

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Pelaksanaan Pemilihan Umum Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah (pilkada) secara langsung oleh rakyat merupakan hal baru untuk demokrasi Indonesia. Pemilihan kepala daerah yang sebelumnya dilakukan oleh Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) kemudian diubah menjadi pilkada dimana Kepala Daerah dipilih langsung oleh rakyat.

Berkembangnya penyelenggaraan pilkada dimulai saat keputusan pemerintah tentang pelaksanaan pilkada serentak yang diadakan pertama kali di tahun 2015. Pilkada serentak ini dilaksanakan oleh berbagai daerah secara bersamaan. Sesuai Pasal 201 Poin 5 Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2015 Tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2014 tentang Pemilihan Gubernur, Bupati, dan Walikota menjadi Undang-Undang (UU Nomor 1 tahun 2015). Bahwa pemungutan suara serentak dalam Pemilihan Gubernur, Bupati, dan Walikota di seluruh wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia dilaksanakan pada hari dan bulan yang sama pada tahun 2020.

Di tahun 2020 Indonesia kembali melakukan pilkada serentak yang melibatkan 270 wilayah di Indonesia, yaitu meliputi 9 (sembilan) provinsi, 224 kabupaten, dan 37 kota (KPU, 2020: a). Pilkada Serentak ini diselenggarakan pada tanggal 9 Desember 2020. Penetapan penyelenggaraan pilkada serentak 2020 sesuai dengan tahapan penyelenggaraan dalam Peraturan Komisi Pemilihan Umum Nomor 5 Tahun 2020 tentang Tahapan, Program, dan Jadwal

Penyelenggaraan Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur, Bupati, dan Wakil Bupati, dan/ atau Walikota dan Wakil Walikota Tahun 2020 (PKPU Nomor 5 tahun 2020). Bahwa tanggal pemungutan dan penghitungan suara dilaksanakan 9 Desember 2020.

Pada penyelenggaraan pilkada serentak 2020 terdapat 9 (sembilan) KPU Provinsi yang termasuk dalam pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur. Sembilan provinsi tersebut yakni: 1) Sumatera Barat; 2) Jambi; 3) Kepulauan Riau; 4) Bengkulu; 5) Kalimantan Tengah; 6) Kalimantan Selatan; 7) Kalimantan Utara; 8) Sulawesi Utara; dan 9) Sulawesi Tengah (KPU, 2020: b).

Penyelenggaraan pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur diselenggarakan sesuai dengan tahapan pilkada. Menurut Undang-Undang No 1 Tahun 2015 Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur diselenggarakan melalui 2 (dua) tahapan yaitu tahapan persiapan dan tahapan pelaksanaan (UU Nomor 1 tahun 2015). Tahapan persiapan meliputi: 1) perencanaan program dan anggaran; 2) penyusunan peraturan penyelenggaraan pemilihan; 3) perencanaan penyelenggaraan yang meliputi penetapan tata cara dan jadwal tahapan pelaksanaan pemilihan; 4) pembentukan PPK, PPS, dan KPPS; 5) pembentukan Panwas Kabupaten atau Kota, Panwas Kecamatan, PPL, dan Pengawas TPS; 6) pemberitahuan dan pendaftaran pemantau pemilihan dan; 7) penyerahan daftar penduduk potensial pemilih. Sedangkan dalam tahapan penyelenggaraan meliputi: 1) pendaftaran bakal Calon Gubernur, Calon Bupati, dan Calon Walikota; 2) uji publik; 3) pengumuman pendaftaran Calon Gubernur, Calon Bupati, dan Calon Walikota; 4) pendaftaran Calon Gubernur, Calon Bupati, dan Calon Walikota; 5)

penelitian persyaratan Calon Gubernur, Calon Bupati, dan Calon Walikota; 6) penetapan Calon Gubernur, Calon Bupati, dan Calon Walikota; 7) pelaksanaan kampanye; 8) pelaksanaan pemungutan suara; 9) penghitungan suara dan rekapitulasi hasil penghitungan suara; 10) penetapan calon terpilih; 11) penyelesaian pelanggaran dan sengketa hasil pemilihan dan; 12) pengusulan pengesahan pengangkatan calon terpilih.

Salah satu tahapan pelaksanaan pilkada yang paling penting adalah kampanye. Menurut Pasal 1 Ayat 21 Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2015 kampanye adalah kegiatan untuk menyakinkan pemilih dengan menawarkan visi, misi, dan program Calon Gubernur, Calon Bupati, dan Calon Walikota (UU Nomor 1 tahun 2015).

Kegiatan untuk menyakinkan pemilih perlu adanya rangkaian bentuk dari kegiatan kampanye. Menurut Pasal 65 Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2015 terdapat berbagai bentuk kegiatan kampanye yang dapat dilaksanakan saat pelaksanaan kampanye meliputi: 1) pertemuan terbatas; 2) pertemuan tatap muka dan dialog; 3) debat publik atau debat terbuka antar calon; 4) penyebaran bahan kampanye kepada umum; 5) pemasangan alat peraga; 6) iklan media massa cetak dan media massa elektronik dan; 7) kegiatan lain yang tidak melanggar larangan kampanye dan ketentuan peraturan perundang-undangan (UU Nomor 1 tahun 2015).

Kampanye pilkada serentak pada tahun ini tampak berbeda dengan pilkada tahun-tahun sebelumnya karena pilkada harus dilakukan dalam kondisi pandemi

virus corona. Pasal 58 poin 2 Peraturan Komisi Pemilihan Umum Nomor 6 Tahun 2020 tentang Pelaksanaan Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur, Bupati, dan/atau Walikota dan Wakil Walikota Serentak Lanjutan Dalam Kondisi Bencana Non-Alam *Corona Virus Disease* (Covid-19) (PKPU Nomor 6 tahun 2020) dijelaskan bahwa Partai Politik atau Gabungan Partai Politik, Pasangan Calon dan/atau Tim Kampanye mengupayakan metode kampanye sebagaimana dimaksud bahwa kegiatan kampanye dilakukan melalui media daring.

Selain itu perbedaan kampanye tahun ini juga terlihat dalam 4 (empat) tahapan masa kampanye dalam masa pandemi yang tercantum dalam PKPU Nomor 5 Tahun 2020. Empat tahapan tersebut meliputi: 1) pertemuan terbatas, pertemuan tatap muka dan dialog, penyebaran kampanye kepada umum, pemasangan alat peraga, dan/atau kegiatan lain yang dimulai 26 September 2020 hingga 5 Desember 2020; 2) debat publik terbuka antarpasangan calon dimulai 26 September hingga 5 Desember 2020; 3) kampanye melalui media massa, cetak dan elektronik dimulai 22 November 2020 hingga 5 Desember 2020; 4) masa tenang dan pembersihan alat peraga dimulai 6 Desember 2020 hingga 8 Desember 2020.

Perbedaan kegiatan kampanye lainnya terlihat jelas ketika KPU melarang berbagai bentuk kampanye yang mengundang kerumunan massa dalam jumlah banyak. Hal ini tercantum dalam Peraturan Komisi Pemilihan Umum Nomor 13 Tahun 2020 tentang Pelaksanaan Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur, Bupati dan Wakil Bupati, dan/ atau Walikota dan Wakil Walikota Serentak Lanjutan Dalam Kondisi Bencana Non-Alam *Corona Virus Disease* 2019

(Covid19) meliputi (PKPU Nomor 13 tahun 2020): 1) rapat umum; 2) panen raya; 3) konser musik; 4) kegiatan berbudaya (pentas seni); 5) kegiatan olahraga berupa gerak jalan santai, sepeda santai, perlombaan; 6) kegiatan sosial berupa bazar dan/atau donor darah; 7) peringatan ulang tahun partai politik. Peraturan tersebut dibuat tentunya agar tidak menambah kluster covid yang semakin marak di Indonesia.

Berbagai larangan kampanye KPU 2020 dapat menjadi kesempatan para pasangan Calon Gubernur dan Wakil Gubernur untuk menarik suara rakyat dengan memanfaatkan kemajuan teknologi yang berkembang dengan pesat di Indonesia. Hal ini sesuai dengan PKPU Nomor 6 Tahun 2020 Bab VI kampanye Pasal 63G bahwa kegiatan kampanye dilakukan melalui media daring, mulai dari iklan kampanye, rapat umum hingga kegiatan sosial maupun peringatan hari ulang tahun partai politik. Salah satu media daring yang dapat digunakan sebagai media komunikasi untuk kepentingan berkampanye adalah media sosial. Bahkan Douglas Hagar (2014 dalam Alfani, 2018: 44) dalam *Campaigning Online: Social Media in the 2010 Niagara Municipal Election*, mengatakan bahwa media sosial bisa berkontribusi pada keberhasilan politik.

Dari hasil observasi peneliti terhadap jumlah media sosial yang terdaftar di KPU, peneliti menemukan bahwa platform media sosial Facebook dan Instagram adalah platform yang paling banyak digunakan oleh para pasangan calon dengan jumlah akun Facebook sebanyak 191 akun dan Instagram sebanyak 88 akun. Adapun Sembilan Provinsi beserta nama pasangan calon dan jumlah media sosial ditampilkan pada Tabel 1.1. di bawah ini.

**Tabel 1.1** Daftar 9 (sembilan) Provinsi Yang Menyelenggarakan Pilkada 2020

No.	Provinsi	Nama Pasangan Calon		Jumlah Media Sosial	
		No. Urut	Nama	Facebook	Instagram
1	Sumatera Barat	1	Ir.H. Mulyadi Drs. H. Ali Mukhni	4	4
		2	Drs. H. Nasrul Abit Dr. Ir. H. Indra Catri, M.T	1	1
		3	Fakhrizal Genius Umar	1	1
		4	Mahyedi Audy	4	3
2	Jambi	1	Drs. H. Cek Endra Hj. Ratu Munawaroh	1	2
		2	Dr. Drs. Fachrori Umar, M.Hum Drs. H. Syafril Nursal, S.H., M.H	1	1
		3	Dr. H. Al Haris, S. Sos., M.H Drs. H. Abdullah Sani, M.Pd.I	5	3
3	Kepulauan Riau	1	Dr. H.M. Soerya Respationo,S.H., M.H. Iman Sutiawan, S.E., M.M.	1	1
		2	H. Isdianto S.Sos.MM Suryani, SE	2	2
		3	Ansar Ahmad, SE., MM Marlin Agustina	6	5
4	Bengkulu	1	Helmi Hasan H. Muslihan Diding Soetrisno	12	8
		2	Dr. H. Rohidin Mersyah Dr. H. Rosjonsyah	12	12
5	Kalimantan Tengah	1	Ir. Ben Brahim S. Bahat, MM., MT Dr. H. Ujang Iskandar, ST., Msi	16	10
6	Kalimantan Selatan	1	H. Sahbirin Noor H. Muhidin	6	8
		2	Prof. H. Denny Indrayana, S.H.,LL.M., Ph.D Drs. H. Difriadi	2	2
7	Kalimantan Utara	1	H. Udin Hianggio, B.Sc Dr. Drs. H. Undunyah, M.Si, M.H	9	5
		2	Dr. H. Irianto Lambrie H. Irwan Sabri, SE	2	1
		3	Drs. Zainal Arifin Paliwang, SH.,M.Hum Dr. Yansen TP, M.Si	29	1
8	Sulawesi Utara	1	Christiany Euginia Paruntu Sehan Salim Landjar, SH	5	3

		2	Vonnie Anneke Panambunan Dr. Hendry C.M. Runtuwene, S.TH., M.Si	28	2
		3	Olly Dondokambey, SE. Drs. Steven O.E. Kandouw	17	6
9	Sulawesi Tengah	1	Hidayat dan Bartho	4	4
		2	Rusdy Mastura Ma'mun Amir	23	3

Sumber: PPID 9 KPU Provinsi diolah

Dari data nama pasangan calon di atas, media yang digunakan untuk berkampanye yaitu Instagram dan Facebook. Sedangkan jika dilihat melalui data jumlah pengguna platform di Indonesia pada penelitian *We Are Social* tercatat sebanyak 16 platform media sosial yang digunakan oleh masyarakat Indonesia yaitu: 1) YouTube sebanyak 88 %; 2) WhatsApp sebanyak 84%; 3) Facebook sebanyak 82%; 4) Instagram sebanyak 79%; 5) Twitter sebanyak 56%; 6) LINE sebanyak 50%; 7) Facebook Messenger sebanyak 50%; 8) LinkedIn sebanyak 35%; 9) Pinterest sebanyak 34%; 10) WeChat sebanyak 29%; 11) Snapchat sebanyak 28%; 12) Skype sebanyak 25%; 13) Tik Tok sebanyak 25%; 14) Tumblr sebanyak 22%; 15) Reddit sebanyak 18%; 16) Sina Weibo sebanyak 17% (Kemp 2020: 43). YouTube memang mendominasi dan merupakan platform dengan peringkat pertama yang sering digunakan oleh masyarakat Indonesia. Namun setelah YouTube dan WhatsApp, Facebook dan Instagram menempati peringkat teratas sebagai platform yang memberikan tampilan visual menarik dengan fitur-fitur yang bersifat umum dan dapat dijadikan ruang untuk menuliskan ide serta pendapat pengguna tentang suatu konten. Dimana dalam hal ini, kedua platform tersebut dapat digunakan sebagai bentuk penyampaian pesan para pasangan calon untuk menarik suara khalayak melalui konten mereka.

Menurut Pasal 58 PKPU Nomor 6 Tahun 2020, Partai Politik, Pasangan Calon atau Tim kampanye mengupayakan metode kampanye dilakukan melalui media daring. Salah satu jenis media daring yaitu media sosial. Menurut Owen (2014: 5) kemajuan teknologi serta jumlah platform media sosial yang beragam sangat pesat membuat pemilihan umum menjadi beragam. Hal ini dapat menjadi bukti bahwa kampanye menggunakan platform media sosial dapat membentuk suatu kebiasaan baru bagi masing-masing pasangan calon dalam menyampaikan visi misi, bertukar pendapat maupun ide dan lain sebagainya. Tersedianya platform yang menguntungkan serta tingginya penggunaan platform dapat menjadi bukti bahwa kampanye media sosial dapat menjadi ruang para pasangan calon dalam berkampanye di media sosial.

Strategi kampanye merupakan kunci keberhasilan dalam suatu kampanye. Strategi inilah yang nantinya digunakan para kandidat untuk menyampaikan pesan politik. Dalam hal ini para kandidat harus mengemas pesan mereka agar mudah diterima oleh khalayak. Jika ditinjau secara keseluruhan, studi penelitian komunikasi tentang pesan kampanye di media sosial khususnya dalam pilkada Serentak 2020 masih sangat sulit ditemukan. Ini merupakan salah satu kesempatan bagi peneliti untuk mengetahui pentingnya komunikasi dalam menyampaikan pesan politik melalui kampanye daring dengan memanfaatkan media sosial di masa pandemi. Maka dari itu penulis menilai penelitian mengenai analisis pesan politik dalam konten yang diunggah melalui akun resmi media sosial 23 pasangan calon di pilkada serentak 2020 masih sangat perlu dilakukan.



## **1.2 Rumusan Masalah**

Bagaimana pesan politik pasangan calon di Instagram dan Facebook pada Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur 2020 di 9 (sembilan) Provinsi?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Untuk mengetahui isi pesan politik yang disampaikan oleh masing-masing pasangan calon melalui konten dalam akun resmi media sosial khususnya Instagram dan Facebook pada Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur 2020 di 9 (sembilan) Provinsi.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Secara Teoritis**

- Untuk menambah kajian ilmiah tentang Pemilihan Umum dan Pemilihan Kepala Daerah dalam kampanye media sosial.
- Menjadi bahan kajian dan acuan untuk penelitian sejenis selanjutnya.

### **1.4.2 Secara Praktis**

- Memberikan pengetahuan tentang strategi kampanye media sosial di masa pandemi di 9 (sembilan) Provinsi Indonesia.
- Dapat menjadi bahan evaluasi tambahan untuk semua pemangku kepentingan dalam penyelenggaraan pilkada Serentak khususnya dalam Pemilihan Gubernur 9 (sembilan) Provinsi 2020.

## **1.5 Lokasi dan Tatakala Penelitian**

### **1.5.1 Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan secara online dengan melakukan pengamatan kegiatan kampanye melalui dua platform media sosial yaitu Facebook dan Instagram yang didaftarkan pada Komisi Pemilihan Umum (KPU) RI dalam Pemilihan Gubernur 9 (sembilan) Provinsi pilkada serentak 2020.

## **1.6 Sistematika Penulisan Laporan Akhir**

Untuk memudahkan pembaca dalam memahami penelitian ini. Sistematika penulisan yang digunakan dalam skripsi ini terdiri dari lima bab yaitu sebagai berikut:

### **Bab I: Pendahuluan**

Bab ini berisi penjelasan tentang latar belakang masalah sebagai dasar dalam penulisan skripsi, rumusan masalah yang diangkat, tujuan penelitian, manfaat penelitian baik secara teoretis maupun praktis, lokasi dan tatakala penelitian dan sistematika penulisan laporan akhir.

### **Bab II: Tinjauan Pustaka**

Bab ini merupakan penjelasan tentang landasan teori berdasarkan dengan masalah yang ditemukan oleh penulis. Tinjauan pustaka ini diambil berdasarkan hasil dari telusuran penulis tentang penelitian terdahulu dan juga sumber buku yang menjadi acuan dari topik penelitian.

### **Bab III: Metode Penelitian**

Bab ini menjelaskan lebih rinci mengenai metode penelitian yang akan digunakan untuk menjawab rumusan permasalahan penelitian.

### **Bab IV: Hasil Penelitian dan Pembahasan**

Bab ini berisi sajian hasil penelitian dalam bentuk uraian analisis data dan fakta dari perbandingan temuan atau informasi yang diperoleh terkait dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian didasari dengan tinjauan pustaka dalam penelitian ini.

### **Bab V: Kesimpulan dan Saran**

Bab ini merupakan kesimpulan dari hasil pembahasan pada Bab IV dan saran penulis.

