

KEBIJAKAN KAMPANYE SECARA DARING PADA PILKADA SERENTAK 2020

25

Siti Chaerani Dewanti

Abstrak

DPR RI bersama pemerintah memutuskan untuk tetap melaksanakan Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) Serentak pada tanggal 9 Desember 2020. Sejalan dengan hal tersebut, Komisi Pemilihan Umum (KPU) menerbitkan Peraturan KPU (PKPU) Nomor 13 Tahun 2020 tentang Pilkada Serentak Lanjutan dalam Kondisi Bencana Nonalam Covid-19. Peraturan tersebut melarang beberapa kegiatan kampanye yang bersifat mengumpulkan massa dan mengarahkan kampanye untuk menggunakan media daring. Tulisan ini mengulas kampanye secara daring beserta permasalahannya pada Pilkada Serentak 2020. Walaupun dinilai efektif dan efisien, kampanye secara daring memiliki beberapa permasalahan, antara lain masih ada daerah yang tidak terjangkau internet, pelanggaran konten di media sosial, serta sulitnya membangun ikatan dengan khalayak. Perlu kesadaran semua pihak untuk membangun kebiasaan kampanye secara daring. DPR RI melalui fungsi pengawasan dapat mendorong pemerintah untuk memperkuat regulasi terkait dan mendesak Bawaslu untuk meningkatkan pengawasan, bekerja sama secara simultan dengan Kementerian Komunikasi dan Informatika serta Komisi Aparatur Sipil Negara untuk menindak pelanggaran yang terjadi.

Pendahuluan

Dalam Rapat Dengar Pendapat (RDP) Komisi II DPR RI bersama Menteri Dalam Negeri, Ketua Komisi Pemilihan Umum (KPU), Ketua Badan Pengawas Pemilu (Bawaslu), dan Ketua Dewan Kehormatan Penyelenggara Pemilu (DKPP) telah disepakati bahwa pelaksanaan Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) Serentak tetap akan diselenggarakan pada tanggal 9 Desember 2020 dengan penegakan disiplin dan sanksi hukum terhadap

pelanggaran protokol kesehatan Covid-19 (dpr.go.id, 21 September 2020). Dalam RDP tersebut DPR RI juga meminta KPU untuk merevisi Peraturan KPU (PKPU) Nomor 10 Tahun 2020 tentang Perubahan atas PKPU Nomor 6 Tahun 2020 tentang Pelaksanaan Pilkada dalam Kondisi Bencana Nonalam Covid-19. Sejalan dengan keputusan tersebut, KPU mengeluarkan PKPU Nomor 13 Tahun 2020 tentang Pilkada Serentak Lanjutan dalam Kondisi Bencana Nonalam Covid-19.



PKPU tersebut pada dasarnya melarang kampanye yang sifatnya mengumpulkan massa namun tetap mengizinkan sosialisasi kampanye melalui media daring ataupun media sosial.

Dalam Pasal 58 PKPU Nomor 13 Tahun 2020 telah diatur 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. Lebih lanjut ditegaskan dalam Pasal 63 bahwa kegiatan lain yang tidak melanggar kampanye dan ketentuan peraturan maka dilaksanakan dalam bentuk kampanye media sosial dan media daring. Adapun tahapan kampanye Pilkada Serentak 2020 ini telah dimulai sejak tanggal 26 September dan akan berakhir pada 5 Desember 2020. Tahapan kampanye menjadi sorotan karena dinilai memiliki proses yang panjang dan sangat rentan terhadap pelanggaran protokol kesehatan karena biasanya dilaksanakan dengan menghadirkan kerumunan. Hal ini tentu saja memunculkan kekhawatiran akan memperparah penyebaran virus dan memperburuk kondisi pandemi saat ini.

Pada kenyataannya masih banyak ditemukan pelanggaran yang terjadi di lapangan, antara lain pertemuan tatap muka yang dihadiri peserta lebih dari 50 orang, tidak mengenakan masker, dan tidak menjaga jarak (Kompas, 1 Oktober 2020). Bawaslu juga mencatat bahwa sebanyak 43% kegiatan kampanye yang dilakukan peserta Pilkada adalah pertemuan

tatap muka. Sedangkan kegiatan kampanye lainnya berupa penyebaran bahan kampanye sebanyak 22%, pemasangan alat peraga sebanyak 17%, dan melalui daring sebanyak 11% (news.detik.com, 2 Oktober 2020). Melihat masih tingginya pelaksanaan kampanye secara konvensional tersebut, tulisan ini akan mengulas kampanye secara daring beserta permasalahannya pada Pilkada Serentak 2020.

Kampanye secara Daring pada Masa Pandemi Covid-19

Kampanye menurut Roger dan Stroyer didefinisikan sebagai serangkaian tindakan komunikasi yang terencana dengan tujuan menciptakan efek tertentu pada sejumlah besar khalayak yang dilakukan secara berkelanjutan pada kurun waktu tertentu. Setiap aktivitas kampanye mengandung 4 (empat) hal, yaitu: 1) tindakan kampanye ditujukan untuk menciptakan efek tertentu; 2) jumlah khalayak sasaran yang besar; 3) dipusatkan dalam kurun waktu; dan 4) melalui serangkaian tindakan komunikasi yang terorganisasi (Venus, 2007: 7). Berdasarkan teori tersebut, tantangan terberat kampanye pada masa pandemi saat ini adalah bagaimana peserta pilkada dapat mengatur suatu strategi kampanye yang dapat menjangkau jumlah khalayak besar dan dapat berefek menarik perhatian masyarakat pemilihnya. Hal ini dikarenakan pelaksanaan kampanye pada Pilkada 2020 tidak seperti kampanye pada masa Pilkada yang lalu.

Adapun dalam Pasal 88C PKPU Nomor 13 Tahun 2020, setidaknya terdapat 6 (enam) jenis

kegiatan kampanye yang dilarang pada Pilkada 2020 ini, yaitu rapat umum, kegiatan kebudayaan seperti konser musik atau panen raya, kegiatan olahraga berupa gerak jalan atau sepeda santai, perlombaan, kegiatan sosial berupa bazar atau donor darah, serta peringatan hari ulang tahun partai politik. Namun demikian, PKPU tersebut juga masih memungkinkan pertemuan tatap muka bagi yang tidak dapat melakukan kampanye daring akibat persoalan sosiologi dan geografi. Dalam Pasal 58 disebutkan bahwa kampanye pertemuan tatap muka yang boleh dilakukan adalah harus dalam ruangan atau gedung, membatasi jumlah peserta sebanyak 50 orang dan menjaga jarak minimal satu meter. Pertemuan tersebut juga diwajibkan menggunakan masker dan menyediakan sarana sanitasi yang memadai.

Dengan adanya pandemi yang mengharuskan sebagian besar masyarakat untuk lebih banyak melakukan kegiatan di rumah dan menghindari kerumunan di luar rumah, juga seharusnya menjadi poin ekstra untuk menjalankan kampanye secara daring. Berdasarkan data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), adanya pandemi mengubah pola perilaku masyarakat dalam mengakses internet (detik.com, 30 September 2020). Selain itu juga ada peningkatan jumlah pengguna internet akibat meningkatnya pekerjaan dan kegiatan sekolah yang dilakukan dari rumah. Hal tersebut menunjukkan bahwa pemasangan alat peraga seperti spanduk atau baliho yang masif

di luar ruang menjadi kurang efektif karena kemungkinan masyarakat melihat media tersebut menjadi lebih kecil. Untuk itu setiap kandidat perlu memahami dan mengatur strategi dengan cermat materi kampanye yang dilakukan melalui media daring agar dapat menarik perhatian khalayak pemilihnya.

Permasalahan Kampanye secara Daring

Berdasarkan pengawasan Bawaslu pada 10 (sepuluh) hari pertama masa kampanye, dari 270 daerah yang menyelenggarakan Pilkada, hanya 37 daerah yang melaksanakan kampanye secara daring (Kompas, 13 Oktober 2020). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar peserta Pilkada belum siap bertransformasi untuk melakukan kampanye dari metode konvensional menuju kampanye secara daring. Padahal di sisi lain, KPU sudah mendorong setiap kandidat agar berinovasi dan berkreasi dalam melakukan kampanye secara daring. Menurut anggota KPU, Dewa Raka Sandi, partai politik maupun gabungan dapat membuat akun sendiri di media sosial. Pada tingkat pemilihan provinsi, KPU mengizinkan 30 akun resmi, sedangkan tingkat kabupaten/kota sebanyak 20 akun (bbc.com, 25 September 2020). Beberapa media yang dapat digunakan antara lain *Twitter*, *Facebook*, *Instagram*, *Whatsapp*, *Youtube*, ataupun menggunakan aplikasi pertemuan seperti *Zoom*.

Salah satu calon Wakil Walikota Tangerang Selatan yang sudah menggunakan metode

daring dalam kampanyenya, Rahayu Saraswati, mengatakan kampanye di media sosial adalah salah satu cara untuk menjaga keselamatan masyarakat, pasangan calon, dan timnya. Selain itu kampanye daring dinilai lebih efektif dan efisien dari segi waktu (Kompas, 27 September 2020). Hal ini senada dengan calon Gubernur Kalimantan Selatan, Denny Indrayana yang menjadikan kampanye berbasis teknologi sebagai salah satu strategi kampanyenya karena dinilai relatif efisien dan murah.

Walaupun dinilai efektif dan efisien oleh sejumlah kandidat, arahan KPU untuk berkampanye secara daring juga memiliki permasalahan. Masalah tersebut terutama dihadapi oleh daerah yang tidak terjangkau jaringan internet. Dalam Indeks Kerawanan Pemilu (IKP) Pilkada 2020 yang dikeluarkan oleh Bawaslu, terdapat 67 kabupaten/kota yang tergolong dalam kerawanan tinggi dalam aspek infrastruktur jaringan internet dan 194 kabupaten/kota memiliki kerawanan sedang. Sedangkan pada pelaksanaan pemilihan gubernur, seluruh provinsi yang menyelenggarakan termasuk dalam kerawanan tinggi, yakni Jambi, Bengkulu, Kalimantan Tengah, Kalimantan Selatan, Sulawesi Utara, Sulawesi Tengah, Sumatera Barat, Kalimantan Utara, dan Kepulauan Riau (republika.co.id, 23 September 2020)

Bawaslu juga menemukan sejumlah dugaan pelanggaran konten di media sosial. Pelanggaran tersebut antara lain penyebaran kampanye hitam, hoaks, dan netralitas ASN (news.detik.com,

6 Oktober 2020). Kasus ASN ikut berkampanye karena menggunakan akun media sosial yang tidak didaftarkan ke KPU. Akun-akun anonim, *buzzer*, atau simpatisan yang tidak terdaftar inilah yang cenderung sulit diawasi oleh Bawaslu. Akun-akun ini berpotensi memiliki bias informasi dan tak terkendali penyebarannya saluran komunikasinya karena mudah diamplifikasi oleh masyarakat. Dampak yang dirasakan oleh masyarakat adalah terjadinya kegaduhan di ruang daring dan ketidakakuratan informasi yang didapatkan.

Permasalahan lain yang tidak kalah penting adalah sulitnya membangun ikatan dengan khalayak sebagaimana pertemuan tatap muka secara langsung. Hal ini yang mendorong para kandidat cenderung kembali melakukan metode kampanye secara konvensional. Pada akhirnya menghadirkan kerumunan massa akan tetap dilakukan oleh kandidat yang tidak kreatif dalam memanfaatkan *platform* daring. Peraturan yang telah dikeluarkan KPU diharapkan dapat menjadi acuan dalam melaksanakan kegiatan kampanye yang mengutamakan keselamatan masyarakat. Namun masih banyaknya permasalahan dan pelanggaran yang terjadi membuktikan bahwa PKPU belum dapat dijalankan secara maksimal sehingga diperlukan pengawasan terhadap implementasi peraturan tersebut. KPU dan Bawaslu juga perlu meningkatkan sosialisasi terhadap masyarakat terkait aturan kampanye secara daring. Selain itu, agar pelaksanaan

kampanye Pilkada Serentak 2020 ini dapat berjalan dengan optimal, diperlukan kesadaran dan partisipasi dari semua pihak, tidak hanya dari para peserta pilkada namun juga masyarakat pemilih, bahwa kebiasaan berkampanye secara daring pada masa pandemi covid-19 sekarang ini adalah hal yang mutlak dilakukan.

Penutup

Adanya pandemi Covid-19 mengharuskan perubahan secara signifikan terhadap pola kampanye, dari secara konvensional ke metode daring. Perubahan tersebut tidak hanya harus dihadapi oleh para kandidat tetapi juga oleh masyarakat di daerah pemilihan. Kekhawatiran akan terjadi kluster penyebaran Covid-19 baru selama masa kampanye harus menjadi pertimbangan utama para peserta Pilkada untuk senantiasa melaksanakan kegiatan kampanye secara daring. Oleh karena itu, DPR RI melalui fungsi pengawasan dapat mendorong pemerintah untuk menyusun regulasi pelaksanaan yang lebih ketat, terutama untuk menjaga konten dan saluran komunikasi kampanye secara daring. DPR RI juga perlu mendorong Bawaslu untuk meningkatkan pengawasan terhadap pelanggaran kampanye secara daring serta bekerja sama secara simultan dengan Kementerian Komunikasi dan Informatika serta Komisi Aparatur Sipil Negara. Bentuk kerja sama tersebut antara lain melakukan *take down* terhadap akun-akun yang tidak resmi didaftarkan ataupun menindak ASN yang melakukan pelanggaran. Apabila pelanggaran

terkait dalam ranah tindak pidana siber, maka penindakan dapat diteruskan kepada tim siber Polri.

Referensi

- “APJII Sebut Jumlah Pengguna Internet di Indonesia Naik Saat Pandemi”, 30 September 2020, <https://inet.detik.com/telecommunication/d-5194182/apjii-sebut-jumlah-pengguna-internet-di-indonesia-naik-saat-pandemi>, diakses 2 Oktober 2020.
- “Bawaslu: 43% Kampanye Pilkada 2020 Masih Tatap Muka, Pakai Medsos 11%”, 2 Oktober 2020, <https://news.detik.com/berita/d-5197898/bawaslu-43-kampanye-pilkada-2020-masih-tatap-muka-pakai-medsos-11>, diakses 5 Oktober 2020.
- “Kampanye Daring yang Tak Nyaring”, *Kompas*, 13 Oktober 2020, hal.3.
- “Kampanye Daring, Infrastruktur Jadi Titik Rawan”, 23 September 2020, <https://republika.co.id/berita/qh3815428/kampanye-daring-infrastruktur-internet-jadi-titik-rawan>, diakses 2 Oktober 2020.
- “Kampanye Pilkada 2020, Bawaslu Temukan Dugaan Politik Uang-Penyebaran Hoax”, 6 Oktober 2020, <https://news.detik.com/berita/d-5202521/kampanye-pilkada-2020-bawaslu-temukan-dugaan-politik-uang-penyebaran-hoax>, diakses 6 Oktober 2020.
- “Menyapa Pemilih Lewat Ketukan Layar”, *Kompas*, 27 September 2020, hal. 3.
- “Pelanggaran Protokol Kesehatan Kampanye Naik”, *Kompas*, 1 Oktober 2020, hal. 1.
- “Pilkada 2020 di tengah Pandemi Covid-19: Masa Kampanye

Dimulai, Cara Tatap Muka Tetap Dinilai ‘Paling Efektif’”, 25 September 2020, <https://www.bbc.com/indonesia/indonesia-54299548>, diakses 2 Oktober 2020.

“Pilkada Serentak Tetap 9 Desember 2020”, 21 September 2020, <http://www.dpr.go.id/berita/detail/id/30143/t/Pilkada+Serentak+Tetapan+9+Desember+2020>, diakses 29 September 2020.

Badan Pengawas Pemilihan Umum Republik Indonesia. 2020. *Indeks Kerawanan Pemilu (IKP) Pilkada Serentak 2020*.

Peraturan Komisi Pemilihan Umum Nomor 13 Tahun 2020 tentang Pilkada Serentak Lanjutan dalam Kondisi Bencana non-Alam Covid-19.

Venus, Antar. 2007. *Manajemen Kampanye: Panduan Teoritis dan Praktik dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rakatama Media.



Siti Chaerani Dewanti
siti.dewanti@dpr.go.id

Siti Chaerani Dewanti, S.Ars., M.Si., saat ini menjabat sebagai Peneliti Pertama di Pusat Penelitian Badan Keahlian DPR RI. Menyelesaikan pendidikan S1 Arsitektur di Fakultas Teknik Universitas Indonesia pada tahun 2009 dan pendidikan S2 Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia pada tahun 2014. Beberapa karya tulis yang telah diterbitkan melalui buku antara lain “Penggunaan *Website* Desa sebagai Media Informasi Desa” (2019) dan “Tata Kelola *Website* Desa dalam Mewujudkan Transparansi dan Akuntabilitas Dana Desa” (2018).

Info Singkat

© 2009, Pusat Penelitian Badan Keahlian DPR RI
<http://puslit.dpr.go.id>
ISSN 2088-2351

Hak cipta dilindungi oleh undang-undang. Dilarang mengutip atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi tulisan ini tanpa izin penerbit.