

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Gambaran Umum**

Kabupaten Klaten, Kabupaten Boyolali, dan Kota Surakarta turut menyelenggarakan Pemilihan Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah (Pilkada) 2020. Ketiga kabupaten dan/atau kota tersebut terdapat pasangan calon (paslon) yang maju mencalonkan diri dalam pilkada.

Terdapat 3 paslon yang maju pilkada di Kabupaten Klaten. Salah satu paslon dengan nomor urut 1 yang mencalonkan diri sebagai Calon Bupati (Cabup) di Kabupaten Klaten merupakan paslon yang sedang menjabat sebagai Bupati dan/atau Walikota pada daerah pilkada atau biasa disebut sebagai petahana. Untuk Kabupaten Boyolali hanya diikuti oleh 1 paslon tunggal. Sementara di Kota Surakarta, pilkada diikuti oleh 2 paslon yang mana paslon nomor urut 2 merupakan paslon yang maju secara perseorangan.

Total paslon yang maju Pilkada 2020 di Kabupaten Klaten, Kabupaten Boyolali, dan Kota Surakarta secara keseluruhan berjumlah 7 pasang. Terdapat 3 paslon yang maju pilkada di Kabupaten Klaten, 1 paslon tunggal yang maju pilkada di Kabupaten Boyolali, dan 2 paslon yang maju pilkada di Kota Surakarta. Ketujuh paslon tersebut menggunakan Facebook dan Instagram sebagai salah satu media kampanye pilkada.

Objek penelitian adalah akun media sosial Facebook dan Instagram paslon yang mengikuti Pilkada 2020 di Kabupaten Klaten, Kabupaten Boyolali, dan Kota Surakarta. Facebook dan Instagram berdasarkan formulir BC4-KWK merupakan media sosial yang paling banyak didaftarkan oleh paslon. Selain itu, kedua media sosial tersebut termasuk 2 dari 10 media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia pada tahun 2020 menurut Hootsuite.

Data media sosial milik ketujuh paslon yang digunakan untuk berkampanye diperoleh dari Komisi Pemilihan Umum Daerah (KPUD) masing-masing paslon dengan cara mengisi formulir permohonan informasi kemudian mendatangi langsung kantor KPUD dan/atau menghubungi melalui e-mail. Data diberikan dalam bentuk formulir BC4-KWK. Data akun media sosial tersebut berdasarkan perolehan hasil postingan digambarkan peneliti menjadi:

- A. Akun berisikan postingan lengkap selama masa kampanye (26 September 2020 hingga 5 Desember 2020).
- B. Akun berisikan sedikit postingan (kurang dari 10 postingan) selama masa kampanye.
- C. Akun tidak dapat ditemukan baik melalui Facebook maupun Instagram.
- D. Akun tidak dapat diakses karena merupakan akun private.
- E. Akun berisikan postingan diluar masa kampanye Pilkada 2020.

Peneliti menggambarkan data yang diperoleh dari akun media sosial berdasarkan postingan yang digunakan paslon di Kabupaten Klaten, Kabupaten Boyolali, dan Kota Surakarta untuk berkampanye. Akun media sosial yang menjadi obyek

observasi adalah sebanyak 43 akun Facebook dan 24 akun Instagram dengan total secara keseluruhan 67 akun. Berikut gambaran hasil observasi akun media sosial tersebut:

**Tabel 4.1** Gambaran Akun Media Sosial Facebook dan Instagram untuk Kampanye Paslon Kabupaten Klaten

Nomor Urut	Nama Paslon	Akun Media Sosial			
		Facebook		Instagram	
		Nama Akun	Kategori	Nama Akun	Kategori
1	Sri Mulyani - Yoga Hardaya	DPC PDI Perjuangan Kabupaten Klaten	E	@komunitasjuang_klaten	B
		Agus Wibowo	D		
		Arif Nugroho	D		
		Pac Karangano m	E		
		Bagus	C		
		Dyah Kur	D		
		Heti Purwani	D		
		Klaten Mulyo	A		
		Agus Riyanto	D		
		Sri Murni	D		
		Nur Hilal A	D		
		Aris Prabowo	D		
		Suradii	C		
		Hamenang Wajar Ismoyo	D		
		Joko Siswanto	D		
		Aris Widhiarto	D		

		Alexio Hendry G	D		
2	One Krisnata - Muhammad Fajri	ORI One-Fajri	A	@one_fajri2	A
		One Krisnata	A	@one.krisnata	A
		Muhammad Fajri	A		
3	Arif Budiyono - Harjanta	Rumah ABY HJT	B	@rumahaby.hjt	B
		Sedulur ABY - HJT	D	@aby.arifbudiyo no	E
				@sedulur.aby_hjt	B

Sumber: formulir BC4-KWK dan observasi

Berdasarkan tabel 4.1, ketiga paslon Kabupaten Klaten lebih banyak menggunakan media sosial Facebook sebagai saluran berkampanye Pilkada 2020. Akun media sosial Facebook yang digunakan oleh paslon lebih banyak akun berkategori D (akun private).

**Tabel 4.2** Gambaran Akun Media Sosial Facebook dan Instagram untuk Kampanye Paslon Tunggal Kabupaten Boyolali

Nama Paslon Tunggal	Akun Media Sosial			
	Facebook		Instagram	
	Nama Akun	Kategori	Nama Akun	Kategori
Mohammad Said Hidayat - Wahyu Irawan	Said Iwan	B	@saidiwanboyolali	A

Sumber: formulir BC4-KWK dan observasi

Berdasarkan tabel 4.2, paslon tunggal Kabupaten Boyolali memiliki 1 akun media sosial Facebook dan 1 akun media sosial Instagram. Meskipun demikian apabila dilihat dari kategori akun, paslon tunggal Kabupaten Boyolali cenderung lebih aktif menggunakan Instagram (akun Instagram paslon merupakan akun berkategori A dengan postingan lengkap selama masa kampanye).

**Tabel 4.3** Gambaran Akun Media Sosial Facebook dan Instagram untuk Kampanye Paslon Kota Surakarta

Nomor Urut	Nama Paslon	Akun Media Sosial			
		Facebook		Instagram	
		Nama Akun	Kategori	Nama Akun	Kategori
1	Gibran Rakabuming - Teguh Prakosa	Gibran Rakabuming	A	@gibran_rakabuming	A
		Teguh Prakosa	A	@teguhprakosaa	A
		PDIP Solo	A	@dpcpdiperjuangan_Surakarta	A
		Kawan Suluh Perjuangan	A	@kawansuluhperjuangan	A
		Imron Supomo (Smile 4G)	D	@smile4gibran	E
		Moeljadi Tony Saputra	C	@kgladies	A
		Tri Aviyanto	D	@gibransakdadine	C
		Nunung Kinggost	D	@konconegibran	A
		Muda Visioner	A		
		Kagege	A		
		Forsil Indonesia Maju	A		
2	Bagyo Wahyono - FX Supardjo	Bajo Independen	A	@bajoindpenden	A
		Bolone BAJO	A	@bolone.bajo	A
		Pakde BAJO 2	A	@pakde.bajo2	A
		BAJO Nomer Loro	A	@bajonomerloro	A
		Kancane BAJO	A	@kancane.bajo	A
		Sahabat BAJO	A	@sahabatbajo	A
		Dukung Pakde BAJO	A	@dukungpakdebajo	A
		BAJO Untuk Solo	A	@bajo.untuksolo	A
		bajo Independen	A	@bajo_tikuspithi	A

Sumber: formulir BC4-KWK dan observasi

Berdasarkan tabel 4.3, kedua paslon Kota Surakarta lebih banyak menggunakan media sosial Facebook sebagai saluran berkampanye Pilkada 2020. Akun media sosial Facebook yang digunakan oleh paslon lebih banyak akun berkategori A (postingan lengkap selama masa kampanye).

Dari 67 akun terdaftar di atas dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat paslon dengan akun Facebook dan akun Instagram yang berjumlah setara, yakni paslon tunggal Kabupaten Boyolali dan paslon nomor urut 2 Kota Surakarta. Ada pula paslon yang menggunakan lebih banyak akun Facebook seperti paslon nomor urut 1 Kabupaten Klaten dan paslon nomor urut 2 Kabupaten Klaten, serta paslon nomor urut 1 Kota Surakarta. Sementara paslon yang lebih banyak menggunakan akun Instagram adalah paslon nomor urut 3 Kabupaten Klaten. Apabila dicermati, Facebook menjadi media sosial yang lebih banyak digunakan dan didaftarkan paslon ke KPU untuk keperluan kampanye Pilkada 2020.

Beberapa akun media sosial milik paslon yang tertera pada tabel tidak dapat ditemukan. Tidak ditemukannya akun media sosial terdaftar menjadikan obyek penelitian ini hanya berfokus pada akun media sosial milik paslon yang masih ada. Perincian gambaran akun media sosial Facebook dan Instagram secara lebih lanjut dapat dilihat pada tabel berikut:

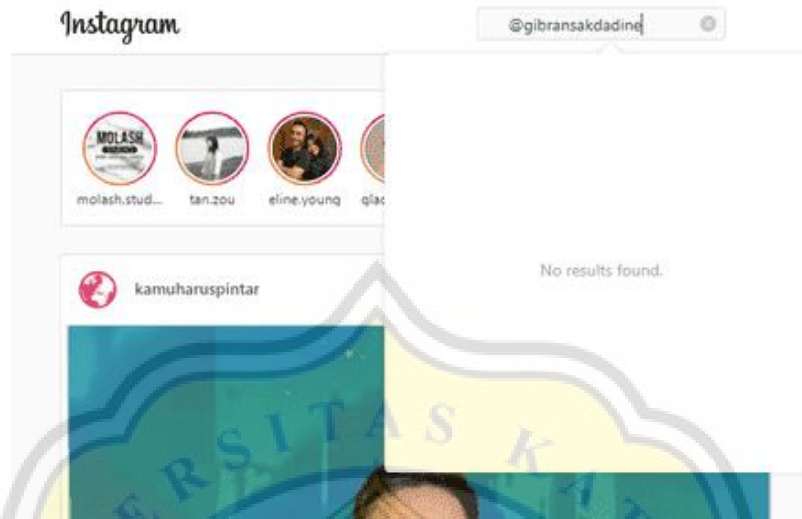
**Tabel 4.4** Rekap Kategori Akun Media Sosial Facebook dan Instagram

Kategori Akun	Jumlah Akun		Total Akun
	Facebook	Instagram	
A	20	18	38
B	2	3	5
C	3	1	4
D	16	-	16
E	2	2	4
TOTAL KESELURUHAN	43	24	67

Sumber: hasil penelitian yang diolah

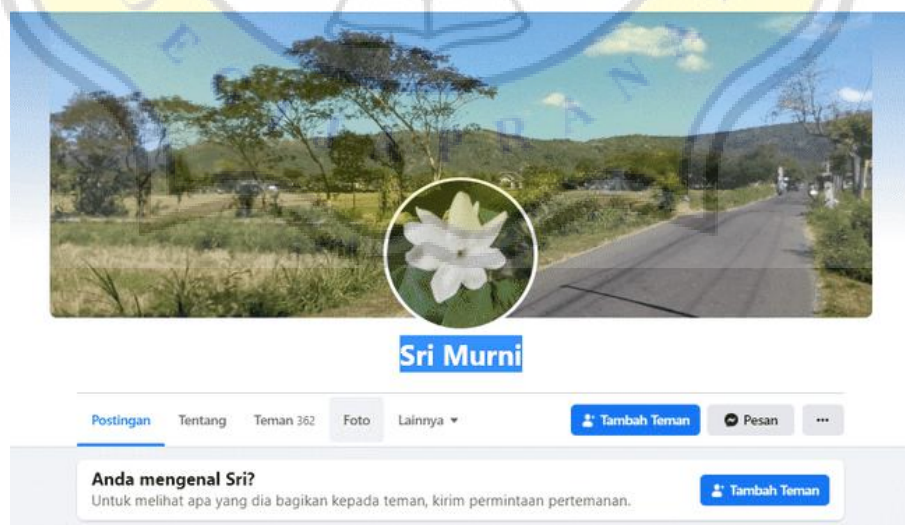
Dari 5 kategori di atas, 3 di antaranya yang tertera pada kode C, D, dan E merupakan kategori akun yang memiliki kendalanya sendiri seperti:

1. Kategori C; akun yang tidak dapat ditemukan baik melalui Facebook maupun Instagram. Rangkuman akun yang tidak dapat ditemukan dapat dilihat pada tabel 4.1 hingga tabel 4.3 dengan akun berkode C (C). Salah satu akun dari total 4 akun yang tidak dapat ditemukan yaitu akun Instagram @gibransakdadine yang terdaftar sebagai media sosial paslon nomor urut 1 Kota Surakarta.



**Gambar 4.1** Akun Instagram Tidak Ditemukan Atas Nama @gibransakdadine  
Sumber: <https://www.instagram.com/>

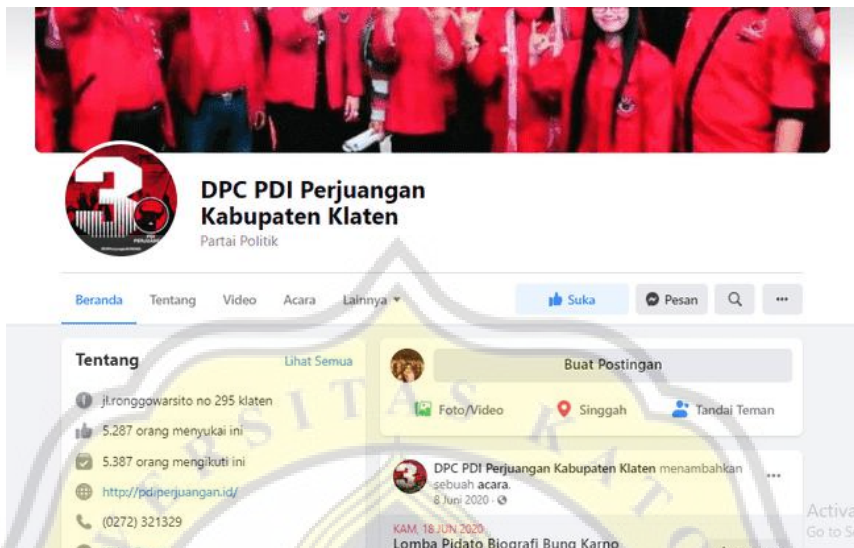
2. Kategori D; akun tidak dapat diakses karena merupakan akun private. Rangkuman akun yang tidak dapat diakses dapat dilihat pada tabel 4.1 hingga tabel 4.3 dengan akun berkode D (D). Salah satu akun dari total 16 akun yang tidak dapat diakses yaitu akun Facebook Sri Murni yang terdaftar sebagai media sosial paslon nomor urut 1 Kabupaten Klaten.



**Gambar 4.2** Akun Facebook Private Atas Nama Sri Murni  
Sumber: <https://www.facebook.com/profile.php?id=100006828697706>



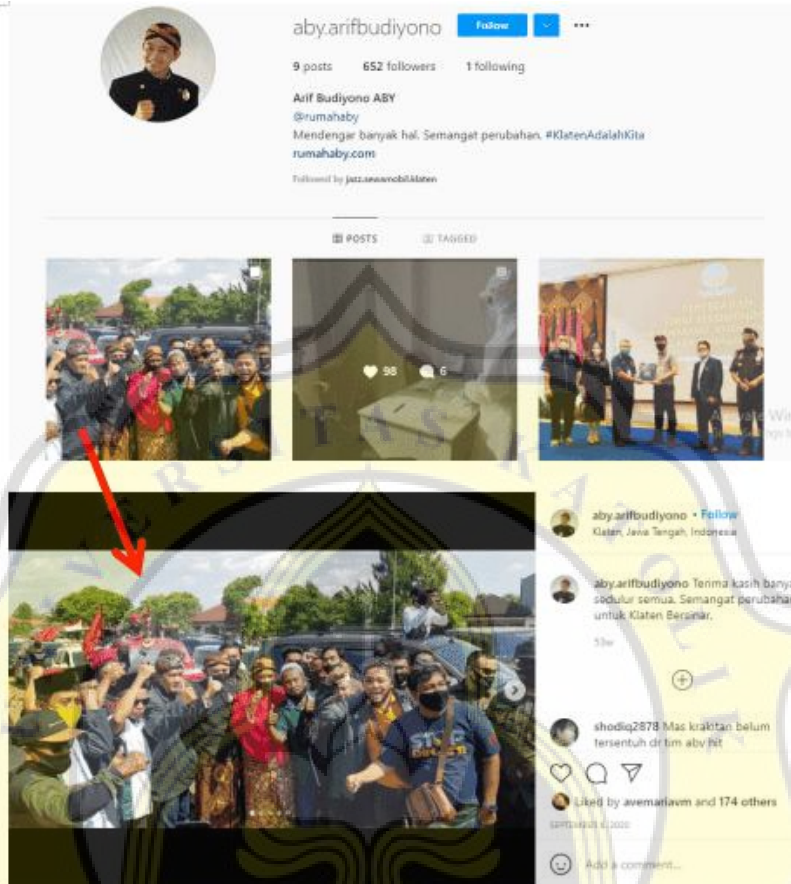
3. Kategori E; akun berisikan postingan diluar masa kampanye Pilkada 2020. Rangkuman akun yang berisikan postingan diluar masa kampanye Pilkada 2020 dapat dilihat pada daftar akun tabel 4.1 hingga tabel 4.3 dengan akun berkode E (E). 4 akun yang berisikan postingan di luar masa kampanye Pilkada 2020 berdasarkan tabel di atas yaitu akun Facebook DPC PDI Perjuangan Kabupaten Klaten dan Pac Karanganom yang terdaftar sebagai media sosial paslon nomor urut 1 Kabupaten Klaten, akun Instagram @smile4g yang terdaftar sebagai media sosial paslon nomor urut 1 Kota Surakarta, dan akun Instagram @aby.arifbudyono yang terdaftar sebagai media sosial paslon nomor urut 3 Kabupaten Klaten. Postingan terakhir akun Facebook DPC PDI Perjuangan Kabupaten Klaten tertanggal 8 Juni 2020 dan postingan terakhir akun Facebook Pac Karanganom tertanggal 14 April 2018. Postingan terakhir akun Instagram @aby.arifbudyono tertanggal 6 September 2020. Postingan terakhir akun Instagram @smile4gibran tertanggal 18 September 2020. Semua postingan pada keempat akun tersebut merupakan postingan sebelum masa Pilkada 2020 berlangsung sehingga tidak ada postingan terbaru selama masa pilkada. Di bawah ini beberapa contoh bukti screenshoot akun tersebut:



**Gambar 4.3** Postingan Terakhir Akun Facebook DPC PDI Perjuangan Kabupaten Klaten  
Sumber: <https://www.facebook.com/DPC-PDI-Perjuangan-Kabupaten-Klaten-199387727479828>



**Gambar 4.4** Postingan Terakhir Akun Facebook Pac Karanganom  
Sumber: <https://www.facebook.com/pac.karanganom>



**Gambar 4.5** Postingan Postingan Terakhir Akun Instagram @aby.arifbudiyono  
Sumber: <https://www.instagram.com/p/CEySd3VDucq/>

Dengan demikian dari akun Facebook dan akun Instagram secara keseluruhan yang berjumlah 67, terdapat 43 akun (64,18%) dalam kategori A dan B yang dijadikan obyek penelitian valid. Sisanya 24 akun (35,82%) akun dalam kategori C, D, dan E tidak dapat digunakan sebagai obyek penelitian.

## 4.2 Komunikator Politik

Komunikator politik yang menjadi pengelola akun media sosial paslon untuk kampanye pilkada yaitu paslon bersangkutan, tim sukses paslon, parpol, dan relawan. Pengelola akun media sosial paslon berdasarkan formulir BC4-KWK dan observasi postingan pada 43 akun yang menjadi obyek penelitian.

Pengelola akun media sosial paslon memposting hal-hal berkaitan kampanye pilkada seperti kegiatan kampanye dan pemaparan atau penjelasan visi, misi, dan program kerja. Peneliti mengidentifikasi komunikator politik yang mengelola akun media sosial berdasarkan data pada formulir BC4-KWK dan melalui observasi akun media sosial.

**Tabel 4.5** Rincian Komunikator Politik Masing-Masing Akun Media Sosial Facebook Paslon Kabupaten Klaten, Kabupaten Boyolali, dan Kota Surakarta

Kab./ Kota	Paslon	Pengelola Akun Media Sosial Facebook			
		Paslon Bersangkutan	Timses	Parpol	Relawan
Kab. Klaten	(1) Sri Mulyani - Yoga Hardaya	-	-	-	Klaten Mulyo
	(2) One Krisnata - Muhammad Fajri	-	1.ORI One-Fajri 2.One Krisnata 3.Muhammad Fajri	-	-

	(3) Arif Budiyono - Harjanta	-	Rumah ABY HJT	-	-
Kab. Boyolali	Mohammad Said Hidayat - Wahyu Irawan	-	Said Iwan	-	-
Kota Surakarta	(1) Gibran Rakabuming - Teguh Prakosa	1.Gibran Rakabuming 2.Teguh Prakosa	-	1. PDIP Solo 2. Kawan Suluh Perjuangan	1. Muda Visioner 2. Kagege 3. Forsil Indonesia Maju
	(2) Bagyo Wahyono - FX Supardjo	-	1. Bajo Independen 2. Bolone BAJO 3. Pakde BAJO 2 4. BAJO Nomer Loro 5. Kancane BAJO 6. Sahabat BAJO 7. Dukung Pakde BAJO 8. BAJO Untuk Solo	-	-

			9. bajo Independen		
--	--	--	--------------------	--	--

Sumber: Formulir BC4-KWK, diolah

Berdasarkan tabel 4.5, khusus Kabupaten Klaten, komunikator politik akun media sosial Facebook paslon nomor urut 1 adalah relawan. Komunikator politik akun media sosial Facebook paslon nomor urut 2 dan nomor urut 3 adalah timses.

Khusus Kabupaten Boyolali, komunikator politik akun media sosial Facebook paslon tunggal adalah timses.

Khusus Kota Surakarta, komunikator politik akun media sosial Facebook paslon nomor urut 1 adalah paslon bersangkutan, parpol, dan relawan. Komunikator politik akun media sosial Facebook paslon nomor urut 2 adalah timses.

**Tabel 4.6** Rincian Komunikator Politik Masing-Masing Akun Media Sosial Instagram Paslon Kabupaten Klaten, Kabupaten Boyolali, dan Kota Surakarta

Kab./ Kota	Paslon	Pengelola Akun Media Sosial Instagram			
		Paslon Bersangkutan	Timses	Parpol	Relawan
Kab. Klaten	(1) Sri Mulyani - Yoga Hardaya	-	-	@komunitas juangklaten	-
	(2) One Krisnata - Muhammad Fajri	-	@one_fajri2  @one.krisnata	-	-
	(3) Arif Budiyono - Harjanta	-	@rumahaby.hjt  @sedulur.ab y_hjt	-	-

Kab. Boyolali	Mohammad Said Hidayat - Wahyu Irawan	-	@saidiwanboyolali	-	-
Kota Surakarta	(1) Gibran Rakabuming - Teguh Prakosa	@gibran_rakabuming  @teguhprakosaa	@konconegibran  @kg_ladies	@dpcpdiperjuangan_surakarta  @kawansuluhperjuangan	
	(2) Bagyo Wahyono - FX Supardjo	-	@bajoindependen  @bolone.bajo @pakde.bajo2  @bajonomegoro  @kancane.bajo  @sahabatbajo  @dukungpakdebajo  @bajo.untuksolo  @bajo_tikuspithii	-	-

Sumber: Formulir BC4-KWK, diolah

Berdasarkan tabel 4.6, khusus Kabupaten Klaten, komunikator politik akun media sosial Instagram paslon nomor urut 1 adalah parpol. Komunikator politik akun media sosial Instagram paslon nomor urut 2 dan nomor urut 3 adalah timses.

Khusus Kabupaten Boyolali, komunikator politik akun media sosial Instagram paslon tunggal adalah timses.

Khusus Kota Surakarta, komunikator politik akun media sosial Instagram paslon nomor urut 1 adalah paslon bersangkutan, timses, dan parpol. Komunikator politik akun media sosial Facebook paslon nomor urut 2 adalah timses.

**Tabel 4.7** Rekap Komunikator Akun Media Sosial Facebook dan Instagram Paslon Kabupaten Klaten, Kabupaten Boyolali, dan Kota Surakarta

Kabupaten/Kota	Komunikator Akun Media Sosial Facebook dan Instagram			
	Paslon	Timses	Parpol	Relawan
Kabupaten Klaten	-	8	1	1
Kabupaten Boyolali	-	2	-	-
Kota Surakarta	4	20	4	3
Jumlah	4	30	5	4
TOTAL			43	

Sumber: hasil penelitian yang diolah

Berdasarkan tabel di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa dari 43 akun media sosial yang menjadi obyek penelitian, sebanyak 4 akun (9,3%) dikelola langsung oleh paslon bersangkutan, 30 akun (69,77%) dikelola oleh timses paslon, 5 akun (11,63%) dikelola oleh parpol, dan 4 akun (9,3%) dikelola oleh relawan. Apabila temuan tersebut diurutkan berdasarkan persentase pengelola akun terbanyak, maka komunikator politik terbanyak pertama pada media sosial adalah timses paslon. Komunikator politik terbanyak kedua pada media sosial merupakan parpol. Selanjutnya dengan hasil persentase seimbang (9,3% : 9,3%), komunikator politik terbanyak ketiga dan keempat pada media sosial dipegang oleh paslon itu sendiri dan relawan.



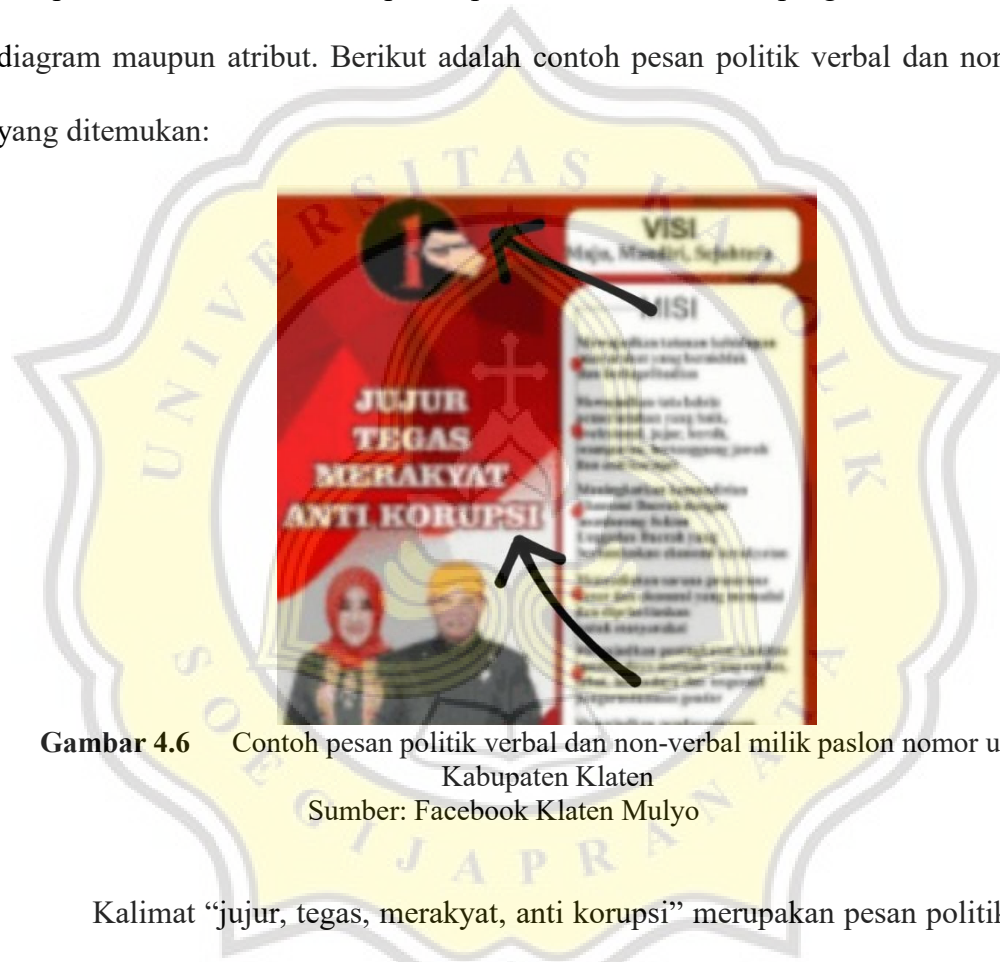
Setiap paslon memiliki komunikator akun media sosial Facebook dan Instagram sendiri. Meskipun mencalonkan diri pada kabupaten/kota yang sama, namun masing-masing paslon kabupaten/kota tersebut memiliki komunikator akun media sosial Facebook dan Instagram yang berbeda.

Kesimpulan dari temuan komunikator politik paslon yang mengelola media sosial adalah bahwa komunikator politik paslon nomor urut 1 Kabupaten Klaten dipegang oleh relawan untuk akun media sosial Facebook dan parpol untuk akun media sosial Instagram. Sementara komunikator politik paslon nomor urut 2 Kabupaten Klaten dipegang oleh timses baik untuk akun media sosial Facebook maupun akun media sosial Instagram. Sama halnya dengan komunikator politik paslon nomor urut 3 Kabupaten Klaten yang juga dipegang oleh timses baik untuk akun media sosial Facebook maupun akun media sosial Instagram. Untuk Kabupaten Boyolali, komunikator politik akun media sosial Facebook dan akun media sosial Instagram paslon tunggal dipegang oleh timses. Untuk Kota Surakarta, komunikator politik paslon nomor urut 1 akun media sosial Facebook dipegang oleh paslon bersangkutan, parpol, dan relawan. Sementara akun media sosial Instagram dipegang oleh paslon bersangkutan, timses, dan parpol. Komunikator politik paslon nomor urut 2 Kota Surakarta hanya timses yang sekaligus mengelola akun media sosial Facebook dan akun media sosial Instagram.

### 4.3 Pesan Politik

#### 4.3.1 Pesan politik verbal dan non-verbal

Pada postingan akun media paslon ditemukan adanya pesan politik verbal berupa kalimat tertulis serta pesan politik non-verbal berupa gambar, video, logo, diagram maupun atribut. Berikut adalah contoh pesan politik verbal dan non-verbal yang ditemukan:



**Gambar 4.6** Contoh pesan politik verbal dan non-verbal milik paslon nomor urut 1 Kabupaten Klaten  
Sumber: Facebook Klaten Mulyo

Kalimat “jujur, tegas, merakyat, anti korupsi” merupakan pesan politik verbal yang terdapat pada gambar 4.6 merupakan janji atau tekad paslon kepada masyarakat apabila nantinya berhasil terpilih dalam Pilkada 2020 untuk menjadi pemimpin yang jujur, tegas, merakyat (pro rakyat; mengutamakan kepentingan rakyat), dan anti korupsi (menolak korupsi). Sementara gambar tangan yang mencoblos angka 1 merupakan pesan politik non-verbal yang dimaknai sebagai ajakan kepada

masyarakat untuk memilih paslon saat pemungutan suara di Tempat Pemungutan Suara (TPS) berlangsung.



**Gambar 4.7** Contoh pesan politik verbal milik paslon nomor urut 2 Kabupaten Klaten

Terdapat 2 pesan politik verbal yang terdapat pada gambar 4.7. Pertama adalah kalimat “transparansi dan akuntabilitas uang daerah untuk kesejahteraan rakyat” merupakan keinginan paslon untuk mewujudkan keuangan daerah yang terbuka (tidak ditutupi) kepada masyarakat apabila nantinya berhasil terpilih dalam Pilkada 2020. Kedua adalah kalimat “#pilih yang baju putih” merupakan ajakan paslon kepada masyarakat agar memilih paslon sebagai Bupati dan Wakil Bupati Klaten saat Pilkada 2020.



**Gambar 4.8** Contoh pesan politik non-verbal milik paslon nomor urut 2 Kabupaten Klaten

Pada gambar 4.8 terdapat foto paslon nomor urut 2 Kabupaten Klaten menunjukkan 2 jari. Angka 2 yang ditunjukkan merupakan pesan politik non-verbal yang diartikan sebagai identitas nomor urut paslon.



**Gambar 4.9** Contoh pesan politik verbal milik paslon nomor urut 3 Kabupaten Klaten

Terdapat 2 pesan politik verbal yang terdapat pada gambar 4.9. Pertama adalah kalimat “Mengubah Klaten Bahan Cemooh Menjadi Klaten Tempat Bercontoh” merupakan pesan politik verbal. Kalimat tersebut diartikan sebagai keinginan paslon

apabila berhasil terpilih dalam Pilkada 2020 untuk mewujudkan Klaten yang lebih maju dan layak dicontoh oleh wilayah lain. Kedua adalah kalimat “Tanggap, Tangguh, Tatag, Teges” yang diartikan sebagai janji atau tekad paslon apabila berhasil terpilih dalam Pilkada 2020 untuk menjadi pemimpin yang tegas dan memiliki pendirian serta memberikan aksi kerja nyata terhadap masyarakat.



**Gambar 4.10** Contoh pesan politik verbal milik paslon tunggal Kabupaten Boyolali

Pesan politik verbal paslon tunggal Kabupaten Boyolali merupakan postingan sama yang diposting berulang sepanjang hari selama 6 September 2020 hingga 5 Desember 2020 untuk mengingatkan hari menuju Pilkada 2020 dan mengajak masyarakat agar memilih paslon saat pilkada. Tidak ditemukan adanya pesan non-verbal semua postingan akun media sosial paslon karena materi yang diposting adalah materi yang sama, hanya berbeda pada angka yang menunjukkan hari menuju Pilkada 2020.



**Gambar 4.11** Contoh pesan politik verbal milik paslon nomor urut 1 Kota Surakarta

Terdapat 2 pesan politik verbal pada gambar 4.11. Pesan politik yang pertama bertuliskan “7 Hari Lagi” yang diartikan sebagai pengingat kepada masyarakat akan hari mendekati Pilkada 2020. Pesan politik yang kedua adalah tulisan “Coblos Nomor 1” yang diartikan sebagai ajakan kepada masyarakat agar mendukung dan memilih paslon saat Pilkada 2020.



**Gambar 4.12** Contoh pesan politik non-verbal milik paslon nomor urut 1 Kota Surakarta

Pesan politik non-verbal paslon nomor urut 1 Kota Surakarta berupa gambar (foto) yang memperlihatkan seorang bapak sedang menyampaikan sesuatu kepada Cawalkot Gibran Rakabuming melalui *video conference*. Dalam gambar terlihat Cawalkot sedang menyimak apa yang disampaikan bapak tersebut. Pesan politik non-verbal pada postingan gambar ini menunjukkan bahwa paslon sedang kerja nyata dengan melakukan kampanye virtual keliling di masyarakat untuk menyerap aspirasi.



**Gambar 4.13** Contoh pesan politik verbal milik paslon nomor urut 2 Kota Surakarta

Pesan politik verbal paslon nomor urut 2 Kota Surakarta yang terdapat pada gambar 4.13 bertuliskan “Bijak, Amanah, Jujur, Objektif”. Tulisan tersebut apabila disingkat membentuk nama paslon sendiri yaitu BAJO. Pesan politik verbal yang ingin disampaikan melalui gambar adalah menunjukkan tekad dan citra paslon untuk menjadi pemimpin yang bijak, amanah, jujur, dan objektif apabila berhasil terpilih dalam Pilkada 2020.





**Gambar 4.14** Contoh pesan politik non-verbal milik paslon nomor urut 2 Kota Surakarta

Pesan politik non-verbal paslon nomor urut 2 Kota Surakarta yang terdapat pada gambar 4.14 berupa gambar saat paslon sedang bertamu ke salah satu rumah warga. Pesan politik non-verbal pada gambar menunjukkan bahwa paslon melakukan kerja nyata dengan cara mengunjungi langsung rumah warga untuk mencari dan mengetahui apa saja aspirasi masyarakat kepada paslon.

#### 4.3.2 Sifat pesan politik

Pesan politik dapat bersifat informatif, persuasif, propaganda, dan perang urat syaraf. Pemaparan pesan politik melalui gambar, video, maupun caption (deskripsi postingan).

Hasil observasi peneliti menemukan kesamaan postingan pesan politik pada masing-masing akun Facebook dan akun Instagram paslon nomor urut 2 Kabupaten Klaten dan paslon nomor urut 1 dan 2 Kota Surakarta.

Pesan politik bersifat informatif yang ditemukan peneliti memuat dan memaparkan seputar sosialisasi visi-misi dan program kerja, kegiatan kampanye, dan pemberitahuan atau edukasi kepada masyarakat. Pada umumnya pesan informatif diposting dalam wujud infografis (gambar berisi pokok-pokok pembahasan untuk memudahkan pemahaman pembaca). Contoh pesan politik bersifat informatif adalah seperti di bawah ini:



**Gambar 4.15** Visi-Misi Paslon Klaten MULYO  
 Sumber: Facebook Klaten Mulyo (1 November 2020)

Apabila dilihat dari postingan media sosial paslon Kabupaten Klaten nomor urut 1, hanya 1 kali paslon memposting pesan politik informatif. Pesan politik informatif tersebut berisikan informasi dan penjabaran mengenai visi, misi, dan program paslon. Berdasarkan gambar, paslon memiliki visi “Maju, Mandiri, Sejahtera” beserta sejumlah misi seperti mewujudkan tatanan kehidupan masyarakat yang berakhlak dan berkepribadian, mewujudkan tata kelola pemerintahan yang baik, profesional, dan jujur, meningkatkan kemandirian ekonomi daerah, menyediakan sarana prasarana

dasar dan ekonomi, dan lain-lain. Pada postingan pesan politik tersebut memuat janji paslon apabila nantinya berhasil terpilih, yaitu menjadi Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah yang jujur, tegas, merakyat, dan anti korupsi. Pesan politik informatif yang ditemukan pada postingan akun media sosial paslon juga menunjukkan bahwa paslon ingin menjadikan Kabupaten Klaten sesuai harapan paslon yang dijadikan hastag dalam postingan, yaitu Kabupaten Klaten yang keren.



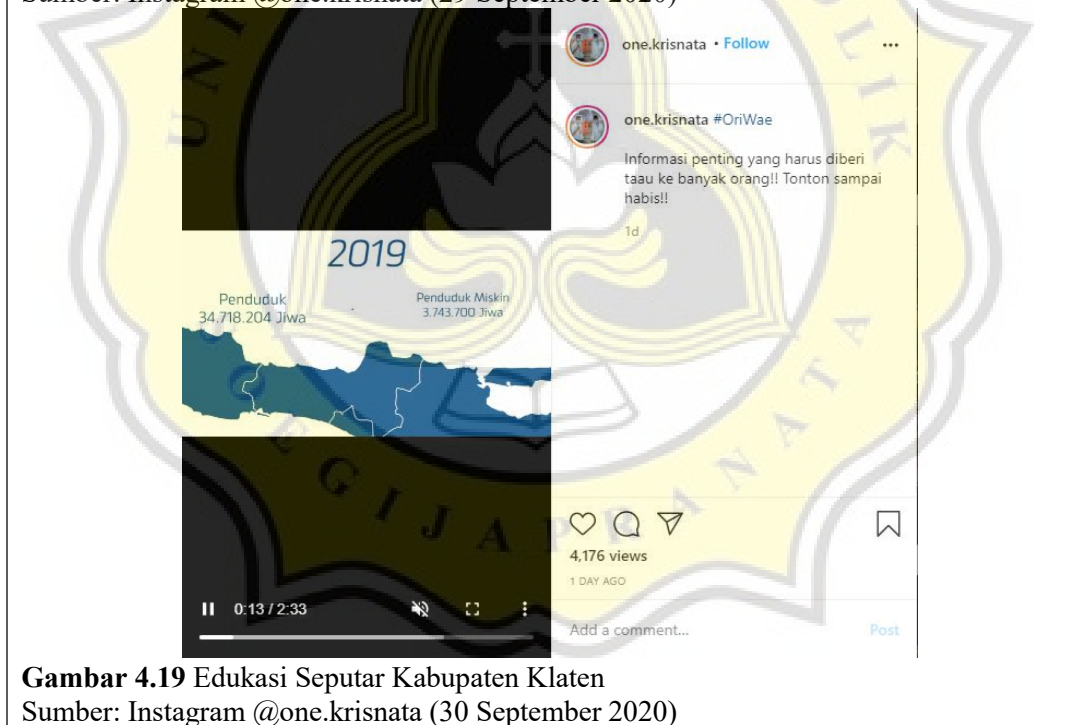
**Gambar 4.16** Misi Paslon ORI  
Sumber: Instagram @one\_fajri2 (16 Oktober 2020)



**Gambar 4.17** Kegiatan Kampanye Paslon ORI  
Sumber: Instagram @one\_fajri2 (27 September 2020)



**Gambar 4.18** Edukasi Seputar Pilkada 2020  
 Sumber: Instagram @one.krisnata (29 September 2020)



**Gambar 4.19** Edukasi Seputar Kabupaten Klaten  
 Sumber: Instagram @one.krisnata (30 September 2020)

Dilihat dari postingan media sosial paslon Kabupaten Klaten nomor urut 2, terdapat 157 postingan pesan politik informatif berkaitan visi-misi dan program, kegiatan kampanye, dan edukasi. Salah satu contoh pesan informatif berkaitan visi-

misi program paslon adalah misi untuk “Mewujudkan Tata Kelola Pertanian yang Tangguh dan Berkelanjutan serta Menjamin Kesejahteraan Petani”. Salah satu contoh pesan informatif berkaitan kegiatan kampanye paslon adalah dokumentasi kegiatan ketika paslon menghadiri pengukuhan timses paslon. Contoh pesan informatif seputar edukasi yaitu video informasi seputar Kabupaten Klaten dan pengenalan ketiga paslon yang maju Pilkada 2020 di Kabupaten Klaten.

Dari 157 postingan pesan politik informatif, sebanyak 109 postingan merupakan postingan kegiatan kampanye paslon. Sebanyak 34 postingan merupakan postingan seputar sosialisasi visi-misi dan program paslon. Sisanya sebanyak 14 postingan merupakan postingan edukasi kepada masyarakat mengenai Pilkada 2020 dan seputar Kabupaten Klaten.



**Gambar 4.20** Salah Satu Tekad Paslon ABY-HJT  
 Sumber: Facebook Sedulur ABY-HJT (9 Oktober 2020)



**Gambar 4.21** Visi Paslon ABY-HJT  
 Sumber: Facebook Sedulur ABY-HJT (9 Oktober 2020), Instagram @sedulur.aby\_hjt (19 Oktober 2020)



Dilihat dari postingan media sosial paslon Kabupaten Klaten nomor urut 3 kurang dari 10 postingan pesan politik informatif. Postingan pesan politik paslon hanya berkaitan tekad paslon untuk “Mengubah Klaten Bahan Cemoooh Menjadi Klaten Tempat Bercontoh”. Selain itu, postingan pesan politik informatif paslon juga menyosialisasikan seputar visi-misi paslon untuk menjadikan Klaten kota juara dalam inovasi dan kolaborasi serta kegiatan kampanye paslon menemui warga.

Secara keseluruhan berdasarkan postingan media sosial yang digunakan sebagai obyek penelitian valid, hanya terdapat 1 pesan politik informatif terkait sosialisasi visi-misi dan program paslon, 1 pesan politik informatif berkaitan tekad paslon untuk menjadikan Kabupaten Klaten patut dicontoh, dan 1 pesan politik mengenai informasi kegiatan kampanye paslon. Sedikit penemuan postingan pesan politik pada

media sosial paslon dikarenakan paslon selama masa kampanye hanya memposting selama 6 kali.

Apabila dirangkum secara keseluruhan untuk paslon Kabupaten Klaten, pesan politik bersifat informatif banyak memuat sosialisasi visi-misi dan program saja karena terdapat paslon yang tidak memposting secara lengkap bagaimana kegiatan kampanye dilakukan dan materi lain yang memberikan informasi terkait kampanye.

Dilihat dari postingan media sosial paslon tunggal Kabupaten Boyolali, tidak ditemukan postingan pesan politik informatif dikarenakan paslon tidak pernah memposting pesan politik informatif pada media sosial. Paslon hanya memposting secara berulang dengan konten yang sama mengenai pesan persuasif. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak ada pesan politik informatif yang ditemukan pada akun media sosial paslon.





**Gambar 4.23** Agenda Paslon Gibran-Teguh Untuk Membangkitkan Kembali Kota Surakarta dari Pandemi COVID-19  
 Sumber: Facebook Gibran Rakabuming (27 September 2020), Instagram @gibran\_rakabuming (27 September 2020)



**Gambar 4.24** Kegiatan Kampanye Virtual Paslon Gibran-Teguh Keliling Pemukiman Warga  
 Sumber: Facebook Gibran Rakabuming (18 November 2020), Instagram @gibran\_rakabuming (18 November 2020)



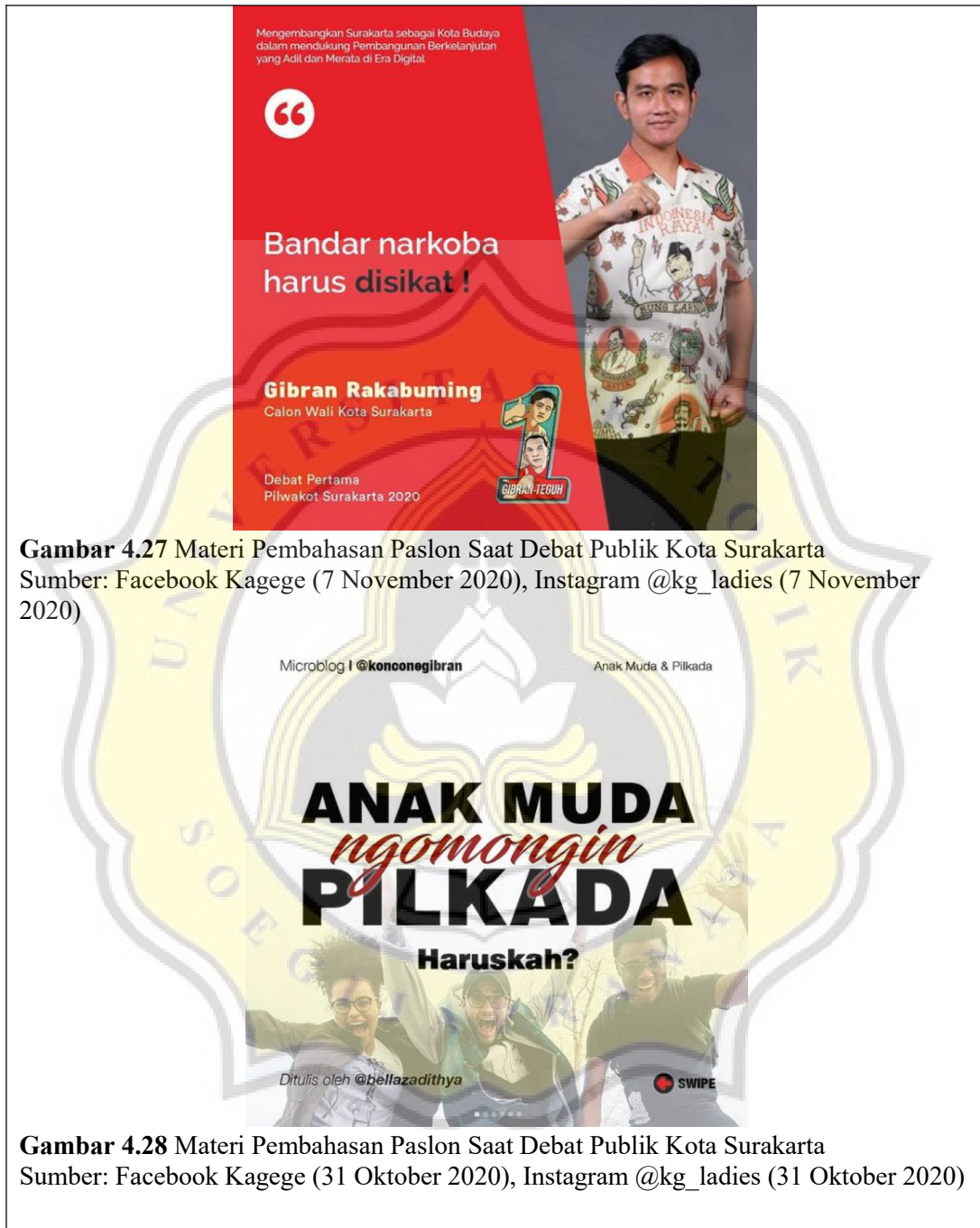
**Gambar 4.25** Video Tanggapan Warga Kota Surakarta Mengenai Debat Publik yang Diikuti Paslon Gibran-Teguh

Sumber: Facebook Gibran Rakabuming (16 November 2020), Instagram @gibran\_rakabuming (16 November 2020)



**Gambar 4.26** Informasi Debat Publik Paslon Kota Surakarta

Sumber: Facebook Kagege (20 September 2020), Instagram @kg\_ladies (30 September 2020)



**Gambar 4.27** Materi Pembahasan Paslon Saat Debat Publik Kota Surakarta  
Sumber: Facebook Kagege (7 November 2020), Instagram @kg\_ladies (7 November 2020)

**Gambar 4.28** Materi Pembahasan Paslon Saat Debat Publik Kota Surakarta  
Sumber: Facebook Kagege (31 Oktober 2020), Instagram @kg\_ladies (31 Oktober 2020)

Dilihat dari postingan media sosial paslon Kota Surakarta nomor urut 1, terdapat 427 postingan terkait pesan politik informatif berupa sosialisasi visi-misi dan program paslon untuk membangkitkan Kota Surakarta dari pandemi COVID-19, kegiatan kampanye paslon baik itu kampanye tatap muka atau virtual, tanggapan atau testimoni warga mengenai paslon, edukasi seputar Pilkada 2020, dan rangkuman hasil debat publik yang dipaparkan oleh paslon.

Contoh sosialisasi implementasi visi-misi dan program paslon tampak pada keinginan paslon dalam bidang kebudayaan yaitu untuk mewujudkan Kota Surakarta menjadi kota budaya yang mendunia, dalam bidang tata ruang yaitu membangun Kota Surakarta bagian utara, dalam bidang kepemudaan yaitu mengapresiasi prestasi pemuda, dan lain-lain. Selain itu paslon juga tetap melaksanakan program 3WMP (Waras, Wasis, Wareng, Mapan, Papan) milik Walikota sebelumnya.

Apabila 427 postingan dikelompokkan terdapat 104 postingan terkait sosialisasi visi-misi paslon, 234 postingan terkait kegiatan kampanye paslon, 35 tanggapan warga mengenai paslon, 16 rangkuman hasil debat publik, dan 38 edukasi seputar Pilkada 2020.



**Gambar 4.29** Visi Paslon BAJO  
Sumber: Instagram @bajoindependen (26 September 2020)



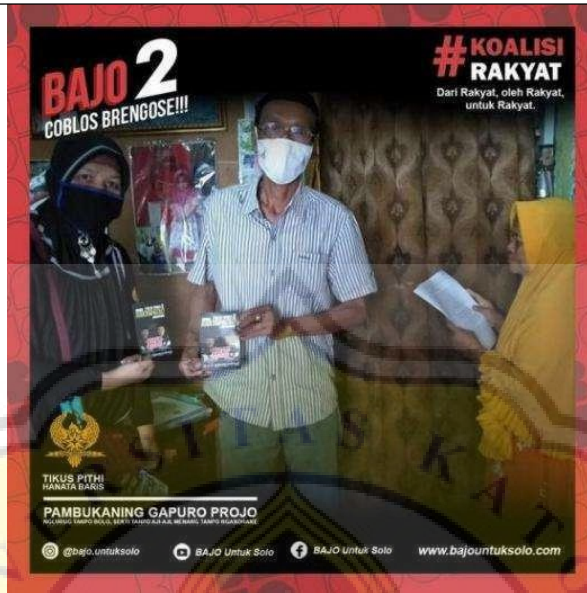
**Gambar 4.30** Misi Paslon BAJO  
Sumber: Instagram @bajoindependen (26 September 2020)



**Gambar 4.31** Salah Satu Program Kerja Paslon BAJO Mengenai Pemberdayaan Masyarakat  
 Sumber: Instagram @bajo.untuksolo (26 September 2020), Facebook BAJO Untuk Solo (26 September 2020)



**Gambar 4.32** Salah Satu Program Kerja Paslon BAJO Mengenai Pembuatan Jalan Layang Untuk Mengatasi Kemacetan  
 Sumber: Instagram @bajo.untuksolo (26 September 2020), Facebook BAJO Untuk Solo (26 September 2020)



**Gambar 4.33** Kegiatan Kampanye Sosialisasi ke Masyarakat Untuk Mengenalkan Visi-Misi Paslon BAJO

Sumber: Instagram @bolone.bajo



**Gambar 4.34** Tanggapan Masyarakat Terhadap Paslon

Sumber: Instagram @bolone.bajo



**Gambar 4.35** Pengingat Untuk Menggunakan Hak Pilih dalam Pilkada 2020  
 Sumber: Instagram @bajo.untuksolo (8 November 2020), Facebook Bajo Untuk Solo (8 November 2020), Instagram @bajoindenpenden (9 November 2020), Facebook Bajo Independen (9 November 2020)

\*) Seluruh postingan pada akun Facebook dan akun Instagram sama

Dilihat dari postingan media sosial paslon Kota Surakarta nomor urut 2, seluruh postingan memiliki kesamaan materi dan waktu posting. Paslon memiliki visi “Tercukupinya Sandang, Pangan, dan Papan di Kota Surakarta” dan misi menjadikan Kota Surakarta memiliki harkat dan martabat, sebagai kota budaya dan kota yang santun, serta mewujudkan Kota Surakarta yang “gemah ripah loh jinawi tata titi tentrem kerta raharja”.

Pesan politik informatif berupa sosialisasi visi-misi dan program paslon, kegiatan kampanye paslon, tanggapan masyarakat terhadap paslon, dan mengingatkan akan Pilkada 2020. Hampir setiap postingan memuat slogan andalan paslon sebagai koalisi



rakyat di mana paslon bertekad bahwa semua berasal dari rakyat, oleh rakyat, untuk rakyat.

Terdapat 193 postingan berisi pesan politik informatif yang ditemukan. Apabila dikelompokkan terdapat sebanyak 127 postingan merupakan postingan terkait sosialisasi visi-misi dan program paslon, 49 postingan merupakan postingan terkait kegiatan kampanye paslon, 6 postingan merupakan testimoni tanggapan dan harapan masyarakat terhadap paslon, dan 11 postingan merupakan pengingat akan Pilkada 2020.

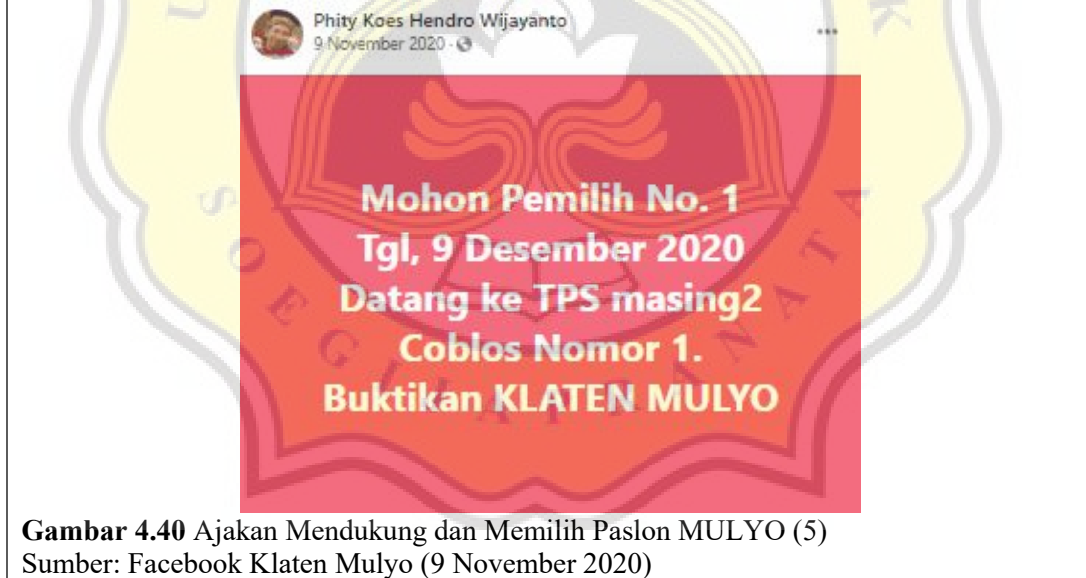
Secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa pesan politik bersifat informatif yang ditemukan pada akun media sosial Facebook dan akun media sosial Instagram paslon Kota Surakarta paling banyak menginformasikan kegiatan kampanye masing-masing paslon.

Beralih pada pesan politik bersifat persuasif. Pesan politik bersifat persuasif cenderung memuat ajakan bagi pembaca untuk turut memberikan dukungan bagi paslon. Selain itu, pesan persuasif juga menekankan pembaca untuk tidak lupa menggunakan hak pilihnya dalam Pilkada 2020. Contoh pesan politik bersifat persuasif (ajakan) berkaitan dukungan terhadap paslon dapat dilihat pada gambar di bawah ini:





**Gambar 4.39** Ajakan Mendukung dan Memilih Paslon MULYO (4)  
Sumber: Facebook Klaten Mulyo (4 November 2020)



**Gambar 4.40** Ajakan Mendukung dan Memilih Paslon MULYO (5)  
Sumber: Facebook Klaten Mulyo (9 November 2020)



**Gambar 4.41** Ajakan Mendukung dan Memilih Paslon MULYO (6)  
Sumber: Facebook Klaten Mulyo (13 November 2020)

**Gambar 4.42** Ajakan Mendukung dan Memilih Paslon MULYO (7)  
Sumber: Facebook Klaten Mulyo (20 November 2020)



Gambar 4.43 Ajakan Mendukung Paslon MULYO Pada Debat Publik  
Sumber: Facebook Klaten Mulyo (20 November 2020)

Gambar 4.44 Ajakan Mendukung dan Memilih Paslon MULYO (8)  
Sumber: Facebook Klaten Mulyo (20 November 2020)



**Gambar 4.45** Ajakan Mendukung dan Memilih Paslon MULYO (9)  
Sumber: Facebook Klaten Mulyo (20 November 2020)

**Gambar 4.46** Ajakan Kepada Masyarakat Agar Mendukung dan Memilih Paslon MULYO  
Sumber: Facebook Klaten Mulyo (22 November 2020)



**Gambar 4.47** Ajakan Mendukung dan Memilih Paslon MULYO (10)  
Sumber: Facebook Klaten Mulyo (26 November 2020)

**Gambar 4.48** Ajakan Mendukung dan Memilih Paslon MULYO (11)  
Sumber: Facebook Klaten Mulyo (1 Desember 2020)



Gambar 4.49 Ajakan Mendukung dan Memilih Paslon MULYO (12)  
 Sumber: Facebook Klaten Mulyo (4 Desember 2020)



Gambar 4.50 Ajakan Mendukung dan Memilih Paslon MULYO (13)  
 Sumber: Facebook Klaten Mulyo (5 Desember 2020)

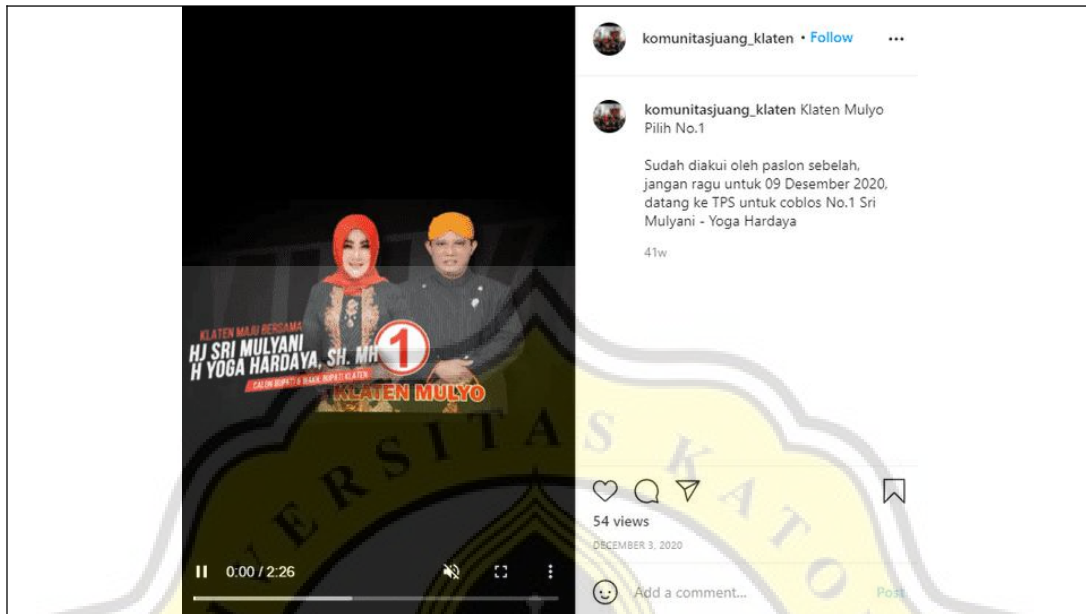




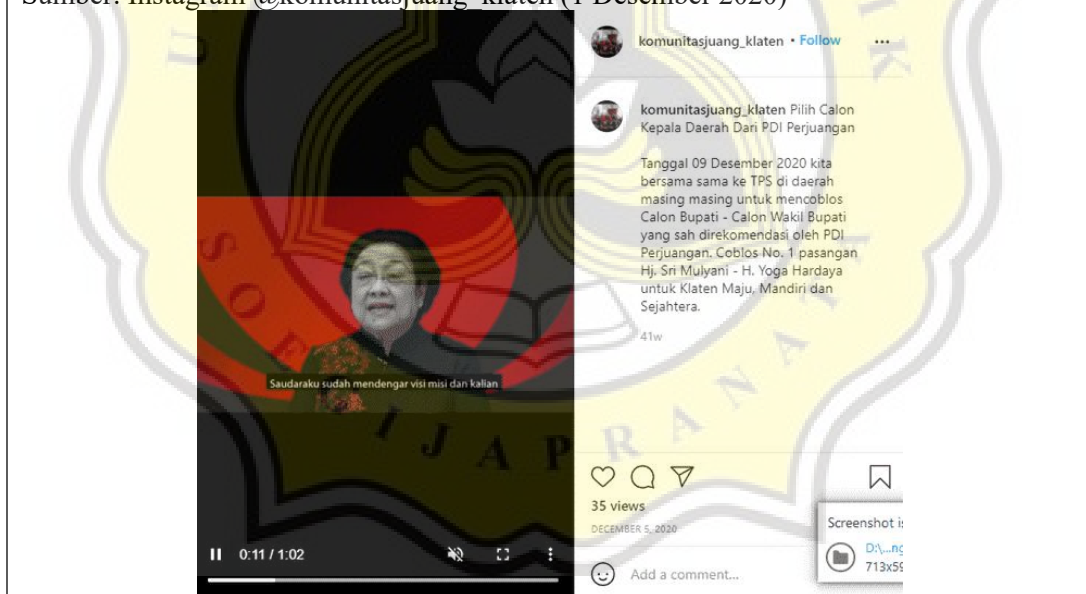
**Gambar 4.51** Ajakan Mendukung dan Memilih Paslon MUYO (14)  
 Sumber: Facebook Klaten Mulyo (5 Desember 2020)



**Gambar 4.52** Video Ajakan Mendukung dan Memilih Paslon MUYO (1)  
 Sumber: Instagram @komunitasjuang\_klaten (27 November 2020)



**Gambar 4.53** Video Ajakan Mendukung dan Memilih Paslon Mulyo (2)  
 Sumber: Instagram @komunitasjuang\_klaten (1 Desember 2020)



**Gambar 4.54** Video Ajakan Mendukung dan Memilih Paslon Mulyo (3)  
 Sumber: Instagram @komunitasjuang\_klaten (5 Desember 2020)

Dilihat dari postingan media sosial, paslon Kabupaten Klaten nomor urut 1 memposting sejumlah 62 pesan politik bersifat persuasif pada akun media sosial.

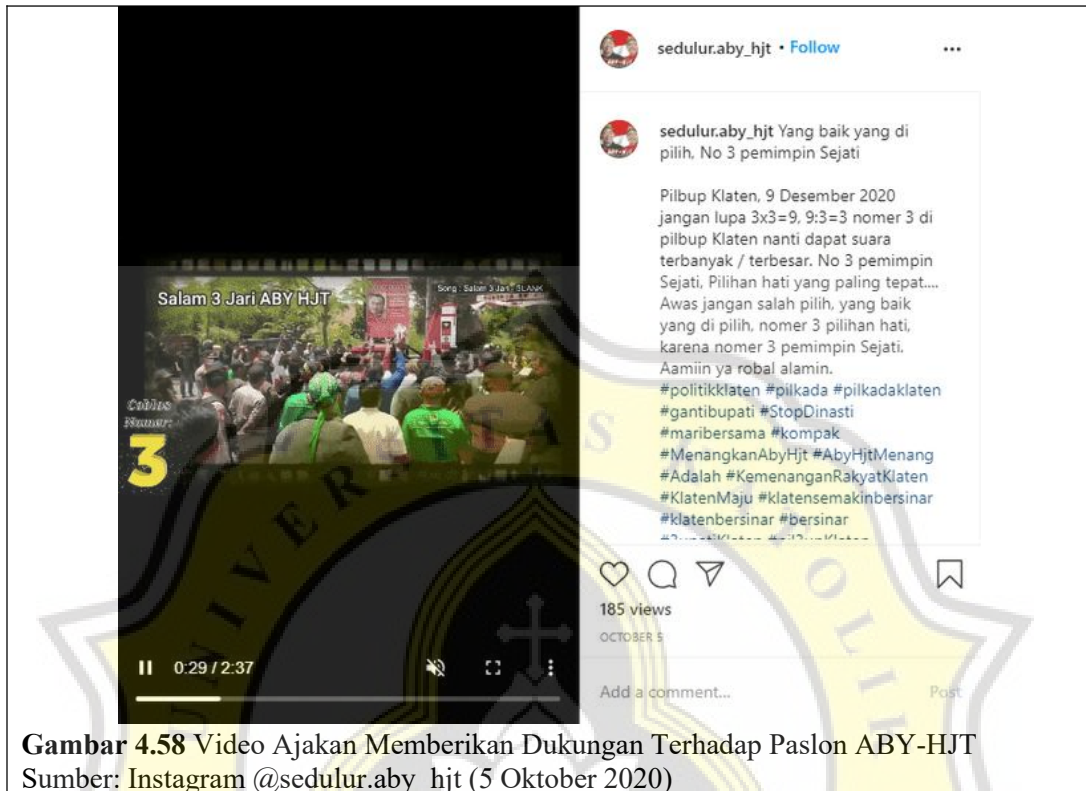
Berdasarkan contoh gambar, pesan politik persuasif yang ditemukan pada postingan akun media sosial paslon bertujuan untuk mengajak masyarakat agar mendukung dan memilihnya dalam Pilkada 2020. Pesan persuasif pada postingan akun media sosial disajikan dalam berbagai variasi seperti video, meme, tulisan (caption), dan sebagainya.



Dilihat dari postingan media sosial paslon Kabupaten Klaten nomor urut 2, hanya ditemukan 7 postingan pesan politik persuasif. Postingan pesan politisi persuasif pada akun media sosial paslon bertujuan untuk mengajak masyarakat agar memilih paslon dalam Pilkada 2020 dengan cara mencoblos paslon sesuai nomor urutnya (nomor 2) di TPS saat pemilihan berlangsung.



Gambar 4.57 Ajakan Memilih Paslon ABY-HJT di TPS saat Pilkada 9 Desember 2020  
Sumber: Instagram @sedulur.abby\_hjt (5 Oktober 2020)



**Gambar 4.58** Video Ajakan Memberikan Dukungan Terhadap Paslon ABY-HJT  
 Sumber: Instagram @sedulur.aby\_hjt (5 Oktober 2020)

Dilihat dari postingan akun media sosial paslon Kabupaten Klaten nomor urut 3, hanya terdapat 2 pesan politik persuasif yang diposting dikarenakan paslon jarang memposting pada akun media sosial. Berdasarkan hasil penelitian, pesan politik persuasif yang ditemukan pada postingan akun media sosial paslon bertujuan untuk mengajak masyarakat agar mendukung dan memilihnya dalam Pilkada 2020. Pesan persuasif ditampilkan dalam bentuk video dokumentasi dukungan masyarakat terhadap paslon dan gambar ajakan untuk menjadikan nomor 3 (nomor urut paslon) sebagai pilihan saat pemungutan suara di TPS berlangsung.

Secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa pesan politik bersifat persuasif yang ditemukan pada akun media sosial Facebook dan akun media sosial Instagram ketiga paslon Kabupaten Klaten kebanyakan mengajak masyarakat untuk memilih

dan memberikan dukungan bagi paslon. Pesan politik persuasif melalui media sosial milik paslon nomor urut 1 mengajak masyarakat untuk mendukung dan memilih paslon dalam Pilkada 2020. Pesan politik persuasif melalui media sosial milik paslon nomor urut 2 mengajak masyarakat untuk memilih paslon dalam Pilkada 2020. Pesan politik persuasif melalui media sosial milik paslon nomor urut 3 juga mengajak masyarakat untuk mendukung dan memilih paslon dalam Pilkada 2020.



**Gambar 4.59** Ajakan Memilih Paslon Said-Iwan dan Mengingatn Hari Menuju Pilkada 9 Desember 2020 (1)

Sumber: Instagram @saidiwanboyolali (11 November 2020)



**Gambar 4.60** Ajakan Memilih Paslon Said-Iwan dan Mengingatnkan Hari Menuju Pilkada 9 Desember 2020 (2)

Sumber: Instagram @saidiwanboyolali (12 November 2020)



**Gambar 4.61** Ajakan Memilih Paslon Said-Iwan dan Mengingatnkan Hari Menuju Pilkada 9 Desember 2020 (3)

Sumber: Instagram @saidiwanboyolali (13 November 2020)

\*\*\*Postingan selanjutnya sama, hanya berbeda hari (H-) menuju Pilkada 2020\*\*\*

Dilihat dari postingan akun media sosial, paslon tunggal Kabupaten Boyolali hanya memposting pesan persuasif pada media sosial dengan konten yang sama dan berulang setiap hari menuju Pilkada 2020. Berdasarkan hasil penelitian, pesan politik persuasif yang ditemukan pada postingan akun media sosial paslon bertujuan untuk mengingatkan masyarakat mengenai hari menuju Pilkada 2020 sekaligus ajakan untuk memilih paslon tunggal tersebut.



**Gambar 4.62** Ajakan Menggunakan Hak Pilih dalam Pilkada 2020  
Sumber: Instagram @kg\_ladies (8 Oktober 2020)





**Gambar 4.63** Ajakan Mendukung Paslon Gibran-Teguh dengan Menonton Debat Publik Pilwalkot Surakarta 2020  
 Sumber: Instagram @kg\_ladies (5 November 2020)



**Gambar 4.64** Ajakan Mendukung Paslon Gibran-Teguh dengan Menonton Debat Publik Pilwalkot Surakarta 2020  
 Sumber: Instagram @konconegibran (6 November 2020)



**Gambar 4.65** Ajakan Memilih Paslon Gibran-Teguh dan Mengingatn Hari Menuju Pilkada 9 Desember 2020  
Sumber: Instagram @konconegibran (11 November 2020)

**Gambar 4.66** Video Ajakan Menggunakan Hak Pilih dalam Pilkada 9 Desember 2020  
Sumber: Instagram @konconegibran (27 November 2020)



**Gambar 4.67** Ajakan Memilih Paslon Gibran-Teguh dan Mengingatnkan Hari Menuju Pilkada 9 Desember 2020

Sumber: Instagram @konconegibran (2 Desember 2020)



**Gambar 4.68** Ajakan Mendukung Paslon Gibran-Teguh dengan Menonton Debat Publik Pilwalkot Surakarta 2020

Sumber: Instagram @konconegibran (3 Desember 2020)

Dilihat dari postingan media sosial paslon Kota Surakarta nomor urut 1, terdapat 69 postingan pesan politik bersifat persuasif. Berdasarkan contoh gambar, pesan

politik persuasif yang ditemukan pada postingan akun media sosial paslon bertujuan untuk mengingatkan masyarakat akan Pilkada 2020 dalam bentuk infografis, pantun, meme, dan video infografis serta mengajak masyarakat agar mendukung dan memilih paslon dalam Pilkada 2020. Selain itu, ajakan bagi masyarakat untuk menonton debat pilwalkot yang diikuti oleh paslon juga ditemukan dalam sejumlah postingan.



**Gambar 4.69** Ajakan Menggunakan Hak Pilih dan Mencoblos Paslon BAJO dalam Pilkada 2020  
Sumber: Instagram @bajo.untuksolo (7 Oktober 2020)



**Gambar 4.70** Ajakan Mendukung Paslon BAJO dalam Pilkada 2020  
 Sumber: Instagram @bajo.untuksolo (8 Oktober 2020), Instagram @bajonomerloro



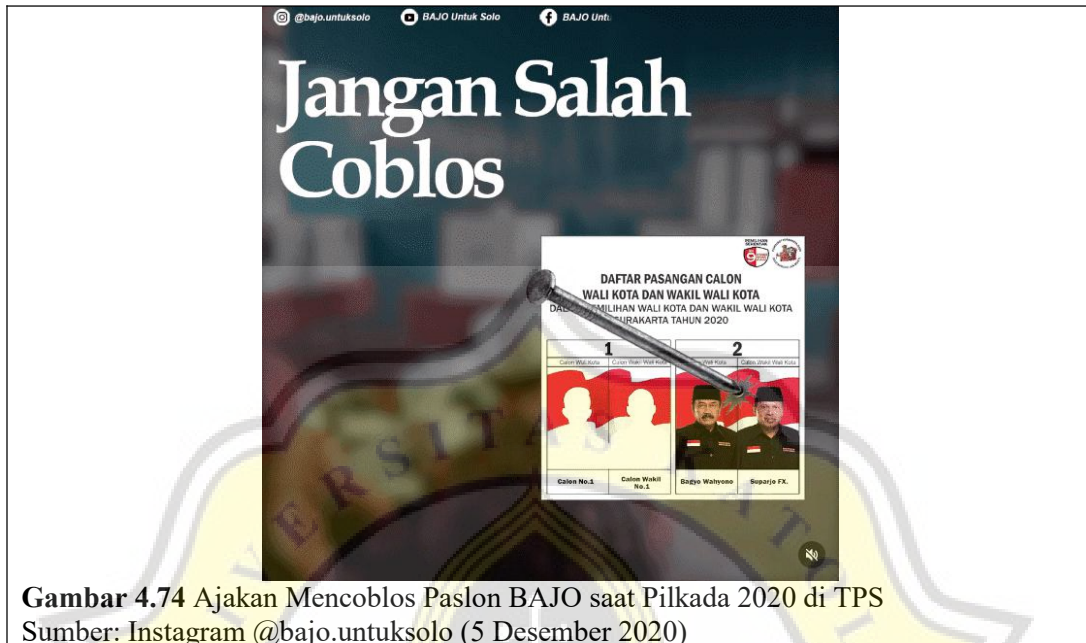
**Gambar 4.71** Mengingatkan Untuk Menggunakan Hak Pilih dalam Pilkada 2020 dan Ajakan Mencoblos Paslon BAJO  
 Sumber: Instagram @bajo.untuksolo (14 November 2020), Instagram @bajoindependen (14 November 2020)



**Gambar 4.72** Ajakan Mencoblos Paslon BAJO dalam Pilkada 2020 di TPS  
 Sumber: Instagram @bajo.untuksolo (23 November 2020), Instagram @bajoindependen (23 November 2020)



**Gambar 4.73** Video Ajakan Memilih dan Mencoblos Paslon BAJO saat Pilkada 2020 di TPS  
 Sumber: Instagram @bajoindependen (29 November 2020)



**Gambar 4.74** Ajakan Mencoblos Paslon BAJO saat Pilkada 2020 di TPS  
 Sumber: Instagram @bajo.untuksolo (5 Desember 2020)

Dilihat dari postingan media sosial paslon Kota Surakarta nomor urut 2, terdapat 24 postingan pesan politik persuasif. Berdasarkan contoh gambar, pesan politik persuasif yang ditemukan pada postingan akun media sosial paslon bertujuan mengajak masyarakat agar mendukung dan memilih paslon dalam Pilkada 2020. Pesan politik persuasif tersebut dapat disajikan dalam bentuk gambar infografis maupun video infografis.

Secara keseluruhan untuk paslon Kota Surakarta, pesan politik bersifat persuasif terbanyak yang ditemukan adalah ajakan kepada masyarakat untuk mendukung dan memilih paslon.

Beralih pada pesan politik propaganda. Pesan politik propaganda tidak banyak ditemukan pada postingan media sosial paslon Kabupaten Klaten, Kabupaten Boyolali, dan Kota Surakarta karena tidak semua paslon menyisipkan propaganda

dalam postingan media sosialnya. Propaganda yang termuat dalam postingan media sosial merupakan slogan yang diposting secara berulang agar merasuk pada ingatan masyarakat. Contoh pesan politik propaganda dapat dilihat pada gambar berikut:



**Gambar 4.75** Propaganda Paslon Kabupaten Klaten Nomor Urut 2  
Sumber: Instagram @one.krisnata

Propaganda paslon Kabupaten Klaten nomor urut 2 terlihat pada kalimat “#Klaten Pilih yang Baju Putih”. Kalimat tersebut ditampilkan secara berulang hampir pada setiap postingan. Makna dari kalimat tersebut menggambarkan ajakan kepada masyarakat untuk memilih paslon nomor urut 2 karena hanya foto paslon nomor urut 2 lah yang menggunakan pakaian putih pada surat suara.





**Gambar 4.76** Propaganda Paslon Kota Surakarta Nomor Urut 1  
Sumber: Instagram @gibran\_rakabuming

Propaganda paslon nomor urut 1 Kota Surakarta nampak pada kalimat “#Bangkit dari Pandemi”. Kalimat tersebut ditampilkan secara berulang hampir di seluruh postingan. Makna dari kalimat tersebut adalah tekad paslon untuk membangkitkan kembali Kota Surakarta dari dampak pandemi COVID-19. Penjabaran dari propaganda tersebut berupa berbagai program prioritas yang dicetuskan paslon untuk membangun kembali Kota Surakarta dari dampak COVID-19.



**Gambar 4.77** Propaganda Paslon Kota Surakarta Nomor Urut 2  
 Sumber: Instagram @bajo\_tikuspithii

Propaganda paslon Kota Surakarta nomor urut 2 terdapat pada kalimat “#Koalisi Rakyat”. Kalimat tersebut ditampilkan secara berulang hampir di seluruh postingan. Makna dari kalimat tersebut adalah menjelaskan bahwa paslon merupakan calon yang maju secara independen dari rakyat dan tanpa dinaungi oleh partai politik manapun serta bertujuan untuk kepentingan rakyat.

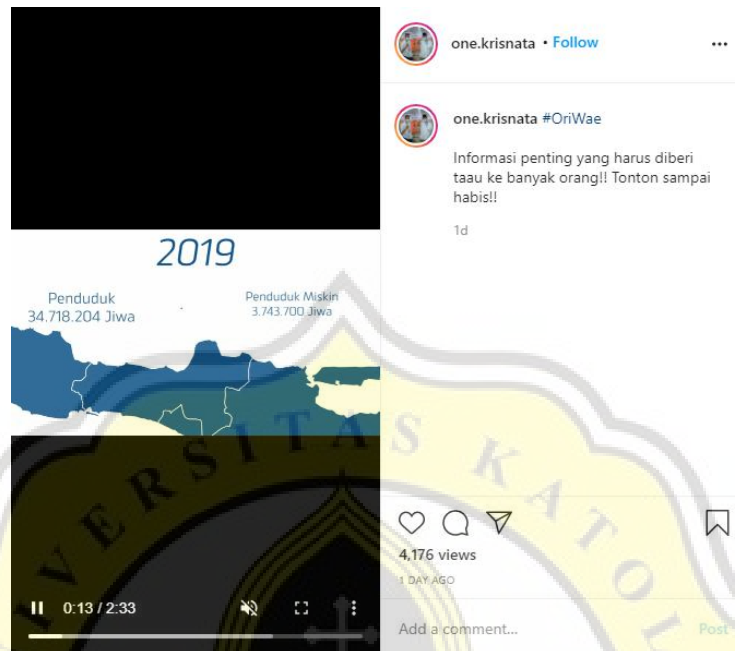
Beralih pada pesan politik perang urat syaraf yang cenderung menjatuhkan lawan, tidak ditemukan adanya pesan politik dalam kategori tersebut pada postingan media sosial paslon di Kabupaten Klaten, Kabupaten Boyolali, dan Kota Surakarta. Semua paslon memposting materi kampanyenya sendiri tanpa menyinggung ataupun menjatuhkan pihak lawan.

### 4.3.3 Teknik penyusunan pesan

Teknik penyusunan pesan politik memiliki 2 kategori yang mana kategori tersebut adalah pesan satu arah dan pesan dua arah. Pesan satu arah pada dasarnya merupakan pesan yang disampaikan oleh paslon kepada masyarakat tanpa memerlukan respon atau tanggapan dari masyarakat. Pesan dua arah merupakan pesan yang disampaikan oleh paslon dan memerlukan respon atau tanggapan dari masyarakat sehingga pesan politik ini lebih digunakan sebagai forum diskusi. Pesan politik satu arah banyak ditemukan di hampir seluruh postingan media sosial paslon Kabupaten Klaten, Kabupaten Boyolali, dan Kota Surakarta. Sementara pesan politik dua arah hanya ditemukan pada media sosial paslon Kota Surakarta nomor urut 1. Berikut adalah contoh pesan politik satu arah dan pesan politik dua arah yang berhasil ditemukan peneliti:



**Gambar 4.78** Contoh Pesan Politik Satu Arah Paslon Kabupaten Klaten Nomor Urut 3  
Sumber: Facebook Sedulur ABY-HJT



**Gambar 4.79** Contoh Pesan Politik Satu Arah Paslon Kabupaten Klaten Nomor Urut 2  
 Sumber: Instagram @one.krisnata



**Gambar 4.80** Contoh Pesan Politik Satu Arah Paslon Kota Surakarta Nomor Urut 2  
 Sumber: Instagram @bajoindenpenden

Berdasarkan beberapa contoh postingan pesan politik satu arah yang ditemukan pada akun media sosial paslon, dapat disimpulkan bahwa pesan politik

satu arah merupakan pesan yang hanya bermaksud menyampaikan kepada khalayak (masyarakat), tidak terlalu memerlukan tanggapan atau respon dari masyarakat terhadap pesan tersebut.

Berlanjut ke pesan politik dua arah. Berdasarkan keseluruhan hasil penelitian, hanya ditemukan 3 postingan berkaitan pesan politik dua arah. Ketiga pesan politik dua arah tersebut ditemukan pada media sosial Instagram paslon Kota Surakarta nomor urut 1.



**Gambar 4.81** Contoh Pesan Politik Dua Arah Paslon Kota Surakarta Nomor Urut 1  
Sumber: Instagram @gibran\_rakabuming



**Gambar 4.82** Contoh Pesan Politik Dua Arah Paslon Kota Surakarta Nomor Urut 1  
Sumber: Instagram @gibran\_rakabuming



**Gambar 4.83** Contoh Pesan Politik Dua Arah Paslon Kota Surakarta Nomor Urut 1  
Sumber: Instagram @gibran\_rakabuming

Berdasarkan contoh postingan pesan politik dua arah yang hanya ditemukan pada media sosial Instagram paslon Kota Surakarta nomor urut 1, pesan politik dua

arah berupa tanggapan paslon terhadap pertanyaan-pertanyaan dan kritikan yang diajukan oleh masyarakat melalui kolom komentar postingan. Pertanyaan dan kritikan dipilih secara acak, kemudian paslon memberikan jawaban atas pertanyaan dan k tersebut. Jawaban atas pertanyaan berupa pelurusan atau klarifikasi atas kesalahpahaman masyarakat terhadap paslon. Sementara jawaban paslon atas kritikan dari masyarakat hanya berupa ucapan terima kasih walaupun kritikan tersebut disampaikan dengan kata-kata kurang pantas.

#### **4.4 Saluran Kampanye**

##### **4.4.1 Media sosial**

Saluran atau media kampanye pilkada paslon adalah internet dengan spesifikasi melalui akun media sosial Facebook dan Instagram berdasarkan formulir BC4-KWK milik KPU.

Berdasarkan data yang diperoleh, peneliti menemukan bahwa dari 67 akun yang terdaftar pada formulir BC4-KWK, hanya 43 akun media sosial (Facebook dan Instagram) saja yang valid menjadi saluran kampanye paslon. Sebanyak 24 akun media sosial tidak menjadi saluran kampanye paslon karena beberapa faktor seperti akun tidak ditemukan, akun private, postingan akun diluar masa kampanye, dan lain sebagainya

Penggunaan media sosial sebagai saluran kampanye dapat dinilai efektif dapat dan tidak efektif. Efektivitas penggunaan media sosial bagi masing-masing paslon berbeda. Untuk melihat efektivitas media sosial sebagai saluran kampanye, secara

sederhana peneliti meninjau dari indikator berupa jumlah suka (*like*) postingan gambar maupun jumlah lihat atau tonton (*view*) postingan video beserta komentar postingan pada akun media sosial paslon. Berikut beberapa contoh keefektifan media sosial yang ditinjau dari jumlah *like* dan *view*:



**Gambar 4.84** Contoh Jumlah View Postingan Video Akun Media Sosial Instagram Paslon Nomor Urut 1 Kabupaten Klaten





**Gambar 4.85** Contoh Jumlah Like, Comment, dan Share Postingan Gambar Akun Media Sosial Facebook Paslon Nomor Urut 1 Kabupaten Klaten

Postingan video tertanggal 8 Oktober 2020 pada akun media sosial Instagram @komunitasjuang\_klaten milik paslon nomor urut 1 Kabupaten Klaten telah dilihat sebanyak 66 kali. Pada tanggal yang sama, jumlah *followers* akun tersebut sebanyak 547 *followers*. Hal ini menjadi bukti bahwa kampanye media sosial yang dilakukan paslon melalui Instagram tidak efektif karena postingan hanya dilihat sebanyak 66 kali yang berarti hanya dilihat segelintir orang saja dari total 547 *followers* saat itu. Kampanye media sosial yang dilakukan paslon melalui Facebook Klaten Mulyo lebih efektif dikarenakan pada setiap postingan selalu ramai disukai oleh banyak orang serta mendapatkan banyak komentar.



**Gambar 4.86** Contoh Jumlah Like Postingan Gambar Akun Media Sosial Instagram Paslon Nomor Urut 2 Kabupaten Klaten



**Gambar 4.87** Contoh Jumlah Like, Comment, dan Share Postingan Video Akun Media Sosial Facebook Paslon Nomor Urut 2 Kabupaten Klaten

Postingan gambar tertanggal 26 September 2020 pada akun media sosial Instagram @one.krisnata milik paslon nomor urut 2 Kabupaten Klaten disukai oleh 269 orang. Pada tanggal yang sama, jumlah pengikut akun tersebut adalah 11.200 *followers*. Hal ini menjadi bukti bahwa kampanye media sosial yang dilakukan paslon

tidak efektif karena postingan hanya disukai sebanyak 269 orang dari total 11.200 *followers* saat itu. Kampanye media sosial yang dilakukan paslon melalui Facebook One Krisnata juga tidak efektif dikarenakan jumlah suka dan komentar hanya sedikit dari jumlah teman kurang lebih 1.000 orang saat itu.



**Gambar 4.88** Contoh Jumlah View Postingan Video Akun Media Sosial Instagram Paslon Nomor Urut 3 Kabupaten Klaten



**Gambar 4.89** Contoh Jumlah Like Postingan Link Berita Akun Media Sosial Facebook Paslon Nomor Urut 3 Kabupaten Klaten

Postingan video tertanggal 5 Oktober 2020 pada akun media sosial Instagram @sedulur.aby\_hjt milik paslon nomor urut 3 Kabupaten Klaten telah dilihat sebanyak 185 kali. Sementara pada tanggal yang sama, jumlah pengikut akun tersebut adalah 267 *followers*. Hal ini menjadi bukti bahwa kampanye media sosial yang dilakukan paslon efektif karena postingan dilihat sebanyak 185 kali yang berarti telah dilihat lebih dari 50% *followers* saat itu. Kampanye media sosial yang dilakukan paslon melalui Facebook Rumah ABY HJT juga tidak efektif dikarenakan jumlah suka hanya sedikit dari jumlah penggemar kurang lebih 600 orang saat itu.



Gambar 4.90 Contoh Jumlah Like Postingan Gambar Akun Media Sosial Instagram Paslon Tunggal Kabupaten Boyolali



Gambar 4.91 Contoh Jumlah Like dan Comment Postingan Gambar Akun Media Sosial Facebook Paslon Tunggal Kabupaten Boyolali

Postingan gambar tertanggal 28 September 2020 pada akun media sosial Instagram @saidiwanboyolali milik paslon tunggal Kabupaten Boyolali disukai oleh 36 orang. Sementara pada tanggal yang sama, jumlah pengikut akun tersebut adalah 71 *followers*. Hal ini menjadi bukti bahwa kampanye media sosial yang dilakukan paslon efektif karena postingan disukai sebanyak 36 orang yang berarti sudah melebihi 50% *followers* saat itu. Kampanye media sosial yang dilakukan paslon

melalui Facebook Said Iwan juga tidak efektif dikarenakan jumlah suka dan komentar hanya sedikit dari jumlah teman sebanyak 280 orang saat itu.



**Gambar 4.92** Contoh Jumlah Like Postingan Gambar Akun Media Sosial Instagram Paslon Nomor Urut 1 Kota Surakarta



**Gambar 4.93** Contoh Jumlah Like Postingan Gambar Akun Media Sosial Facebook Paslon Nomor Urut 1 Kota Surakarta

Postingan gambar tertanggal 27 September 2020 pada akun media sosial Instagram @gibran\_rakabuming milik paslon nomor urut 1 Kota Surakarta disukai oleh 2.073 orang dan mendapat banyak komentar atas postingan tersebut. Pada tanggal yang sama, jumlah pengikut akun tersebut adalah 640.000 *followers*. Hal ini menjadi bukti bahwa kampanye media sosial yang dilakukan paslon termasuk efektif karena postingan mendapatkan banyak like sebanyak 2.073 orang dan banyak komentar dari total 640.000 *followers* saat itu. Kampanye media sosial yang dilakukan paslon melalui Facebook Gibran Rakabuming juga efektif dikarenakan pada setiap postingan selalu ramai dengan disukai oleh ratusan bahkan hampir seribuan orang serta selalu dibanjiri komentar dari belasan hingga puluhan komentar.



**Gambar 4.94** Contoh Jumlah Like Postingan Gambar Akun Media Sosial Instagram Paslon Nomor Urut 2 Kota Surakarta



**Gambar 4.95** Contoh Jumlah Like Postingan Gambar Akun Media Sosial Facebook Paslon Nomor Urut 2 Kota Surakarta

Postingan gambar tertanggal 6 Oktober 2020 pada akun media sosial Instagram @bajo.untuksolo milik paslon nomor urut 2 Kota Surakarta disukai oleh 26 orang. Sementara pada tanggal yang sama, jumlah pengikut akun tersebut adalah 4.400 *followers*. Hal ini menjadi bukti bahwa kampanye media sosial yang dilakukan paslon tidak efektif karena postingan hanya disukai sebanyak 26 orang dari total 4.400 *followers* saat itu. Kampanye media sosial yang dilakukan paslon melalui Facebook Bajo Untuk Solo tidak efektif dikarenakan pada setiap postingan rata-rata hanya disukai oleh 1-5 orang dan tanpa ada komentar sama sekali terhadap postingan tersebut.



Dari temuan-temuan di atas, dapat disimpulkan bahwa kampanye media sosial ternyata efektif pada kampanye paslon Kabupaten Klaten nomor urut 1, paslon tunggal Kabupaten Boyolali, dan paslon Kota Surakarta nomor urut 1.

#### 4.4.2 Saluran/media kampanye selain media sosial

Meskipun semua paslon telah berkampanye pilkada melalui media sosial, masing-masing paslon juga tetap berkampanye melalui media cetak seperti baliho, spanduk, kaos, dan lain-lain. Berikut hasil temuan peneliti mengenai saluran kampanye paslon selain media sosial:





**Gambar 4.97** Spanduk Kampanye Paslon Kab. Klaten Nomor Urut 1 (Model 2)  
Sumber: dokumentasi peneliti



**Gambar 4.98** Mobil Kampanye Paslon Kab. Klaten Nomor Urut 1  
Sumber: dokumentasi peneliti



**Gambar 4.99** Baliho Kampanye Paslon Kab. Klaten Nomor Urut 1 (Model 1)  
Sumber: dokumentasi peneliti



**Gambar 4.100** Baliho Kampanye Paslon Kab. Klaten Nomor Urut 1 (Model 2)  
Sumber: dokumentasi peneliti

Media kampanye selain Facebook dan Instagram milik paslon nomor urut 1 Kabupaten Klaten yang berhasil ditemukan dan didokumentasi oleh peneliti antara lain stiker, baliho (spanduk), dan mobil kampanye.

Terkhusus paslon nomor urut 2 Kabupaten Klaten, peneliti tidak berhasil melakukan foto dokumentasi media kampanye selain Facebook dan Instagram milik paslon nomor urut 2 secara langsung.

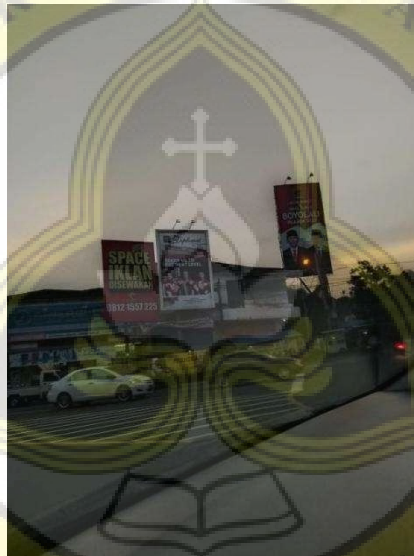


**Gambar 4.101** Baliho Kampanye Paslon Kab. Klaten Nomor Urut 3  
Sumber: dokumentasi peneliti

Media kampanye paslon nomor urut 3 Kabupaten Klaten selain Facebook dan Instagram yang berhasil ditemukan dan didokumentasi oleh peneliti yaitu baliho (spanduk).



**Gambar 4.102** Billboard Kampanye Paslon Tunggal Kab. Boyolali  
Sumber: dokumentasi peneliti



**Gambar 4.103** Baliho Kampanye Paslon Tunggal Kab. Boyolali  
Sumber: dokumentasi peneliti

Media kampanye selain Facebook dan Instagram milik paslon tunggal Kabupaten Boyolali yang berhasil ditemukan dan didokumentasi peneliti adalah baliho dan billboard. Berdasarkan dokumentasi peneliti, baliho dan billboard kampanye milik paslon ditempatkan di pinggir salah satu jalan utama di Boyolali dan di depan Kantor DPC PDIP Boyolali.



**Gambar 4.104** Ambulance Kampanye Paslon Kota Surakarta Nomor Urut 1 (Model 1)  
Sumber: dokumentasi peneliti



**Gambar 4.105** Stiker Kampanye Paslon Kota Surakarta Nomor Urut 1  
Sumber: dokumentasi peneliti



**Gambar 4.106** Ambulance Kampanye Paslon Kota Surakarta Nomor Urut 1 (Model 2)  
Sumber: dokumentasi peneliti



**Gambar 4.107** Jaket Kampanye Paslon Kota Surakarta Nomor Urut 1  
Sumber: dokumentasi peneliti



**Gambar 4.108** Spanduk Kampanye Paslon Kota Surakarta Nomor Urut 1  
Sumber: dokumentasi peneliti



**Gambar 4.109** Baliho Kampanye Paslon Kota Surakarta Nomor Urut 1  
Sumber: dokumentasi peneliti

Media kampanye selain Facebook dan Instagram milik paslon nomor urut 1 Kota Surakarta yang berhasil ditemukan dan didokumentasi peneliti antara lain ambulance, spanduk, baliho, stiker, dan jaket. Peneliti melakukan dokumentasi media kampanye di DPC PDIP Surakarta dan lingkungan sekitar kantor DPC PDIP Surakarta.

Untuk paslon nomor urut 2 Kota Surakarta, peneliti tidak berhasil mendokumentasi media kampanye selain Facebook dan Instagram milik paslon bersangkutan.

Dari sejumlah temuan pada tabel-tabel di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa sejumlah paslon tetap menggunakan media konvensional sebagai media (saluran) kampanye meskipun mereka sudah menggunakan media sosial sebagai saluran kampanye yang disarankan oleh KPU selama masa pandemi COVID-19. Paslon-paslon yang menggunakan media konvensional yang berhasil ditemukan dan didokumentasi peneliti yaitu paslon nomor urut 1 dan 3 Kabupaten Klaten, paslon tunggal Kabupaten Boyolali, dan paslon nomor urut 1 Kota Surakarta.



#### 4.6 Kampanye Pilkada

Kampanye pilkada yang dilakukan paslon melalui media sosial selain memuat sosialisasi visi-misi dan program serta ajakan untuk mendukung paslon juga memuat kegiatan kampanye paslon di masyarakat.

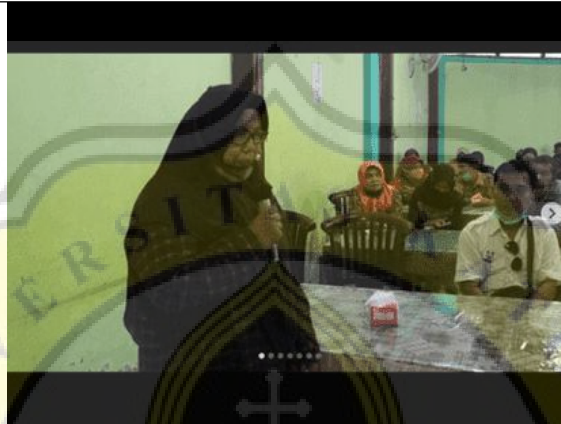
Masing-masing paslon memiliki cara tersendiri dalam berkampanye pilkada. Berdasarkan hasil observasi, kampanye pilkada dilakukan paslon dengan beberapa cara seperti berkunjung ke masyarakat, hadir dalam acara publik, mengikuti wawancara dengan media, mengadakan acara massal, bersilaturahmi dengan tokoh agama dan tokoh masyarakat, dan bahkan menggunakan cara unik seperti blusukan (kunjungan) virtual. Berikut beberapa temuan dari media sosial mengenai cara paslon berkampanye pilkada:



**Gambar 4.110** Video Cabup Sri Mulyani Mengunjungi Pasar dan Menyapa Masyarakat  
Sumber: Instagram @komunitasjuang\_klaten (7 Oktober 2020)

Berdasarkan hasil temuan postingan media sosial, paslon nomor urut 1 Kabupaten Klaten berkampanye pilkada dengan cara mengunjungi dan menemui masyarakat tempat-tempat umum dan ramai seperti pasar. Paslon didampingi oleh tim

kampanye dalam kegiatan kunjungan ke masyarakat. Tujuan paslon menemui masyarakat adalah untuk menyerap aspirasi sekaligus menyosialisasikan visi, misi, dan program kerja paslon bersangkutan.



**Gambar 4.111** Paslon ORI Menghadiri Pertemuan UMKM se-Klaten  
Sumber: Instagram @one.krisnata (26 September 2020)



**Gambar 4.112** Paslon ORI Menghadiri Pertemuan Partai Bulan Bintang dan Bersilaturahmi dengan Tim Pemenangannya  
Sumber: Instagram @one.krisnata (26 September 2020)



**Gambar 4.113** Paslon ORI Menghadiri Pengukuhan Timses ORI  
Sumber: Instagram @one.krisnata (27 September 2020)



**Gambar 4.114** Paslon ORI Bersilaturahmi ke Majelis Tafsir Al-Quran Surakarta  
Sumber: Instagram @one.krisnata (28 September 2020)



**Gambar 4.115** Pertemuan Paslon ORI dengan Ibu-Ibu  
Sumber: Instagram @one.krisnata (29 September 2020)



**Gambar 4.116** Cawabup Muhammad Fajri Mengunjungi Salah Satu UMKM di Klaten  
Sumber: Instagram @one.krisnata (30 September 2020)



**Gambar 4.117** Paslon ORI Mengadakan Flashmob Bersama Para Pendukungnya  
Sumber: Instagram @one.krisnata (5 Oktober 2020)



**Gambar 4.118** Video Paslon ORI Menghadiri Konsolidasi Kordes dan Ranting se-  
Kecamatan Karangdowo dan Pedan  
Sumber: Instagram @one.krisnata (8 Oktober 2020)



**Gambar 4.119** Paslon ORI Bersilaturahmi dengan Para Tokoh Lintas Agama  
Sumber: Instagram @one.krisnata (9 Oktober 2020)

Berdasarkan hasil temuan postingan media sosial, paslon nomor urut 2 Kabupaten Klaten berkampanye pilkada dengan sejumlah seperti menghadiri pertemuan dengan anggota masyarakat, hadir dalam acara silaturahmi dengan tokoh agama, mengunjungi salah satu UMKM, mengadakan kegiatan massal seperti flashmob, mengikuti konsolidasi kordes, dan lain-lain. Tujuan cara berkampanye paslon nomor urut 2 adalah untuk menyerap aspirasi masyarakat dan menyosialisasikan visi-misi serta membangun relasi dengan masyarakat secara langsung.

Untuk paslon nomor urut 3 Kabupaten Klaten, pada postingan akun media sosial paslon bersangkutan tidak ditemukan bagaimana cara paslon tersebut berkampanye karena postingan akun media sosial diluar masa kampanye Pilkada 2020.



**Gambar 4.120** Paslon Said-Iwan Menghadiri Penetapan Desain Surat Suara di KPU Boyolali

Sumber: Instagram @saidiwanboyolali (21 Oktober 2020)

Berdasarkan hasil temuan postingan media sosial, hanya ditemukan postingan pada akun media sosial paslon tunggal Kabupaten Boyolali mengenai cara berkampanye pilkada. Cara berkampanye pilkada yang dilakukan paslon tunggal yaitu dengan menghadiri acara penetapan desain surat suara di KPU Boyolali.



**Gambar 4.121** Calon Wakil Walikota Teguh Mengunjungi UMKM

Sumber: Instagram @teguhprakosaa



**Gambar 4.122** Paslon Gibran-Teguh Bersilaturahmi dengan Kader Golkar Surakarta  
Sumber: Instagram @teguhprakosaa



**Gambar 4.123** Paslon Gibran-Teguh Bersilaturahmi dengan Tokoh Masyarakat Tipes Serengan  
Sumber: Instagram @teguhprakosaa



**Gambar 4.124** Paslon Gibran-Teguh Menghadiri Acara Sambung Rasa dengan Para Petugas Parkir Kota Surakarta  
Sumber: Instagram @teguhprakosaa



**Gambar 4.125** Paslon Gibran-Teguh Menghadiri Deklarasi Masyarakat Jasa Konstruksi Untuk Mendukung Paslon

Sumber: Instagram @teguhprakosaa



**Gambar 4.126** Silaturahmi Paslon Gibran-Teguh dengan Tokoh Muhammadiyah Surakarta

Sumber: Instagram @teguhprakosaa



**Gambar 4.127** Cawalkot Gibran Melakukan Blusukan Virtual di Masyarakat

Sumber: Instagram @gibran\_rakabuming





**Gambar 4.128** Cawalkot Gibran Menjadi Bintang Tamu dalam Siaran Solo Radio  
Sumber: Instagram @gibran\_rakabuming



**Gambar 4.129** Cawalkot Gibran Mengunjungi dan Mengapresiasi Pameran Batik  
Sumber: Instagram @gibran\_rakabuming



**Gambar 4.130** Paslon Gibran-Teguh Melakukan Penyemprotan Desinfektan di Lingkungan Rumah Warga Sambil Membagikan Masker  
Sumber: Instagram @gibran\_rakabuming



**Gambar 4.131** Cawalkot Gibran Hadir dalam Webinar Nasional  
Sumber: Instagram @gibran\_rakabuming

Berdasarkan hasil temuan postingan media sosial, ditemukan banyak variasi cara berkampanye yang dilakukan paslon Kota Surakarta nomor urut 1, contohnya seperti melakukan kunjungan ke Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), bersilaturahmi ke tokoh agama dan kader partai lain, menghadiri acara sambung rasa dengan petugas parkir di Kota Surakarta, menjadi pembicara dalam webinar nasional, menjadi bintang tamu dalam suatu siaran radio, berkunjung ke pameran batik, penyemprotan desinfektan dan pembagian masker ke lingkungan rumah warga, dan lain sebagainya.



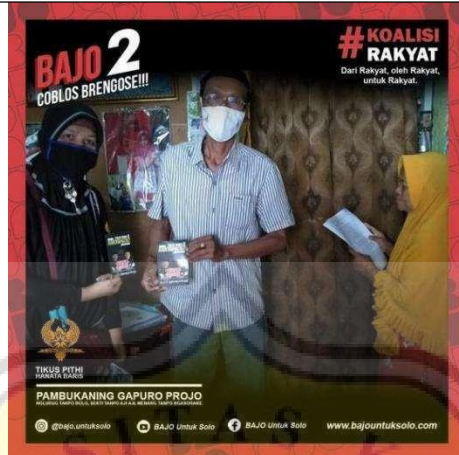
**Gambar 4.132** Silaturahmi Paslon BAJO ke Tokoh Agama Katolik  
 Sumber: Instagram @bolone.bajo



**Gambar 4.133** Pertemuan Paslon BAJO dengan Anggota Badan Antar Gereja Kristen se-Surakarta  
 Sumber: Instagram @bolone.bajo



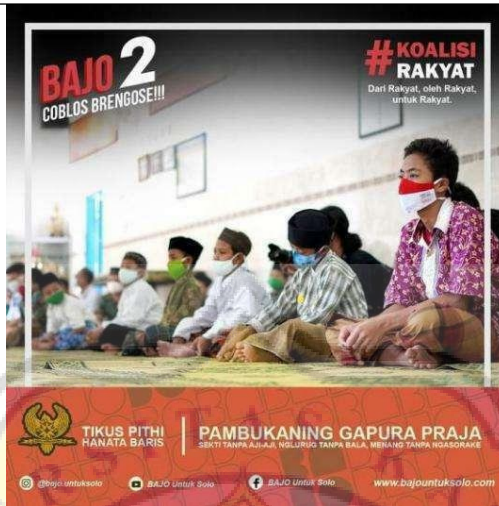
**Gambar 4.134** Paslon BAJO Berkunjung ke Rumah Warga  
 Sumber: Instagram @bolone.bajo



**Gambar 4.135** Sosialisasi ke Masyarakat Untuk Mengenalkan Visi-Misi Paslon BAJO  
Sumber: Instagram @bolone.bajo



**Gambar 4.136** Paslon BAJO Meninjau Sungai yang Tercemar  
Sumber: Instagram @bolone.bajo



**Gambar 4.137** Paslon BAJO Berkunjung ke Panti Asuhan  
 Sumber: Instagram @bolone.bajo



**Gambar 4.138** Paslon BAJO Bertemu dan Mendengarkan Aspirasi Para Pemusik Indie  
 Sumber: Instagram @bolone.bajo



**Gambar 4.139** Paslon BAJO Menyerap Aspirasi Warga Mengenai Penanganan COVID-19  
 Sumber: Instagram @bolone.bajo



**Gambar 4.140** Paslon BAJO Mengunjungi UMKM Pembuatan Sangkar Burung  
 Sumber: Instagram @bolone.bajo



**Gambar 4.141** Paslon BAJO Mengikuti Debat Publik Pilwalkot Surakarta 2020  
 Sumber: Instagram @bolone.bajo



**Gambar 4.142** Paslon BAJO Hadir dalam Webinar Perhumas Indonesia  
 Sumber: Instagram @bolone.bajo

Untuk paslon nomor urut 2 Kota Surakarta, berdasarkan hasil temuan dari postingan media sosial ditemukan banyak variasi cara berkampanye. Paslon bersangkutan menggunakan beberapa cara kampanye yang mirip dengan cara berkampanye paslon nomor urut 1 Kota Surakarta seperti melakukan kunjungan ke Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), bersilaturahmi ke tokoh agama, menjadi bintang tamu sekaligus pembicara dalam webinar nasional, mengunjungi

rumah warga untuk mendengarkan aspirasi, melakukan sosialisasi visi dan misi ke masyarakat, meninjau salah satu tempat di Kota Surakarta, mengikuti Debat Pilwalkot, dan lain sebagainya.

Terkhusus kampanye paslon Kota Surakarta nomor urut 1, peneliti berhasil melengkapi data hasil penelitian melalui wawancara dengan salah satu timses paslon, yakni Ibu Etty Iswara. Paslon Kota Surakarta nomor urut 1 memilih media sosial sebagai salah satu sarana kampanye karena dinilai murah, efektif, mengenai sasaran bahkan informasi pun dapat tersampaikan sampai di luar target utama. Pihak yang mengelola kampanye paslon melalui media sosial adalah tim cyber. Mekanisme penyiaran kampanye paslon adalah dengan memberikan update kegiatan setiap hari dalam bentuk berita pada Facebook PDIP Solo. Semua postingan media sosial baik itu media sosial milik relawan atau tim sukses dipantau langsung oleh tim cyber Facebook PDIP Solo. Seluruh bahan postingan berasal dari tim media PDIP Solo. Tema postingan berkaitan dengan kisi-kisi program kampanye Gibran-Teguh.

Namun paslon tidak hanya mengandalkan kampanye melalui media sosial saja tetapi juga melakukan kampanye dengan terjun langsung ke masyarakat. (Lihat lampiran transkrip wawancara 1 pada halaman a)

Wawancara dengan timses paslon diperkuat dengan hasil wawancara dengan Cawalkot (Gibran Rakabuming) yang menjelaskan bahwa meskipun kampanye media sosial itu penting dan lebih dianjurkan oleh KPU di tengah pandemi COVID-19, paslon tetap melaksanakan kampanye tatap muka untuk menyerap aspirasi masyarakat. (Lihat lampiran transkrip wawancara 2 pada halaman d)



Salah satu cara berkampanye pilkada unik milik paslon nomor urut 1 Kota Surakarta adalah kampanye yang menggunakan *video conference* saat melakukan kunjungan ke pemukiman warga untuk menyerap aspirasi. Dijelaskan oleh Etty Iswara selaku tim media kampanye paslon, cara berkampanye melalui *video conference* ala paslon disebut Blusukan Virtual yang menjadi solusi bagi paslon untuk tetap berkampanye pilkada di tengah pandemi COVID-19. Mekanisme kampanye virtual dilakukan di tengah pandemi COVID-19 dengan menggunakan TV yang terhubung dengan video konferensi. Model kampanye virtual ala paslon memberi ruang bagi paslon dan masyarakat untuk tetap berinteraksi tanpa melanggar protokol kesehatan yang berlaku. Tujuan kampanye virtual supaya paslon dapat tetap bersilaturahmi sambil mendengarkan aspirasi masyarakat meskipun di tengah situasi pandemi. Kampanye virtual dilaksanakan hampir setiap hari setiap jam 3 sore dengan cara timses berkeliling kampung. Siapa saja diperbolehkan menyuarakan aspirasi berupa pendapat (saran atau kritikan) kepada paslon untuk kemajuan Kota Surakarta. (Lihat lampiran transkrip wawancara 1 pada halaman b)