

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sejak tahun 2004, sistem pemilihan kepala daerah dan wakil kepala daerah (pilkada) di Indonesia mengalami perubahan. Pilkada tidak lagi dipilih melalui perwakilan DPRD, melainkan dilakukan secara langsung oleh rakyat dengan sistem *one man one vote* berlandaskan asas langsung, umum, bebas, rahasia, jujur, dan adil. (Hafied Cangara, 2016:217)

Pilkada sistem baru, *one man one vote*, berlaku sejak diterbitkannya Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah. Kemunculan sistem tersebut membuat kalangan politisi dan elite daerah harus mempersiapkan strategi dan taktik yang matang apabila ingin mencalonkan diri dalam pilkada. (Hafied Cangara, 2016:217)

Sejak tahun 2015, pilkada dilaksanakan secara serentak sesuai Undang-Undang Pasal 201 Nomor 1 Tahun 2015 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2014 tentang Pemilihan Gubernur, Bupati, dan Walikota Menjadi Undang-Undang. Pelaksanaan pilkada secara serentak berarti menggabungkan pemungutan suara untuk Pemilihan Gubernur, Bupati, dan Walikota pada satu waktu bersamaan.

Menyelenggarakan pilkada memerlukan proses panjang. Berdasarkan Pasal 5 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2015 tentang Perubahan Atas 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 8 Tahun 2015), tahapan pilkada meliputi tahapan persiapan dan tahapan pelaksanaan.

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, PPDP, dan KPPS; (5) pembentukan Panwas kabupaten/kota, Panwas kecamatan, PPL, dan Pengawas TPS; (6) pemberitahuan dan pendaftaran pemantau Pemilihan; (7) penyerahan daftar penduduk potensial Pemilih; (8) pemutakhiran dan penyusunan daftar Pemilih.

Tahapan pelaksanaan meliputi: (1) pengumuman pendaftaran Pasangan Calon Gubernur dan Calon Wakil Gubernur, Pasangan Calon Bupati dan Calon Wakil Bupati, serta Pasangan Calon Walikota dan Wakil Walikota; (2) pendaftaran Pasangan Calon Gubernur dan Calon Wakil Gubernur, Pasangan Calon Bupati dan Calon Wakil Bupati, serta Pasangan Calon Walikota dan Wakil Walikota; (3) penelitian persyaratan Calon Gubernur dan Calon Wakil Gubernur, Pasangan Calon Bupati dan Calon Wakil Bupati, serta Pasangan Calon Walikota dan Wakil Walikota; (4) penetapan Calon Gubernur dan Calon Wakil Gubernur, Pasangan Calon Bupati dan Calon Wakil Bupati, serta Pasangan Calon Walikota dan Wakil Walikota; (5) pelaksanaan Kampanye; (6) pelaksanaan pemungutan suara; (7) perhitungan suara dan rekapitulasi hasil penghitungan suara; (7) penetapan calon terpilih; (8)

penyelesaian pelanggaran dan sengketa hasil Pemilihan; (9) pengusulan pengesahan pengangkatan calon terpilih.

Salah satu tahapan penting dalam tahapan pelaksanaan pilkada adalah kampanye. Menurut Pasal 1 UU Nomor 8 Tahun 2015, kampanye merupakan kegiatan untuk meyakinkan pemilih dengan menawarkan visi, misi, dan program Calon Gubernur dan Calon Wakil Gubernur, Calon Bupati dan Calon Wakil Bupati, serta Calon Walikota dan Calon Wakil Walikota.

Pengertian kampanye menurut Undang-Undang juga diperkuat oleh Firmanzah yang memiliki pendapat bahwa kampanye pada dasarnya merupakan periode untuk memaparkan program kerja pasangan calon (paslon) dan mempengaruhi opini publik sekaligus memobilisasi masyarakat untuk memberikan suara kepada paslon saat pemilihan. (Firmanzah, 2012:271)

Berdasarkan dua pengertian di atas disimpulkan bahwa kampanye adalah masa di mana paslon memaparkan visi, misi, dan program untuk menunjukkan citra dirinya dalam politik agar masyarakat memberikan suara kepada paslon saat pemilihan.

Ketika berkampanye paslon dihadapkan pada beragam pilihan sarana kampanye yang dapat digunakan seperti kampanye tradisional, kampanye melalui media massa dan iklan politik, serta kampanye melalui internet dan media sosial. Meskipun salah satu sarana tersebut dapat dipilih, namun lebih baik apabila paslon menggabungkan ketiga sarana tersebut agar kampanyenya semakin efektif.

Sebuah kampanye menjadi efektif apabila tiga elemen bauran dari marketing politik dilakukan bersamaan, yakni: (1) marketing politik melalui internet dan media

sosial; (2) marketing politik melalui media massa dan iklan politik; serta (3) marketing politik tradisional seperti pemasaran langsung, kampanye *door to door* (*kunjungan langsung*), dan *gethok tular* (*dari mulut ke mulut*). (Wisnu, 2013:73)

Visi, Misi, dan Program (VMP) yang digunakan paslon untuk berkampanye mengacu pada Rencana Pembangunan Jangka Panjang (RPJP) Daerah yang merupakan janji paslon kepada para pemilihnya. Apabila paslon tersebut terpilih, janji tersebut menjadi kewajiban bagi paslon untuk direalisasikan. (Pandiangan, 2017:129)

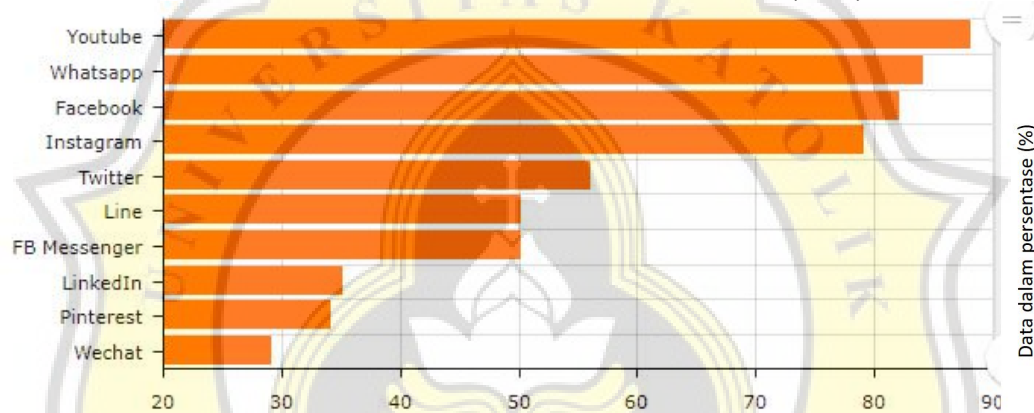
Dalam situasi pandemi COVID-19, Komisi Pemilihan Umum (KPU) menganjurkan paslon untuk berkampanye dengan metode tidak langsung melalui media daring (termasuk media sosial) sesuai Pasal 84 Peraturan Komisi Pemilihan Umum Nomor 10 Tahun 2020 tentang Perubahan Atas Peraturan Komisi Pemilihan Umum Nomor 6 Tahun 2020 tentang Pelaksanaan Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur, Bupati dan Wakil Bupati, Walikota dan Wakil Walikota Serentak Lanjutan dalam Kondisi Bencana Non-Alam *Corona Virus Disease 2019* (COVID-19).

Tujuan penggunaan media sosial sebagai sarana berkampanye masih sama seperti kampanye biasa, yakni mengajak khalayak untuk memilih paslon melalui pemberian informasi yang dapat menarik minat. (Haidir Siagian, 2015:17) Pelaksanaan kampanye melalui media sosial di Indonesia biasa dilakukan melalui *Instagram*, *Facebook*, *Youtube*, *Twitter*, dan *Website*. (Henri Subiakto dan Rachmach Ida, 2016:149)

Facebook digunakan paslon dalam kampanye untuk menunjukkan dan mempromosikan eksistensi. (Sumartono, 2019:79)

Berdasarkan hasil riset Hootsuite dalam We Are Social, per Januari 2020 terdapat 10 media sosial yang sering digunakan di Indonesia. Pengguna media sosial pun berasal dari kalangan usia 16 hingga 64 tahun.

Gambar 1.1 10 Media Sosial yang Sering Digunakan di Indonesia per Januari 2020 Menurut Hootsuite dalam We Are Social (2020)



Sumber: <https://databooks.katadata.co.id/datapublish/2020/02/26/10-media-sosial-yang-paling-sering-digunakan-di-indonesia>,

Dari data diagram di atas tertera bahwa Youtube menempati peringkat pertama sebagai media sosial yang paling sering digunakan di Indonesia dengan persentase sebesar 88%. Posisi kedua ditempati oleh Whatsapp dengan persentase sebesar 84%. Posisi ketiga ditempati oleh Facebook dan Instagram dengan persentase sebesar 82% dan 79%.

Beranjak dari pembahasan mengenai media sosial yang sering digunakan di Indonesia, hasil pemilihan legislatif (pileg) menunjukkan perolehan suara partai politik di tingkat Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD). Kabupaten Klaten,

Kabupaten Boyolali, dan Kota Surakarta menjadi salah tiga wilayah di Indonesia dengan salah satu partai politik yang memperoleh cukup banyak suara. Berikut adalah data hasil perolehan kursi legislatif di DPRD Kabupaten Klaten, Kabupaten Boyolali, dan Kota Surakarta pada tahun 2009, 2014, dan 2019.

Tabel 1.1 Perolehan Kursi PDIP pada Pileg 2009, 2014, dan 2019 di DPRD Klaten, Boyolali, dan Surakarta

Kabupaten/Kota	Jumlah Kursi DPRD yang Tersedia Periode 2009, 2014, 2019	Kursi PDIP		
		2009	2014	2019
Klaten	50	15	17	19
Boyolali	45	14	25	35
Surakarta	45	15	24	30

Sumber: <https://kpu-klatenkab.go.id/infografis-pemilu-2019-kpu-kabupaten-klaten/>; <http://kpu-boyolali.go.id/berita-133/penetapan-penghitungan-kursi-dan-calon-terpilih.html>; <https://drive.google.com/drive/folders/116Cfkh2SIpQkQwldEMt61vGa8yBifzM?usp=sharing> diakses pada 27 Juni 2021 dan observasi.

Kabupaten Klaten, Kabupaten Boyolali, dan Kota Surakarta mengikuti pilkada serentak tahun 2020. Peneliti sengaja memilih ketiga wilayah tersebut dikarenakan masih dalam lingkup Solo Raya serta terdapat cukup banyak kursi di tingkat DPRD masing-masing wilayah yang berhasil diduduki oleh PDIP.

Apabila dilihat sekilas, perolehan kursi PDIP di DPRD Kabupaten Klaten terlihat belum mendominasi dikarenakan perolehan kursi masih di bawah 50% dari jumlah kursi DPRD yang tersedia. Meskipun demikian, peneliti melihat temuan data lainnya yang memaparkan hasil perolehan kursi partai politik selain PDIP di DPRD Kabupaten Klaten pada masa pileg yang sama. Kursi DPRD yang berhasil diperoleh partai politik tidak sebanyak kursi yang diperoleh PDIP. Berdasarkan informasi

bagian pemilu yang terdapat pada website KPU Kabupaten Klaten, partai politik yang berhasil memperoleh kursi DPRD terbanyak kedua setelah PDIP selama 3 masa pileg berturut-turut ialah Golongan Karya (Golkar) dengan hasil 10 kursi pada tahun 2009, 8 kursi pada tahun 2014, dan 7 kursi pada tahun 2019. Dengan demikian masih dapat disimpulkan bahwa PDIP menjadi partai yang mendominasi pileg di ketiga wilayah tersebut.

Berdasarkan observasi media sosial yang digunakan paslon dalam berkampanye (lihat tabel 1.2), hasil Pileg 2009, 2014, dan 2019 menjadi acuan dasar bagi peneliti untuk mengambil data kampanye melalui media sosial paslon masing-masing wilayah.

Dari observasi kampanye pilkada di 3 daerah, mayoritas media sosial yang didaftarkan paslon ke KPU berdasarkan formulir BC4-KWK adalah Facebook dan Instagram. Paslon aktif menggunakan Facebook dan Instagram untuk menyiarkan dokumentasi aktivitasnya terkait kampanye kepada masyarakat. Berikut adalah tabel daftar paslon masing-masing wilayah beserta jumlah akun media sosial untuk kampanye:

Tabel 1.2 Daftar Paslon yang Maju pada Pilkada Serentak 2020 di Kabupaten Klaten, Kabupaten Boyolali, dan Kota Surakarta beserta Jumlah Media Sosial untuk Berkampanye

Kabupaten/ Kota	Paslon		Pengusung	Jumlah Media Sosial	
	Nomor Urut	Nama		Facebook	Instagram
Klaten	1	Sri Mulyani - Yoga Hardaya	PDIP, Golkar	17	1
	2	One Krisnata - Muhammad Fajri	Demokrat, PKS, Gerindra	3	2
	3	Arif Budiyono - Harjanta	PKB, PAN, PPP, Hanura	2	3
Boyolali	Calon	Mohammad Said	PDIP	1	1

	tunggal	Hidayat - Wahyu Irawan			
Surakarta	1	Gibran Rakabuming - Teguh Prakosa	PDIP	11	8
	2	Bagyo Wahyono - FX Supardjo	Perseorangan	9	9

Sumber: <https://infopemilu2.kpu.go.id/pilkada2020/penetapan> dan observasi

Tabel di atas selain berisikan daftar paslon masing-masing wilayah beserta nomor urut dan jumlah akun Facebook dan akun Instagram juga tertera partai pengusung masing-masing paslon. Melalui tabel ditemukan fakta bahwa setiap wilayah pasti terdapat paslon yang diusung oleh PDIP.

Akun Facebook dan akun Instagram nyatanya digunakan masing-masing paslon untuk membantu komunikasi politiknya sehingga dapat disusun rumusan masalah yang bertopik komunikasi politik.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana komunikasi politik pasangan calon Pilkada 2020 di Kabupaten Klaten, Kabupaten Boyolali, dan Kota Surakarta saat berkampanye melalui media sosial?

1.3 Tujuan Penelitian

Mengetahui komunikasi politik pasangan calon Pilkada 2020 di Kabupaten Klaten, Kabupaten Boyolali, dan Kota Surakarta saat berkampanye melalui media sosial.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memaparkan hasil kajian komunikasi politik dalam kampanye paslon di Kabupaten Klaten, Kabupaten Boyolali, dan Kota Surakarta pada Pilkada 2020. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi stimulan untuk pengkajian lebih lanjut mengenai fenomena komunikasi politik dalam kampanye melalui media sosial di Indonesia.

1.4.2 Manfaat praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan pembaca mengenai komunikasi politik dalam kampanye di Kabupaten Klaten, Kabupaten Boyolali, dan Kota Surakarta untuk Pilkada 2020 melalui media sosial serta menjadi bahan evaluasi dan pertimbangan terhadap pelaksanaan kampanye pilkada melalui media sosial pada masa mendatang.

1.5 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan secara online melalui observasi akun media sosial Facebook dan Instagram paslon untuk berkampanye Pilkada 2020 yang terdaftar pada formulir BC4-KWK milik KPU.

1.6 Sistematika Penulisan Laporan Akhir

Sistematika penulisan dibuat untuk mempermudah pembaca dalam memahami isi penelitian. Sistematika dijadikan juga kerangka dan pedoman penulisan penelitian.

Peneliti membuat laporan penelitian yang terdiri dari lima bab yang masing-masing bab menjelaskan tentang:

BAB I PENDAHULUAN

Bab I terdiri dari latar belakang permasalahan yang mendasari alasan penulis melakukan penelitian. Dengan mengetahui latar belakang, terciptalah rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, serta lokasi dan tatakala penulisan.

BAB II GAMBARAN UMUM

Bab II berisi penjelasan teori yang relevan untuk menjawab rumusan masalah pada Bab I.

BAB III LANDASAN TEORI

Bab III menjelaskan lebih rinci mengenai metode penelitian yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab IV berisi hasil penelitian dari data yang telah dikumpulkan dan didapatkan penulis dengan menggunakan teori yang ada pada Bab II.

BAB V PENUTUP

Bab V berisi kesimpulan dari keseluruhan hasil yang sudah dibahas pada Bab IV dan juga saran dari peneliti untuk pihak-pihak yang berkaitan.