

Studi Pemantauan Kampanye Digital para Kandidat dalam Pilkada 2020 Kabupaten Bantul di Tengah Pandemi Covid-19

Study of Monitoring the Digital Campaign of Candidates in the 2020 Bantul Regional Head Elections in the Middle of the Covid-19 Pandemic

Muhammad Iqbal Khatami¹

Moch Edward Trias Pahlevi²

Azka Abdi Amrullobbi³

Komite Independen Sadar Pemilu

Jalan Randu RT/RW 04/05 Meijing Wetan, Ambarketawang, Kec. Gamping, Kab. Sleman, DIY

E-mail:

iqbalkhatami1998@gmail.com

mochedwardtriaspahlevi@gmail.com

azkaabdi@gmail.com

Abstract

Holding regional head elections during a pandemic presents many challenges for the Indonesian people in holding a democratic party. This is due to the implementation of the 2020 Pilkada during the Covid-19 pandemic with the threat of a dangerous virus that can kill humans. This research was conducted in the momentum of monitoring the elections during the Covid-19 pandemic with a focus on the campaign stages in the Bantul Regency. This study uses mixed methods with two data collection techniques: surveys and Nvivo-12 Plus software. The results of this study are: First, Facebook is the best social media for obtaining campaign materials from candidate pairs in the Bantul Pilkada. Second, social media is considered adequate as a political campaign platform if balanced with conventional campaigns. Third, most voters in Bantul Regency who use Facebook have never commented on the campaign of candidate pairs in the Pilkada of the Bantul Regency. Fourth, some issues have almost similar tendencies between candidate pairs, namely discussing social & culture and religion & tolerance. Fifth, Halim-Joko is considered successful in delivering campaign materials through content on social media compared to Suharsono-Totok. Sixth, the public's response tends to be neutral in responding to campaign issues on social media.

Keywords: *pilkada 2020; covid-19; digital campaign*

Abstrak

Proses penyelenggaraan pemilihan kepala daerah di tengah pandemi menghadirkan banyak tantangan bagi bangsa Indonesia dalam menyelenggarakan pesta demokrasi. Hal ini disebabkan pelaksanaan Pilkada 2020 dilaksanakan pada masa pandemi Covid-19 dengan ancaman virus berbahaya yang dapat membunuh manusia. Penelitian ini dilakukan dalam momentum pemantauan Pilkada di tengah pandemi Covid-19 dengan fokus pada tahapan kampanye di Kabupaten Bantul. Penelitian ini menggunakan metode campuran (*mixed method*) dengan dua teknik pengumpulan data yaitu survei dan menggunakan *software* Nvivo-12 Plus. Hasil penelitian ini yaitu: Pertama, facebook merupakan media sosial terbaik untuk memperoleh materi kampanye dari pasangan kandidat di Pilkada Bantul. Kedua, media sosial dianggap efektif menjadi platform kampanye politik jika diimbangi dengan kampanye konvensional. Ketiga, mayoritas pemilih di Kabupaten Bantul yang menggunakan facebook tidak pernah memberikan komentar terkait kampanye pasangan kandidat di Pilkada Kabupaten Bantul. Keempat, terdapat isu yang memiliki kecenderungan yang hampir mirip antara pasangan kandidat yaitu membahas sosial & budaya serta agama & toleransi. Kelima, pasangan Halim-

Joko dianggap berhasil menyampaikan materi kampanye melalui konten di media sosial dibandingkan dengan pasangan Suharsono-Totok. Keenam, respon masyarakat cenderung bersifat netral dalam menanggapi isu-isu kampanye di media sosial.

Kata Kunci: pilkada 2020; covid-19; kampanye digital

1. Pendahuluan

Pelaksanaan Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) Serentak telah dilaksanakan pada 9 Desember 2020 lalu. Pelaksanaan kontestasi demokrasi rutin lima tahunan pada 2020 lalu berbeda dengan pelaksanaan-pelaksanaan sebelumnya, di mana Pilkada Serentak 2020 harus dilaksanakan di tengah krisis Pandemi Covid-19 (Habibi, 2021). Pandemi mengharuskan pelaksanaan Pilkada Serentak 2020 harus sesuai dengan protokol kesehatan Covid-19 yang tentu sangat membatasi mobilitas manusia (Marisa, Pornauli, Indra, & Aurora, 2020).

Padahal, pelaksanaan Pilkada penuh dengan massa, mulai dari membuat daftar pemilih, membandingkan data pemilih, mengidentifikasi pasangan calon, tahapan kampanye, dan diakhiri dengan pemungutan suara (Hamdani & Fauzia, 2021). Hal ini juga mempengaruhi pasangan peserta atau kandidat melakukan kampanye yang sama sebagai mobilisasi politik untuk mendapatkan dukungan pemilih.

Pelaksanaan Pilkada dengan kondisi pandemi COVID-19 memiliki resiko yang tidak kecil, dengan adanya mobilitas masa yang tidak dapat dipastikan menerapkan ajuran pemerintah dengan menerapkan protokol kesehatan (Mutiarasari & Herawati, 2020). Hal ini tergambar pada hari pertama pendaftaran bakal pasangan calon pada 4 September 2020, seperti dikutip dari CNN Indonesia (2020) konvoi masa pendukung pasangan calon terjadi

disaat proses pendaftaran. Sebut saja Achmad Fauzi dan Dewi Khalifah atau yang akrab disapa Nyai Eva mendaftara sebagai padangan calon Bupati dan Wakil Bupati di Kabupaten Sumenep, Jawa Timur dengan diarak masa pendukungnya (CNN Indonesia, 2020a). Hal yang sama juga dilakukan oleh pasangan calon Wali kota Solo, Gibran Rakabuming Raka-Teguh Prakosa. Ada sekitar seribu orang pendukung yang ikut serta dalam proses pendaftaran Gibran-Teguh. Dalam proses pendataran banyak terjadi pelanggaran protokol COVID-19 yang telah ditetapkan. (CNN Indonesia, 2020b).

Pilkada di tengah pandemi juga dapat mempengaruhi psikologis pemilih (Robson, 2020). Mereka akan terganggu dan menjadi tidak fokus dalam mengikuti isu-isu lokal. Selain itu, pelaksanaan Pilkada di masa pandemi COVID-19 diperkirakan akan mempengaruhi jumlah pemilih yang ingin datang ke TPS (*voter turnout*) (Beritasatu, 2020).

Beberapa pemilih mempertimbangkan untuk datang ke TPS karena faktor keamanan dalam pelaksanaan pemilihan di TPS (Wahyunita, Jainah, & Sagita, 2020). Pelaksanaan Pilkada di tengah pandemi juga memaksakan tidak adanya kampanye secara terbuka yang dilakukan oleh kandidat, namun kandidat didorong untuk melaksanakan kampanye secara daring. Seluruh kontestan disarankan melakukan kegiatan kampanye dimaksimalkan dalam bentuk virtual. Salah satunya melalui media sosial. Di Indonesia

sendiri, penggunaan media sosial sebagai alat kampanye politik dianggap efektif misalnya pada kasus pemilihan legislatif tahun 2014 (Abdillah, 2014), pemilihan gubernur DKI Jakarta 2012 (Ediraras, Rahayu, Natalina, & Widya, 2013), dan pemilihan presiden 2019 (Fadhlorrohman & Purnomo, 2020). Beberapa penelitian terdahulu tersebut memperlihatkan bahwa terdapat perubahan serta kemajuan yang signifikan dalam pelaksanaan kampanye.

Penerapan kampanye secara daring menjadi tantangan bagi para kandidat untuk menghadirkan kampanye digital yang interaktif dan menjangkau aspirasi masyarakat (Husnulwati, 2021). Di satu sisi, peran pengawasan masyarakat sangat diperlukan terutama ketika pelaksanaan Pilkada di tengah pandemi. Namun di sisi lain, masyarakat yang akan melakukan pengawasan partisipatif juga perlu mematuhi protokol kesehatan sehingga tidak mempunyai akses leluasa turun ke lapangan. Belum lagi banyak tahapan yang dialihkan pelaksanaannya menjadi daring salah satunya adalah tahapan kampanye, sesuai dengan Pasal 58 ayat 1 Peraturan Komisi Pemilihan Umum (PKPU) Republik Indonesia Nomor 13 Tahun 2020 tentang Perubahan kedua atas Peraturan Komisi Pemilihan Umum (PKPU) Nomor 6 Tahun 2020 tentang Pelaksanaan Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur, Bupati dan Wakil Bupati, dan/atau Wali Kota dan Wakil Wali Kota Serentak Lanjutan Dalam Kondisi Bencana Nonalam Corona Virus Disease 2019 (COVID-19) yang berbunyi: "*Partai Politik atau Gabungan Partai Politik, Pasangan Calon, Tim Kampanye, dan/atau pihak lain mengutamakan metode Kampanye pertemuan terbatas dan*

pertemuan tatap muka dan dialog sebagaimana dimaksud dalam Pasal 57 huruf a dan huruf b dilakukan melalui Media Sosial dan Media Daring."

Hal ini mengakibatkan proses pengawasan menjadi terbatas. Dari situlah, maka penting hadirnya sebuah pemantauan dan pengawasan partisipatif yang adaptif dari masyarakat untuk terlibat dan ikut serta dalam mengawal jalannya Pilkada Serentak 2020 (Marisa et al., 2020).

Penelitian ini merupakan hasil dari pengawasan partisipatif Komite Independen Sadar Pemilu yang berfokus pada tahapan kampanye yang dilaksanakan di tengah pandemi Covid-19 yang dilihat dari isu yang diangkat oleh pasangan calon Pilkada Kabupaten Bantul dan persepsi serta respon dari pemilih pada kampanye daring sebagai bentuk partisipasi politik masyarakat dalam pelaksanaan Pilkada 2020 Kabupaten Bantul.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode campuran (*mixed method*). Penelitian mixed method merupakan suatu prosedur dalam rangka mengumpulkan, menganalisis, dan mencampurkan metode kualitatif dan kuantitatif dalam suatu penelitian atau serangkaian penelitian untuk memahami permasalahan sosial tertentu (Creswell, 2014). Selain itu, penelitian ini juga menggunakan dua metode pengumpulan data. Pertama, survei yang dilakukan kepada sebanyak 100 orang pemilih di Kabupaten Bantul. Jumlah tersebut diperoleh dengan menggunakan teknik *cluster random sampling*. Pengambilan sampel tersebut dengan melakukan randomisasi terhadap

kelompok pemilih. Terdapat lima kelompok pemilih yang menjadi sampel dalam penelitian ini, yaitu pemilih pemula, pemilih lansia, pemilih difabel, pemilih perempuan, dan pemilih laki-laki. Kedua, menggunakan *software* Nvivo-12 Plus. *Software* tersebut digunakan untuk memudahkan menganalisa data hasil pengamatan khususnya di media sosial. Dengan menggunakan Nvivo 12 plus, peneliti melakukan pemantauan kampanye di media sosial setiap pasangan calon. Adapun beberapa hal yang dipantau ialah Efektivitas, intensitas komentar masyarakat, isu yang diangkat, dan pemahaman publik terkait dengan isu. Selain itu juga peneliti melakukan observasi langsung ke lapangan pada saat kegiatan pemantauan pelaksanaan Pilkada 2020.

3. Perspektif Teori

3.1 Pemantau Pemilu

Pengawasan pada dasarnya adalah proses mengidentifikasi dan melihat bagaimana dapat dilihat. Dalam konteks pemantauan pemilu, berarti mengamati bagaimana proses pemilu berjalan. Pemantau pemilu terdiri dari lembaga swadaya masyarakat atau organisasi masyarakat sipil (OMS) yang terlibat dalam pemantauan tahapan penyelenggaraan pemilu (Sinamora, 2019).

Dalam Undang-Undang Pemilu No. 7 Tahun 2017, proses akreditasi dan pendaftaran pemantau pemilu dilakukan oleh Badan Pengawas Pemilu (Bawaslu). Namun, dalam konteks Pilkada jika merujuk pada Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2015 pasal 89 ayat 7 menyatakan bahwa proses akreditasi dan pendaftaran pemantau ada dalam ranah KPU Provinsi atau KPU Kabupaten/Kota. Ini berarti secara legalitas

pada Pilkada 2020 lalu, akreditasi pemantau diperoleh dari KPU.

Keberadaan pemantau pemilu baik untuk kemajuan pengawasan karena akan adanya sinergitas antara gerakan masyarakat sipil sebagai pemantau pemilu dan juga penyelenggara pemilu. Setidaknya dengan lebih banyak mata yang memandang, maka partai politik dan penyelenggara pemilu akan lebih mawas diri dalam bekerja. Pemantau pemilu memperkuat fungsi pengawasan Bawaslu karena akan mendukung upaya-upaya dan kegiatan-kegiatan pengawasan yang dilakukan oleh Bawaslu (Solihah, Bainus, & Rosyidin, 2018).

3.2 Kampanye

Rogers & Storey (1987) mendefinisikan kampanye sebagai serangkaian tindakan komunikasi yang terencana dengan tujuan untuk memberikan efek tertentu pada sejumlah besar khalayak yang dilakukan berkelanjutan dalam kurun waktu tertentu. Sedangkan, Wlezien (2010) mendeskripsikan kampanye sebagai salah satu cara untuk menarik perhatian orang lain, khususnya pemilih dalam pelaksanaan Pemilu. Maka dapat disimpulkan bahwa kampanye dalam pelaksanaan Pemilu/Pilkada merupakan serangkaian aktivitas yang dilakukan oleh seseorang dengan tujuan untuk menarik perhatian pemilih.

Di tengah pandemi Covid-19, Komisi Pemilihan Umum (KPU) mengeluarkan Peraturan KPU No. 13 tahun 2020 yang juga menjelaskan bahwa metode kampanye pertemuan tatap muka dan dialog dilakukan melalui media sosial dan media daring. Apabila tidak dapat

dilakukan secara daring, maka dilakukan secara terbatas dengan wajib menjalankan protokol kesehatan kampanye. Hal tersebut tercantum pada Pasal 58 Peraturan KPU No. 13 tahun 2020 sebagaimana yang telah peneliti jabarkan di bagian pendahuluan.

4. Hasil dan Pembahasan

Kabupaten Bantul merupakan salah satu dari empat kabupaten di Daerah Istimewa Yogyakarta yang telah melaksanakan Pilkada 2020. Jumlah Daftar Pemilih Tetap (DPT) di Kabupaten Bantul yang tercatat pada kontestasi Pilkada kali ini adalah 345.583 pria dan 389.106 wanita (Bawaslu Bantul, 2020). Pilkada 2020 yang dilaksanakan di Kabupaten Bantul merupakan agenda untuk memilih bupati dan wakil bupati Kabupaten Bantul untuk periode 2021 – 2024. Tercatat ada dua pasangan kandidat yang berkompetisi untuk merebutkan kursi Bupati dan Wakil Bupati Kabupaten Bantul untuk periode 2021 – 2024, kedua pasangan kandidat tersebut adalah Abdul Halim Muslih - Joko Purnomo sebagai penerima nomor urut 1 dan Suharsono - Totok Sudarto sebagai penerima nomor urut 2.

Kandidat Bupati Kabupaten Bantul dari Kedua pasangan tersebut merupakan petahana yang telah menjabat di periode sebelumnya; Abdul Halim Muslih yang merupakan Wakil Bupati pada periode sebelumnya di Kabupaten Bantul dan Suharsono yang merupakan Bupati di periode sebelumnya di Kabupaten Bantul.

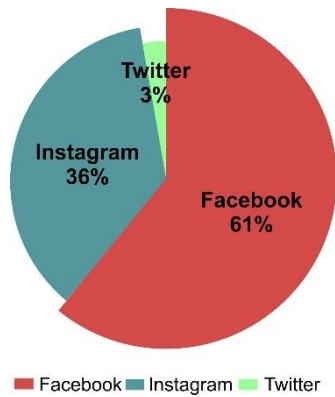
Dalam rangka untuk mengurangi transmisi virus, KPU telah menerbitkan Peraturan Komisi Pemilihan Umum No. 13 tahun 2020 yang secara jelas membatasi kegiatan berkampanye kandidat politik

yang bersifat tatap muka secara masif. Para penyelenggara pemilu juga memberikan rekomendasi kepada kandidat politik untuk menggunakan media digital sebagai salah satu sarana kampanye politik untuk mengurangi kontak fisik yang beresiko menularkan virus. Sehingga dalam kasus ini, kedua pasangan kandidat di Pilkada Kabupaten Bantul 2020 harus mengurangi intensitasnya dalam melakukan kampanye secara tatap muka dan diganti dengan pertemuan terbatas sebanyak maksimal 50 orang dengan dibarengi penggunaan media sosial sebagai platform kampanye politik.

4.1 Survei Publik Terhadap Penggunaan Media Sosial Untuk Kampanye

Kami telah melakukan survei kepada 100 responden yang telah memiliki hak pilih pada Pilkada Kabupaten Bantul 2020. Dalam survei ini, kami meminta para responden untuk memberikan tanggapannya mengenai platform media sosial paling efektif untuk memperoleh materi kampanye politik dari kedua pasangan kandidat dalam Pilkada Kabupaten Bantul 2020. Setidaknya ada 3 jenis platform media sosial yang ditawarkan oleh responden untuk mereka pilih, antara lain Instagram, Facebook, dan Twitter. Hasil dari survei tersebut adalah sebagai berikut:

Digram 1. *Media Sosial Terbaik untuk Memperoleh Materi Kampanye dari Kedua Pasangan Kandidat di Pilkada Kabupaten Bantul 2020*

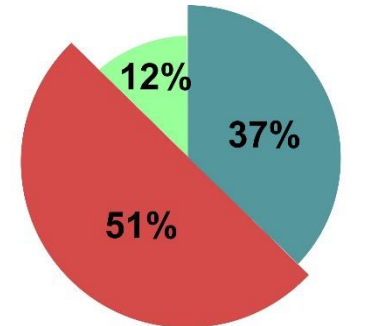


Sumber: Hasil Survei

Berdasarkan dari hasil survei yang diperoleh, maka dapat disimpulkan bahwa Facebook menempati urutan tertinggi menjadi media sosial terbaik untuk memperoleh materi kampanye di Pilkada Kabupaten Bantul 2020. Hal ini menjadi dasar alasan kuat kami untuk menggunakan Facebook sebagai sumber data dari penelitian ini.

Di sisi lain meskipun kedua pasangan kandidat merupakan petahana pada periode sebelumnya yang sudah berpengalaman dalam melakukan kampanye politik, hal ini tidak memberikan jaminan bahwa kedua pasangan kandidat tersebut mampu menggunakan Facebook untuk menarik partisipasi politik publik dalam kampanye politik; mengingat kedua pasangan kandidat tersebut terbiasa menggunakan kampanye konvensional sebagai basis dari kampanye politik mereka. Dalam rangka melihat partisipasi politik publik dalam tahapan kampanye Pilkada Kabupaten Bantul 2020, maka kami melakukan survei kepada jumlah responden dan jenis responden yang sama mengenai pendapat mereka tentang penggunaan media sosial sebagai kampanye politik di Pilkada Kabupaten Bantul 2020. Hasil survei yang diperoleh adalah sebagai berikut:

Digram 2. Efektifitas Penggunaan Media Sosial sebagai Media Kampanye Politik di tengah Pandemi COVID-19



- Efektif jika penggunaan sosial media dikombinasikan dengan kampanye konvensional
- Efektif jika hanya menggunakan Sosial Media
- Tidak Efektif

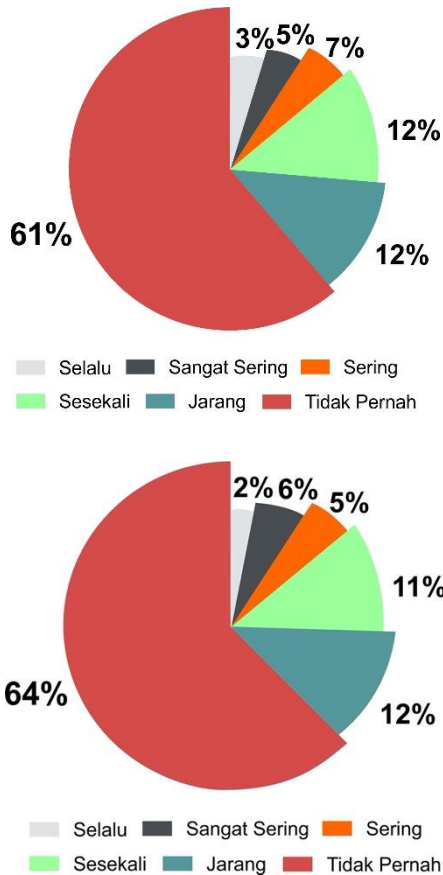
Sumber: Hasil Survei

Dari hasil dari penelitian yang diperoleh, indikator efektivitas berangkat dari pengalaman dan penilaian masing-masing responden dalam menyimak konten kampanye dari masing-masing kandidat di media sosial. Berdasarkan data dapat disimpulkan bawa penggunaan media sosial sebagai platform kampanye politik dianggap oleh responden akan efektif jika diimbangi dengan kampanye konvensional. Hal ini sekaligus memberikan gambaran bahwasanya masyarakat Kabupaten Bantul belum siap untuk menerima gaya kampanye yang menggunakan media sosial sebagai upaya kampanye untuk menghindari transmisi virus.

Lebih jauh lagi, untuk memahami partisipasi politik publik dalam media sosial Facebook; maka kami telah melakukan survei kembali dengan jumlah dan jenis responden yang sama terkait dengan intensitas mereka dalam memberikan komentar terhadap materi kampanye kedua pasangan kandidat di media sosial Facebook. Hasil dari survei

yang telah dilakukan adalah sebagai berikut:

Diagram 3. *Intensitas Masyarakat Kabupaten Bantul dalam Memberikan Komentar Terhadap Konten Kandidat Politik Nomor Urut 1 dan 2 di Facebook*



Sumber: Hasil Survei

Kedua data dalam bentuk chart diatas menunjukkan sebuah tren bahwasanya mayoritas responden yang merupakan masyarakat kabupaten Bantul yang telah memiliki hak pilih mengaku tidak pernah memberikan komentar pada akun-akun Facebook kedua pasangan kandidat Pilkada Bantul 2020. Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa keterlibatan politik publik masyarakat kabupaten Bantul pada Pilkada 2020, khususnya di media sosial Facebook sangat lemah.

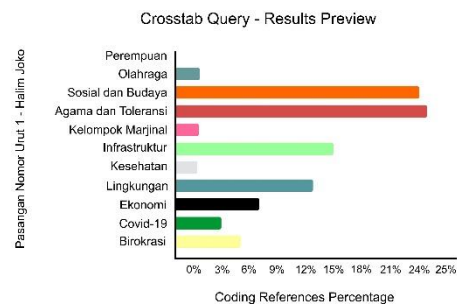
4.2 Analisis Isu Media Sosial dan Pemahaman Publik

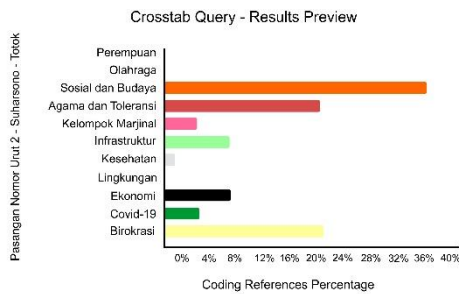
Dalam memenangkan segmentasi pasar dari pemilih, kandidat politik diwajibkan untuk menjadi “otentik” dalam menguasai sebuah isu tertentu (Petrocik, 1996).

Penggunaan *software* Nvivo 12 Plus untuk melihat isu yang diangkat oleh kandidat di media sosial adalah untuk mendukung temuan sebelumnya yang didapat dari responden yaitu terkait dengan kurang efektifnya penggunaan media sosial sebagai media kampanye kandidat.

Hasil temuan dari penelitian yang dilakukan oleh Komite Independen Sadar Pemilu (KISP) melakukan *tracking* isu populer kandidat di Kabupaten Bantul dengan menggunakan analisis dari Nvivo 12 Plus yang merupakan perangkat lunak *artificial intelligence* untuk mempermudah mendapatkan data di media sosial khususnya di facebook, berikut isu yang populer disebarkan oleh kandidat dalam tahapan kampanye dalam 1 bulan

Grafik 1. *Isu populer yang sering diangkat oleh pasangan kandidat nomor urut 1 dan 2 dalam Facebook*





Sumber: Hasil Analisis Nvivo-12 Plus

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan oleh peneliti, maka dapat ditemukan kecenderungan yang hamper mirip antara pasangan kandidat nomor urut 1 dan 2. Pasangan kandidat nomor urut 1 memiliki isu agama dan toleransi yang mendominasi sebagai materi kampanye politik di Facebook, dengan disusul oleh isu budaya dan sosial yang menempati urutan kedua. Di sisi lain pasangan kandidat dengan nomor urut 2 memiliki isu budaya dan sosial yang mendominasi, disusul oleh isu agama dan toleransi yang menempati urutan kedua.

Maka dapat disimpulkan bahwasanya kedua pasangan kandidat masih menggunakan isu atributif dan simbolik dalam meningkatkan partisipasi politik publik di Facebook. Hal ini berpotensi pada regresi perdebatan programatik yang delibratif dari publik, sehingga pertarungan elektoral pada tingkat lokal hanya bersifat perdebatan simbolik dan bukan perdebatan programatik.

Narasi mengenai Covid-19 juga ditemukan dalam hasil pemrosesan data peneliti. Namun narasi Covid-19 masih bersifat hanya sebatas himbauan-himbau untuk agar patuh pada protokol kesehatan. Bukan bagaimana strategi dalam menghadapi Covid-19 atau menurunkan angka terinfeksi Covid atau bagaimana gagasan berkaitan menyudahi

permasalahan Covid-19. Mengenai program Covid-19 belum menjadi pembahasan utama.

Selanjutnya hasil temuan Peneliti dan Tim KISP, melalui Nvivo 12 plus dengan fitur *Word Cloud* kata-kata yang sering muncul dalam narasi program kandidat sebagai berikut:



Gambar 1. Kata-kata yang Sering Muncul pada Program Kandidat Nomor Urut 1

Sumber: Hasil Analisis Nvivo-12 Plus

Hasil pemrosesan data dengan menggunakan fitur *word cloud* menjelaskan bahwa kata Emak menjadi kata yang populer disampaikan oleh pasangan Nomor urut 1. Hal ini sejalan dengan hasil postingan mengenai program kandidat dalam satu bulan menjelaskan berkaitan mengenai isu-isu perempuan dan pemenuhan hak perempuan.



Gambar 2. Kata-kata yang Sering Muncul pada Program Kandidat Nomor Urut 2

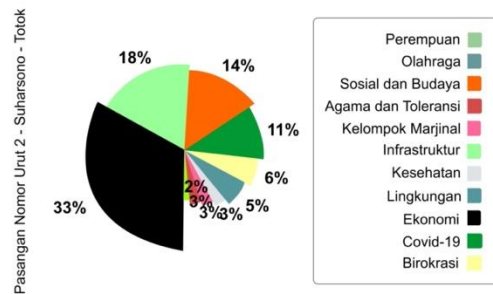
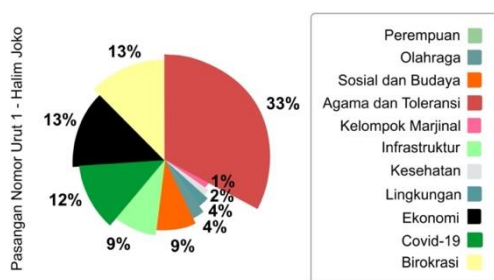
Sumber: Hasil Analisis Nvivo-12 Plus

Hasil pemrosesan data dengan menggunakan fitur *word cloud* kata-kata yang sering muncul pada postingan kandidat nomor urut 2 ialah Santri, Guru, Seniman, Religius, Kesehatan. Hal ini selaras dengan program kandidat nomor urut 2 yang dominan membahas terkait

isu-isu mengenai toleransi dan agama dan disusul oleh kesehatan dan himbauan pandemi.

Istilah kata santri dan religius dinilai sebagai bidikan kandidat nomor urut 2 untuk mencari suara pada segmen religius yang ada di Kabupaten Bantul, begitu juga dengan Guru dan seniman. Hal ini dapat dilihat dari kata-kata para kandidat di media sosial facebook sangat dominan membahas mengenai istilah santri, guru dan seniman. Namun dari kedua kandidat baik nomor urut 1 dan nomor urut 2, peneliti menilai bahwa program yang disampaikan para kandidat belum menjelaskan secara detail bagaimana program tersebut dapat dilaksanakan. Pemilih hanya mendapatkan informasi yang sifatnya sebatas formalitas dan atributif, serta belum jelas apakah target-target program ini dapat direalisasikan karena tidak dibarengi dengan penjabaran strategi dan perencanaan kebijakan yang ditawarkan.

Diagram 5. Pemahaman Publik Terhadap Materi Kampanye Politik di Facebook dari Pasangan Kandidat Dengan Nomor 1 dan Nomor 2



Sumber: Hasil Survei

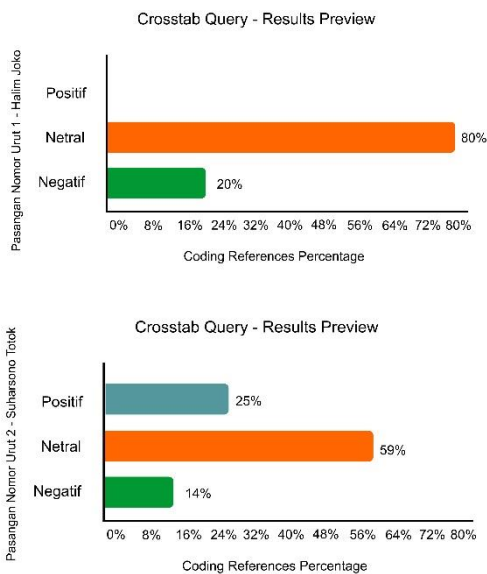
Dalam rangka melihat pemahaman publik untuk memahami materi kampanye pasangan kandidat di Facebook, maka peneliti telah melakukan survei terhadap jumlah dan jenis responden yang sama; tujuannya untuk menemukan pemahaman dominan dari publik terhadap isu yang tengah diangkat oleh kedua pasangan kandidat politik.

Berdasarkan dari hasil survei diatas, maka dapat dilihat bahwa publik menganggap isu agama dan toleransi menjadi isu utama yang menonjol dari pasangan kandidat dengan nomor urut 1 di Facebook. Di sisi lain publik juga memahami bahwasanya isu ekonomi menjadi isu yang mendominasi pada pasangan kandidat dengan nomor urut 2 di Facebook. Jika mencoba merujuk dari hasil analisis Nvivo 12 plus sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa pasangan kandidat dengan nomor urut 1 berhasil menyampaikan materi kampanyenya melalui konten di facebook dan memberikan pemahaman terhadap publik bahwa isu agama dan toleransi merupakan isu yang sedang diangkat secara massif.

Maka dapat dilihat bahwa pasangan kandidat dengan nomor urut 2 gagal untuk memberikan pemahaman kepada publik bahwa dominasi isu yang tengah dibawa merupakan isu sosial dan budaya.

Selanjutnya temuan peneliti dan KISP ialah mengenai bagaimana respon masyarakat dalam mengomentari postingan setiap kandidat atau merespon isu-isu yang dilemparkan oleh kandidat di facebook, berikut hasil temuan melalui Nvivo 12 plus dengan fitur *Crosstab* ialah:

Grafik 6. Respon masyarakat dalam mengomentari kandidat di Media sosial Pasangan Nomor Urut 1 dan 2



Sumber: Hasil Analisis Nvivo-12 Plus

Dalam temuan ini peneliti mengklasifikasi 3 indikator mengenai respon masyarakat di akun facebook kandidat dan akun tim pemenangan kandidat. 3 indikator ini meliputi respon positif, netral, dan negatif. Berikut penjelasan mengenai 3 indikator respon masyarakat terhadap program kandidat diantaranya: Pertama, Positif artinya berisi komentar dengan memberikan argumen dan masukan, atau memberikan tanggapan mengenai hal-hal yang bersifat program

Kedua, Netral yang berarti berisi komentar yang sifatnya memuji calon tanpa mengomentari isu-isu program calon

(identifikasi sebagai simpatisan cukup besar)

Ketiga, adalah Negatif yang berisi komentar menyerang isu kandidat hingga menjelekkan kandidat/adanya argument interaksi yang saling menjelekkan.

Komentar dan respon masyarakat di laman Facebook pasangan nomor urut 1 Abdul Halim Muslih - Joko Purnomo 80% hanya direspon dengan indikator netral. Hal ini tidak adanya interaksi atau tanggapan mengenai isu program yang di respon oleh masyarakat. Pemberi komentar cenderung memberikan respon memuji namun tidak menyentuh substansi isi dari program tersebut.

Sedangkan kandidat nomor urut 2 Pasangan Suharsono-Totok tidak jauh berbeda dengan pasangan nomor urut 1. Respon masyarakat di media sosial cenderung netral dan tidak adanya *feedback* pembicaraan mengenai program-program yang ditawarkan oleh kandidat.

Peneliti kemudian memproses konten respon masyarakat dengan menggunakan fitur *Wordcloud* sebagaimana gambar berikut:



Gambar 3. Kata yang sering Muncul dalam Respon Masyarakat terhadap Pasangan Nomor Urut 1

Sumber: Hasil Analisis Nvivo-12 Plus

Ketika melihat interaksi pasangan nomor urut 1 melalui media sosial cenderung tidak berjalan dua arah dan hanya sebatas formalitas. Dan

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, L. A. (2014). Social Media as Political Party Campaign in Indonesia. *Jurnal Ilmiah Matrik*, 16(12), 1–10. Retrieved from <http://jurnal.binadarma.ac.id/index.php/jurnalmatrik/article/view/248>
- Bantul, B. (2020). DPT Pilkada Bantul 2020 Sebanyak 704.688.
- CNN Indonesia. (2020a). Diarak Massa Pendukung, Fauzi-Eva Mendaftar Pilkada Sumenep. Retrieved from CNN Indonesia website: <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20200904182551-32-542969/diarak-massa-pendukung-fauzi-eva-mendaftar-pilkada-sumenep>
- CNN Indonesia. (2020b). Gibran Daftar Pilkada, Seribuan Orang Tumpah di KPU Solo. Retrieved from CNN Indonesia website: <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20200904163458-32-542922/gibran-daftar-pilkada-seribuan-orang-tumpah-di-kpu-solo>
- CNN Indonesia. (2020c). Ramai-ramai Konvoi Daftar Pilkada Serentak di Tengah Pandemi.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran* (4th ed.). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Ediraras, D. T., Rahayu, D. A., Natalina, A., & Widya, W. (2013). Political Marketing Strategy of Jakarta Governor Election in The 2012s. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 81, 584–588. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.06.480>
- Fadhurrohman, M. I., & Purnomo, E. P. (2020). The role of online mass media as a tool for the 2019 political campaign in Indonesia. *Jurnal Studi Komunikasi*, 4(2), 311–325. <https://doi.org/10.25139/jsk.v4i2.2182>
- Habibi, M. (2021). Pandemic Democracy : Impact Regional Elections Held During the COVID-19 Pandemic. *Journal Government and Political Issues*, 1(1), 15–25. <https://doi.org/10.53341/jgpi.v1i1.1>
- Hamdani, F., & Fauzia, A. (2021). Legal Discourse: The Spirit of Democracy and Human Rights Post Simultaneous Regional Elections 2020 in the Covid-19 Pandemic Era. *Lex Scientia Law Review*, 5(1), 97–118. <https://doi.org/10.15294/lesrev.v5i1.45887>
- Husnulwati, S. (2021). Tinjauan Hukum Terkait Kampanye Pilkada Ditengah Pandemi COVID-19. *Solusi*, 19(1), 67–76. <https://doi.org/10.15408/adalah.v4i1.15685>
- Marisa, H., Pornauli, A., Indra, A., & Aurora, A. (2020). The Regional Head Elections (Pilkada) 2020 During Covid-19 Pandemic: A Projection. *JOELS: Journal of Election and Leadership*, 1(2), 64–68. <https://doi.org/10.31849/joels.v1i2.4424>
- Mutiarasari, N. N., & Herawati, R. (2020). Supervision of Bawaslu Pemalang Regency in the 2020 Regional Head Election. *Law Reform*, 16(2), 264–275. <https://doi.org/10.30659/jdh.v3i4.12931>
- Robson, D. (2020). Virus Corona dan Pengaruhnya terhadap Psikologi Kita: Mulai dari Rasisme Hingga Afiliasi Politik. Retrieved from BBC News Indonesia website: <https://www.bbc.com/indonesia/vert-fut-52206206>
- Rogers, E. M., & Storey, J. D. (1987). Communication Campaigns. In C. R. Berger & S. H. Chaffee (Eds.), *Handbook of Communication Science*. Newbury Park: SAGE Publications.

- Sinamora, J. (2019). Menyongsong Rezim Pemilu Serentak. *Jurnal RechtsVinding*, 3(4), 1–18. Retrieved from [https://rechtsvinding.bphn.go.id/artikel/ART 1 JRV 3 NO 1 PROTECT.pdf](https://rechtsvinding.bphn.go.id/artikel/ART_1_JRV_3_NO_1_PROTECT.pdf)
- Solihah, R., Bainus, A., & Rosyidin, I. (2018). Pentingnya Pengawasan Partisipatif Dalam Mengawal Pemilihan Umum Yang Berintegritas Dan Demokratis. *Jurnal Wacana Politik*, 3(1), 14–28. <https://doi.org/10.24198/jwp.v3i1.16082>
- Wahyunita, L., Jainah, & Sagita, A. (2020). Election Polemic in The Middle of Pandemic Covid-19. *Proceeding of SHEPO: International Conference on Social Sciences & Humanity, Economics, and Politics*, 316–320. Retrieved from <https://ojs.uniska-bjm.ac.id/index.php/PIUOK/article/view/4025>
- Wlezien, C. (2010). Election Campaigns. In L. LeDuc, R. G. Niemi, & P. Norris (Eds.), *Comparing Democracies 3: Election and Voting in the 21st Century* (pp. 98–117). London: SAGE Publications.
- Yeremia Sukoyo. (2020). Pilkada di Tengah Pandemi, Pemilih Pertimbangkan Keamanan TPS. Retrieved from [BeritaSatu.com website: https://www.beritasatu.com/politik/697913/pilkada-di-tengah-pandemi-pemilih-pertimbangkan-keamanan-tps](https://www.beritasatu.com/politik/697913/pilkada-di-tengah-pandemi-pemilih-pertimbangkan-keamanan-tps)