

## Lampiran 1

Transkrip Wawancara I dengan Timses Paslon Nomor Urut 1 Kota Surakarta,  
Gibran Rakabuming-Teguh Prakosa

Pihak yang menjadi narasumber wawancara merupakan salah satu tim sukses Gibran-Teguh yang berasal dari PDIP Solo bagian media, yaitu Ibu Etty Iswara. Wawancara dilakukan pada 8 November 2020 melalui Zoom.

### **Sejak kapan kampanye media sosial dilakukan?**

Kampanye melalui media sosial sebenarnya sudah dilakukan PDIP Solo sejak tahun 2015, saat Rudy Purnomo menjadi Walikota. Target utama kampanye adalah warga Solo. Tim media PDIP Solo menggunakan media sosial sebagai salah satu sarana kampanye karena dinilai murah, efektif, mengenai sasaran bahkan informasi pun dapat tersampaikan sampai di luar target utama.

Seiring berjalannya waktu sejak Walikota Rudy Purnomo menggunakan media sosial sebagai salah satu sarana kampanye, KPU meminta masing-masing pasangan calon (paslon) baik yang maju Pemilu maupun Pilkada mendaftarkan media sosial resminya yang digunakan untuk kampanye online. Melihat situasi tersebut, akhirnya PDIP Solo berinisiatif membentuk tim cyber tersendiri untuk semakin menarik minat orang terhadap paslon.

**Siapa saja yang terlibat dalam kampanye media sosial? Apakah ada tim kampanye media sosial sendiri?**

Keberadaan tim cyber sangat membantu kesuksesan paslon dalam berkampanye dengan cara menciptakan berbagai inovasi kampanye online. Salah satunya dengan model kampanye virtual ala Gibran-Teguh.

**Bagaimana model kampanye virtual ala paslon Gibran-Teguh?**

Kampanye virtual ala Gibran-Teguh dinamakan “Blusukan Online”. Dilakukan pada masa kampanye di tengah pandemi COVID-19 dengan menggunakan TV yang terhubung dengan video konferensi. Model kampanye virtual ala Gibran-Teguh dinilai inovatif karena masih dapat berinteraksi dengan masyarakat tanpa melanggar protokol kesehatan yang berlaku. Tujuan kampanye tersebut supaya paslon dapat tetap bersilaturahmi sambil mendengarkan aspirasi masyarakat meskipun situasi pandemi.

Hampir setiap hari setiap jam 3 sore dilakukan kampanye virtual keliling kampung. Siapa saja dapat menyuarakan aspirasinya melalui Gibran-Teguh untuk kemajuan Kota Solo.

**Bagaimana mekanisme penyiaran kampanye melalui media sosial?**

Setiap hari, Facebook official PDIP Solo selalu mengupdate kegiatan harian dalam bentuk berita. Semua postingan media sosial baik itu media sosial milik relawan atau tim sukses dipantau langsung dari pusat, yakni PDIP Solo sendiri. Seluruh bahan postingan berasal dari tim media PDIP Solo. Tema postingan berkaitan dengan kisi-kisi program kampanye Gibran-Teguh.

**Hal apa saja yang biasa diperhatikan oleh tim cyber dalam kampanye melalui media sosial?**

Yang biasa dipantau oleh PDIP Solo sendiri dalam setiap postingan media sosial relawan dan tim sukses adalah bahasa yang digunakan dalam postingan. Tim media Gibran-Teguh tidak akan menggubris komentar miring atau negatif pada postingan. Tim Gibran-Teguh tidak diperkenankan menggunakan bahasa yang tidak pantas maupun ujaran kebencian dalam berkampanye melalui media sosial. Intinya adalah selalu berusaha memberikan informasi positif tanpa harus menjelek-jelekan paslon lain.

**Apa target yang hendak dicapai oleh paslon Gibran-Teguh dalam Pilkada 2020?**

Target Gibran-Teguh dalam pilkada adalah memenangkan setidaknya 92% suara warga Solo. Oleh karena itu Gibran-Teguh gencar berkampanye untuk mengajak warga Solo datang ke TPS saat pilkada.

**Adakah pembagian tugas dalam kampanye paslon? Jika ada, apa saja?**

Mekanisme pembagian tugas dalam kampanye paslon adalah sebagai berikut: tim Gibran-Teguh lebih fokus dalam mengerjakan alat kampanye, sementara tim PDIP lebih fokus pada mengerjakan pembuatan berita mengenai kegiatan paslon dan partai.

**Ada berapa dan apa saja media sosial yang digunakan paslon Gibran-Teguh untuk berkampanye?**

Media sosial yang digunakan untuk kampanye Gibran-Teguh setidaknya berjumlah 20 akun yang merupakan gabungan dari tim sukses paslon dan tim dari PDIP Solo. Untuk lebih jelasnya akun apa saja dapat dilihat pada form BC4-KWK.

## Lampiran 2

Transkrip Wawancara II dengan Cawalkot Kota Surakarta, Gibran Rakabuming

Wawancara dilakukan secara singkat untuk memperkuat penjelasan tim media paslon dan menambahkan hal-hal yang sekiranya belum terjawab oleh tim media pada wawancara sebelumnya. Wawancara dilakukan pada 9 November 2020 secara langsung kepada Gibran Rakabuming selaku Cawalkot saat acara pertemuan Cawalkot dengan warga untuk kampanye virtual di DPC PDIP Kota Surakarta.

**Apa saja strategi kampanye melalui media sosial yang dilakukan Bapak untuk menarik minat generasi milenial supaya mau berpartisipasi dan menggunakan hak pilih dalam Pilkada 2020?**

Pada dasarnya kampanye media sosial itu penting. Namun, saya tidak hanya mengandalkan media sosial untuk berkampanye. Saya masih tetap melakukan kampanye dengan cara terjun langsung ke masyarakat, seperti kunjungan ke rumah-rumah warga, pembagian masker, pertemuan dengan warga, dan hal lain semacam itu.

**Bagaimana tim kampanye media sosial atau bahkan Bapak sendiri dalam menanggapi adanya komentar-komentar sinis, miring, dan negatif yang muncul perihal pencalonan Bapak sebagai Cawalkot Surakarta?**

Tidak dipungkiri bahwa saya juga pernah membaca komentar-komentar seperti itu namun bagi saya, komentar-komentar negatif tidak perlu ditanggapi. Saya hanya menanggapi komentar maupun masukan positif saja. Karena sebenarnya jauh

sebelum saya mencalonkan diri pun sudah banyak yang berkomentar negatif terhadap saya. Jadi saya tidak terlalu pikirkan.





PLAGIARISM  
CHECK.ORG



**5.8%** PLAGIARISM  
APPROXIMATELY

## Report #14273201

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 Candara. 2016:217) Pilkada sistem baru.