational Replacement and the Impending Transformation of the American Electorate*. *Journal Politics & Policy* Vol. 48 (1) pp 38-68
- Google Trend. (2020). <https://trends.google.co.id/trends/explore>
- Harkan, Ar-Ali., & Eriyanto. (2021). “Predicting the Results of the 2019 Indonesian Presidential Election with Google Trend Analysis of Accuracy, Precision, and Its Opportunity.” *558(Aprish 2019):1–9*.
- Komisi Pemilihan Umum (2020). *Info Publik Pilkada*. <https://pilkada2020.kpu.go.id/#/pkwkp>
- Lundby, Knut. (2014). *Mediatization of Communication*. Germany: *Handbooks of Communication Science*.
- Ma-Kellams, Christine, Brianna Bishop, Mei Fong Zhang, and Brian Villagrana. (2018). “Using ‘Big Data’ Versus Alternative Measures of Aggregate Data to Predict the U.S. 2016 Presidential Election.” *Psychological Reports* 121(4):726–35. doi: 10.1177/0033294117736318.
- Paramasari, Silvia, and Adi Nugroho. 2021. “Strategi Komunikasi Kesehatan Dalam Upaya Membangun Partisipasi Publik Pada Masa Pandemi Covid-19”. *JURNAL LENSA MUTIARA KOMUNIKASI* 5 (1), 123-32. <https://doi.org/10.51544/jlmk.v5i1.2036>.

- Reilly, Shauna, Sean Richey, and J. Benjamin Taylor. (2012). "Using Google Search Data for State Politics Research: An Empirical Validity Test Using Roll-Off Data." *State Politics and Policy Quarterly* 12(2):146–59. doi: 10.1177/1532440012438889.
- Putra, R., & Annissa, J. (2019). Visualisasi Makna Politik Pada E-Comic Melalui Akun @Kostumkomik. *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi*, 3(2), 49-61. Retrieved from <http://e-journal.sari-mutiara.ac.id/index.php/JLMI/article/view/1109>
- Prado-Román, Camilo, Raúl Gómez-Martínez, and Carmen Orden-Cruz. (2021). "Google Trend as a Predictor of Presidential Elections: The United States Versus Canada." *American Behavioral Scientist* 65(4):666–80. doi: 10.1177/0002764220975067.
- Sandi, Jhon Retei Alfri, Suprayitno Suprayitno, and Imanuel Jaya. (2020). "Public Perception of the Implementation of Simultaneous Regional Head Election 2020 during Covid-19 Pandemic in Palangkaraya Regency." *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal): Humanities and Social Sciences* 3(4):3333–40. doi: 10.33258/birci.v3i4.1366.
- Taherdoost, Hamed. (2016). "How to Design and Create an Effective Survey/Questionnaire; A Step by Step Guide." *International Journal of Academic Research in Management (IJARM)* 5(4):37–41.
- Todd Landman & Luca Di Gennaro Splendore. (2020). Pandemic democracy: elections and COVID-19, *Journal of Risk Research*
- Triwicaksono, Yohanes, and Adi Nugroho. 2021. "Strategi Komunikasi Politik Pemenangan Kepala Daerah". *JURNAL LENZA MUTIARA KOMUNIKASI* 5 (1), 133-45. <https://doi.org/10.51544/jlmk.v5i1.2037>.
- Yasseri, Taha, and Jonathan Bright. (2014). "Can Electoral Popularity Be Predicted Using Socially Generated Big Data?" *IT - Information Technology* 56(5):246–53. doi: 10.1515/itit-2014-1