

ANALISIS PELAKSANAAN KAMPANYE DARING DI MEDIA SOSIAL PADA PEMILUKADA TAHUN 2020 KABUPATEN BLITAR

Roy Angga Warsito
NPP.29.0991

Asdaf Kabupaten Blitar Provinsi Jawa Timur
Program Studi Politik Indonesia Terapan

Email: 29.0991@praja.ipdn.ac.id

ABSTRACT (in english)

Problem/Background (GAP): Political campaigns are activities carried out by General Election participants to attract sympathy and attention from the public. During the COVID-19 pandemic, campaign activities must be carried out online. The purpose of this study is to analyze and find out the strategy of implementing online campaigns in the 2020 Regional Head Elections campaign in Blitar Regency. **Objective:** To find out and analyze the strategy for implementing online campaign activities through social media carried out by the 2020 Regional Head Election participants in Blitar Regency as well as the efforts made by the Regional Head General Election participants in dealing with the obstacles and obstacles that exist during the online campaign implementation process. **Methods:** This study uses a qualitative method with a descriptive approach. Data collection techniques used are observation, documentation and interviews. The theory that the researcher uses in this research is the campaign theory by Rogers and Storey by analyzing each of the dimensions and indicators in it. **Results/Findings:** Strategies and efforts to overcome and resolve barriers to campaign implementation are still very common. so that for the implementation of online campaigns in the upcoming general election, election participants must further enhance innovations in conducting online campaign activities. **Conclusion:** the authors can conclude that, the online campaign implementation strategy carried out by the participants of the 2020 Regional Head Election in Blitar Regency is in accordance with the conditions in the field and the efforts implemented in overcoming the existing obstacles are appropriate and can answer or resolve the existing obstacles in the implementation of the campaign. online
Keywords: Strategy, Campaign, Online, Covid 19 Pandemic.

ABSTRAK (in bahasa)

Permasalahan/Latar Belakang (GAP): Kampanye politik adalah kegiatan yang dilakukan oleh peserta Pemilihan Umum untuk menarik simpati dan perhatian dari masyarakat. Pada masa pandemi covid 19 pelaksanaan kegiatan kampanye harus dilakukan secara daring. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisa dan mengetahui strategi dari pelaksanaan kampanye yang dilakukan secara daring pada kampanye Pemilukada tahun 2020 Kabupaten Blitar. **Tujuan:** Untuk mengetahui dan menganalisis strategi pelaksanaan kegiatan kampanye secara daring melalui media sosial yang dilakukan oleh peserta Pemilukada tahun 2020 di Kabupaten Blitar serta upaya yang dilakukan oleh peserta Pemilukada dalam menghadapi hambatan dan kendala yang ada selama proses pelaksanaan kampanye secara daring. **Metode:** Dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, dokumentasi dan wawancara. Teori yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah teori kampanye oleh Rogers dan Storey dengan menganalisis setiap dimensi dan indikator di dalamnya. **Hasil/Temuan:** Strategi dan upaya yang dilakukan dalam mengatasi dan menyelesaikan hambatan pelaksanaan kampanye masih sangat biasa. Sehingga untuk pelaksanaan kampanye secara daring dalam Pemilu yang akan datang nantinya peserta Pemilu harus lebih meningkatkan inovasi-inovasi dalam melakukan kegiatan kampanye secara daring. **Kesimpulan:** penulis dapat menyimpulkan bahwa, strategi pelaksanaan kampanye secara daring yang dilakukan oleh peserta Pemilukada tahun 2020 Kabupaten Blitar sudah sesuai dengan kondisi yang ada dilapangan dan upaya yang dilaksanakan dalam mengatasi hambatan yang ada sudah sesuai dan dapat menjawab atau menyelesaikan hambatan yang ada dalam pelaksanaan kampanye secara daring

Kata Kunci: Strategi, Kampanye, Daring, Pandemi Covid 19.

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi pada era saat ini sangatlah mengalami kemajuan yang sangat cepat dan sangat canggih, segala sesuatu yang kita inginkan dapat kita akses dengan mudah, cepat, dan mendapatkan hasil yang maksimal. Berdasarkan data jumlah pengguna media sosial di Indonesia pada tahun 2020 diketahui bahwa, dari total jumlah penduduk Indonesia sejumlah 272,1 juta jiwa pemakai media sosial yang aktif sebanyak 160 juta jiwa (*sumber : situs Hootsuite*). Dengan jumlah pengguna aktif media sosial tersebut dapat diketahui juga mengenai data dari durasi penggunaan media sosial di Indonesia pada tahun 2020. Waktu yang dihabiskan oleh penduduk Indonesia untuk mengakses media sosial *whatsapp* adalah 30,8 jam perbulan, *facebook* 17 jam perbulan, *instagram* 17 jam perbulan, *tiktok* 13,8 jam perbulan, dan *twitter* 8,1 jam perbulan. (Sumber : *App Annie, 2020*)

Pada masa seperti sekarang ini peran dan fungsi media sosial bukan hanya untuk sumber informasi tetapi media sosial saat ini juga berpengaruh dan berdampak besar di berbagai bidang salah satu contohnya dalam bidang politik yaitu dapat menjadi pemicu perubahan politik yang ada di Indonesia. Berbagai kegiatan dalam berpolitik pun juga dapat dilakukan di media sosial, salah satu contoh

kegiatan dalam bidang politik adalah pelaksanaan kegiatan kampanye secara daring yang dilakukan oleh beberapa pasangan calon yang akan mengikuti Pemilu.

Sehubungan dengan larangan dari pemerintah untuk tidak berkerumun dan tidak menciptakan kerumunan pada masa pandemi seperti sekarang ini, penggunaan media sosial atau media daring lainnya untuk pelaksanaan kegiatan kampanye dianggap lebih efektif dan efisien dikarenakan dalam pelaksanaannya tidak perlu mengumpulkan masyarakat untuk menyampaikan atau mengkampanyekan visi dan misi dari pasangan calon yang akan mengikuti Pemilu. Mengingat pengguna media sosial pada era sekarang ini yang rata-rata setiap orang mempunyai media sosialnya masing-masing dapat dipastikan memiliki dampak dan imbas yang cukup besar dalam proses pelaksanaan kampanye secara daring untuk masa sekarang ini. Pada saat ini banyak berbagai platform pada media sosial yang dapat digunakan oleh partai politik untuk melakukan kegiatan kampanye daring sehingga oleh KPU dibuatlah peraturan tentang pengaturan kampanye pada media online yang tercantum dalam PKPU nomor 11 tahun 2020 tentang perubahan atas PKPU Nomor 4 tahun 2017 tentang Kampanye Pemilihan. Selain itu pengawasan terhadap jalannya kampanye daring juga gencar dilakukan oleh Badan Pengawas Pemilu (Bawaslu) yang dimana pengawasan tersebut dalam bentuk pengawasan konten-konten dalam kampanye di media sosial.

Dalam pelaksanaannya, kampanye pada media sosial sangatlah rawan akan terjadinya beberapa pelanggaran yang dilakukan oleh oknum-oknum yang tidak bertanggung jawab. Menurut data yang diperoleh Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo) dan disampaikan oleh Badan Pengawas Pemilu (Bawaslu) ditemukan 106 pelanggaran kampanye daring selama sebulan kampanye Pemilihan Kepala Daerah 2020. Pelanggaran paling banyak dalam bentuk kampanye negatif. Selain itu Bawaslu juga menerima laporan mengenai pelanggaran kampanye daring melalui saluran daring dan website Bawaslu.go.id yang secara resmi dikelola oleh Bawaslu.

Permasalahan lain yang dapat ditemui dalam pelaksanaan kampanye pada media sosial adalah mengenai serangan-serangan dari pihak oposisi untuk menjatuhkan pihak lawan. Serangan yang dimaksud adalah dengan penyebaran ujaran-ujaran kebencian, fitnah, dan *hoax* untuk menjatuhkan pihak lawan. Menurut data dari Kemenkominfo telah ditemukan sebanyak 32 *hoax* atau konten informasi palsu. Selain itu Bawaslu juga memeriksa 87 *link* pelanggaran yang diberikan oleh Kemenkominfo. Pelanggaran yang terjadi adalah penghasutan, fitnah, adu domba partai politik, perseorangan, atau kelompok masyarakat.

Berdasarkan data dapat diketahui jumlah DPT paling tinggi ada di provinsi Jawa Barat dengan jumlah total 33,3 Juta jiwa. Disusul urutan kedua provinsi Jawa Timur dengan jumlah total 30,9 juta jiwa. Urutan ketiga ada provinsi Jawa Tengah dengan jumlah DPT sebanyak 27,9 juta jiwa, urutan ke lima ada provinsi Sumatera Utara dengan 9,8 juta jiwa dan yang kelima ada provinsi Banten dengan 8,1 juta jiwa. Sumber : Komisi Pemilihan Umum (KPU), Des 2018. Mempertimbangkan dengan jumlah daftar pemilih tetap (DPT) Pemilu yang ada di Indonesia dapat diketahui juga bahwa jumlah tersebut memerlukan informasi mengenai visi misi dari peserta Pemilu, maka dari itu diperlukan kegiatan kampanye untuk menginformasikan visi misi peserta Pemilu kepada khalayak umum agar menarik minat dan ketertarikan dari masyarakat untuk memilihnya. Akan tetapi dengan situasi dan kondisi pandemi seperti sekarang ini tidak memungkinkan untuk diadakannya kegiatan kampanye secara langsung. Akan tetapi dengan perkembangan teknologi yang ada pada saat ini peserta Pemilu bisa menyiasatinya dengan melaksanakan kegiatan kampanye secara daring melalui berbagai media sosial

yang ada. Sehingga meskipun dalam situasi dan kondisi pandemi kegiatan kampanye tetap bisa dilakukan dan tidak melanggar aturan untuk tidak berkerumun dan menciptakan kerumunan.

1.2 Kesenjangan Masalah yang Diambil (GAP Penelitian)

Pada pelaksanaan kampanye daring pemilihan kepala daerah di Kabupaten Blitar tidak lepas dari masalah, antara lain:

1. Banyaknya pelanggaran yang dilakukan oleh berbagai peserta kampanye atau partai politik dalam pelaksanaan kampanye daring.
2. Banyaknya serangan dari pihak oposisi untuk menjatuhkan pihak lawan dengan menyebarkan *hoax* di media sosial.
3. Masih banyak masyarakat yang belum mengetahui penggunaan media sosial sehingga kampanye daring tidak berjalan begitu relevan bagi masyarakat menengah kebawah.

1.3 Penelitian Terdahulu

Penelitian ini dilakukan tidak lepas dari hasil penelitian-penelitian sebelumnya yang pernah ditulis sebagai karya ilmiah guna bahan perbandingan sekaligus pedoman penulis. Penelitian sebelumnya menjadi acuan penulis dalam melakukan penelitian sehingga dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang akan dilakukan. Pertama, Penelitian Berliani Ardha (2014) yang berjudul *Social Media Sebagai Media Kampanye Partai Politik 2014 Di Indonesia*. dengan hasil penelitian bahwa peran media sosial dalam mempengaruhi seseorang berdasar aspek sosial, yang berarti interaksi dan partisipasinya dilaksanakan dengan kampanye. Sehingga membuat Indonesia menempati urutan kedelapan pengguna media sosial tertinggi di dunia. Layanan dari media sosial yang ada dapat digunakan untuk mengakses dan mempublikasikan berbagai konten sangat bermanfaat dan memiliki peran yang penting dalam pelaksanaan kampanye. Akan tetapi dalam penggunaannya haruslah diatur dan di program dengan baik untuk menaikkan kredibilitas partai. Komunikasi dalam organisasi juga merupakan faktor yang harus dipertimbangkan untuk memastikan cukupnya interaksi dalam platform media sosial. Kedua, Penelitian Billy Adinugroho, dkk (2019) berjudul *Media Sosial Dan Internet Dalam Keterlibatan Informasi Politik Dan Pemilihan Umum*. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa bahwa media sosial lebih berpengaruh terhadap *political self-efficacy* dan *situational political involvement* dibandingkan internet tradisional dan ekspresi daring. Ketiga, penelitian oleh Megasari N. Fatanti (2014) berjudul *Twitter dan Masa Depan Politik Indonesia: Analisis Perkembangan Komunikasi Politik Lokal Melalui Internet*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keaktifan politikus dalam *twitter* tidak berkorelasi dengan keberhasilan pasangan calon. Keempat, penelitian oleh Henri Subiakto dan Rachmah Ida (2016) yang berjudul *Penggunaan Internet Dan Budaya Populer Dalam Kampanye Politik Di Indonesia*. dengan hasil bahwa Kehadiran internet menjadi alternatif dalam berkampanye karena popularitas media yang lebih memudahkan politisi untuk mendapatkan dukungan dalam melaksanakan kegiatan kampanye politik. Semua politisi yang diteliti memakai berbagai bentuk dan model dalam kampanyenya, dan menggunakan teknologi informasi dan komunikasi (internet) mulai dari media sosial dan blog-blog pribadi yang semuanya diisi dengan bermacam-macam pesan politik dan konten kampanye untuk mendapatkan suara tertinggi. Kelima, penelitian oleh Rahadi (2019) dengan judul *Kampanye Politik Di Media Online: Analisis Framing Pada Situs Jpnn.com Dan Tribunjatim.com*. Menemukan bahwa Ketokohan kiyai

untuk mendapat suara dari masyarakat yang berada di wilayah tapal kuda dan madura yang dominan masyarakatnya berbasis NU menjadi bingkai berita politik oleh JPNN.com dan TribunJatim.com. Dalam wilayah Jawa Timur selain Madura dan wilayah Tapal kuda publikasi yang dilakukan oleh pasangan calon di dukung oleh organisasi masyarakat dan tokoh masyarakat yang berpengaruh dalam mengurai permasalahan di Jawa timur.

1.4 Pernyataan Kebaruan Ilmiah

Penulis melakukan penelitian yang berbeda dan belum dilakukan oleh penelitian terdahulu. Penelitian yang dilakukan oleh penulis menggunakan keadaan yang baharu serta informan yang lebih luas. GAP penelitian juga hanya ada dan merupakan masalah khusus yang terjadi di Lokus Penulis. Penelitian yang dilakukan oleh penulis menggunakan keadaan yang baharu serta informan yang lebih luas. Pada penelitian ini akan lebih fokus pada strategi partai politik dalam melaksanakan kampanye secara daring, faktor penghambat dan upaya yang dilakukan dalam pelaksanaan kampanye daring pada Pemilu 2020 di Kabupaten Blitar Provinsi Jawa Timur.

1.5 Tujuan

Penelitian ini bertujuan Untuk mengetahui dan menganalisis strategi pelaksanaan kegiatan kampanye secara daring melalui media sosial yang dilakukan oleh peserta Pemilu 2020 di Kabupaten Blitar serta upaya yang dilakukan oleh peserta Pemilu 2020 dalam menghadapi hambatan dan kendala yang ada selama proses pelaksanaan kampanye secara daring.

II. METODE

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif dengan menggunakan metode deskriptif dan pendekatan induktif untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang dialami subyek penelitian dari masalah yang terjadi (Sugiyono, 2018). Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, dokumentasi, observasi yang didapat dari sumber data primer dan sekunder dengan narasumber yang ditetapkan sebagai informan kunci pasangan calon Pemilu 2020 Kabupaten Blitar. Informan utama dari partai koalisi atau tim sukses dan informan tambahan dari tokoh masyarakat dan masyarakat Kabupaten Blitar. Analisis data menggunakan teori Sugiyono (2018:247) yang terdiri dari tahap pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Pelaksanaan kampanye daring akan diteliti dengan menggunakan teori kampanye Ruslan dalam Rogers dan Storey (2008:23).

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Strategi Partai Politik Dalam Pelaksanaan Kampanye Secara Daring

Peneliti menganalisis strategi partai politik dan pasangan calon dalam pelaksanaan kampanye secara daring menggunakan 3 dimensi yang berpengaruh dalam pelaksanaan kampanye menurut Ruslan dalam Rogers dan Storey (2008:23) yaitu kegiatan komunikasi, partai politik, dan menciptakan suatu akibat tertentu dengan sasaran secara berkelanjutan.

A. Kegiatan Komunikasi

Kegiatan komunikasi dalam proses pelaksanaan kampanye adalah suatu hal yang sangat mempengaruhi dan sangat berperan penting dalam proses pelaksanaan kampanye. Dalam proses pelaksanaan kampanye diperlukan komunikasi yang baik dan jelas antara pihak yang menyampaikan kampanye kepada audiensi atau pihak yang dituju dalam kampanye yang dilakukan. Pelaksanaan kampanye politik yang dilakukan secara daring juga memerlukan komunikasi yang baik dan jelas meskipun tidak dilakukan secara langsung, akan tetapi dilakukan melalui media sosial. Pihak partai politik ataupun pasangan calon harus bisa menggunakan cara komunikasi yang baik dan jelas dalam kampanyenya di media sosial, sehingga masyarakat dapat menerima apa yang disampaikan dengan baik dan jelas juga.

Dalam pelaksanaannya, kegiatan kampanye daring haruslah tetap diadakan sosialisasi kepada masyarakat, kegiatan sosialisasi haruslah tetap dilakukan meskipun kegiatan kampanye dilakukan secara daring karena sosialisasi merupakan salah satu bentuk komunikasi antara peserta Pemilu dengan masyarakat. Hal tersebut bertujuan untuk lebih memberi pengertian mengenai situasi dan kondisi yang ada mengharuskan dilakukan kegiatan kampanye secara daring dan mengedukasi masyarakat tentang bagaimana jalannya kegiatan kampanye yang dilakukan secara daring. Selain dikarenakan kondisi pandemi covid 19 yang mengharuskan semua kegiatan dilakukan secara daring, kegiatan kampanye secara daring ini juga dilakukan sebagai salah satu bentuk untuk memaksimalkan peran dari kemajuan teknologi yang ada sekarang ini. Kemajuan teknologi yang ada saat ini diharapkan dapat membantu dalam mempermudah segala kegiatan yang dilakukan oleh manusia meskipun dalam kondisi apapun. Sehingga dapat disimpulkan juga bahwa dari hasil wawancara diatas mendukung hasil dari penelitian sebelumnya yang menjelaskan mengenai pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi (internet) di era digital sekarang ini dalam melakukan kegiatan kampanye model terbaru dan peran dari teknologi informasi dan komunikasi (internet) dalam mempengaruhi opini masyarakat.

B. Partai Politik

Partai politik juga merupakan salah satu faktor yang sangat berpengaruh dalam keberhasilan dan kemenangan pasangan calon peserta Pemilu pada saat kampanye berlangsung. Dalam mendukung pasangan calon yang diusungnya, partai politik membuat koalisi atau kerja sama dengan partai lain yang juga ingin mengusung dan mendukung pasangan calon yang sama. Dari koalisi partai politik yang terbentuk akan bekerja sama melakukan kampanye-kampanye untuk mendukung pasangan calonnya masing-masing agar dapat memenangkan dan mendapatkan suara terbanyak dari masyarakat. Selain mempunyai koalisi dalam proses Pemilu, tentunya dalam suatu proses berjalannya Pemilu partai politik juga mempunyai lawan politik yang mendukung dan mengusung pasangan lainnya.

Dalam proses jalannya Pemilu pasti adanya persaingan politik antar kedua koalisi partai politik yang mengusung masing-masing pasangan calonnya. Tidak jarang pula masing-masing kedua koalisi partai menggunakan segala cara untuk mendukung dan memenangkan pasangan calon yang diusungnya. Bahkan kadang dalam pelaksanaannya banyak terjadi saling serang antar kedua koalisi partai politik ataupun pendukung dari masing-masing pasangan calon dengan berbagai macam cara untuk menjatuhkan citra lawan politiknya dimata masyarakat. Salah satu contoh serangan politik yang

muncul dalam pelaksanaan kampanye daring dilapangan adalah, banyaknya berita *hoax* pada media sosial tentang pasangan calon yang menjatuhkan masing-masing pasangan calon.

Dalam memaksimalkan jalannya proses kampanye pada Pemilu Kabupaten Blitar tahun 2020 selain menggunakan kampanye daring melalui media sosial, partai politik dan pasangan calon juga melakukan upaya lain untuk lebih memaksimalkan jalannya kampanye. Selain penyebaran dan publikasi visi misi melalui media sosial upaya yang dilakukan oleh partai politik dan pasangan calon untuk lebih memaksimalkan jalannya kampanye antara lain: menyebarkan pamflet, poster, banner dan pemasangan baliho di berbagai tempat strategis yang ada di wilayah Kabupaten Blitar (dokumentasi terlampir). Hal tersebut tetap dilakukan meskipun kegiatan kampanye telah dilaksanakan secara daring melalui media sosial karena untuk lebih memaksimalkan pelaksanaan kampanye. Dengan kegiatan tersebut peneliti membandingkan dengan penelitian sebelumnya dan membuat opini dari peneliti berbeda dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa media sosial lebih berpengaruh terhadap *political self-efficacy* dan *situational political involvement* dibandingkan internet tradisional dan ekspresi daring karena, dengan kegiatan kampanye secara daring yang dilakukan belum dapat secara maksimal diterima oleh semua lapisan masyarakat dikarenakan kegiatan kampanye secara daring melalui media sosial masih merupakan hal yang baru bagi masyarakat. Dengan adanya upaya-upaya tambahan dari partai politik dan pasangan calon, maka dapat lebih memaksimalkan jalannya kampanye yang dilakukan. Kesimpulannya adalah meskipun kegiatan kampanye sudah dilakukan secara daring melalui media sosial masih dibutuhkan upaya-upaya untuk mendukung dan lebih memaksimalkan jalannya proses kampanye yang dilakukan.

C. Menciptakan Suatu Akibat Tertentu Dengan Sasaran Secara Berkelanjutan

Pelaksanaan kampanye politik dalam Pemilu pastilah mempunyai *output* atau hasil dari berbagai proses yang telah dilaksanakan. *Output* atau hasil itulah yang menjadi tujuan utama diadakannya kampanye dalam kegiatan Pemilu. Hasil akhir dari jalannya proses kampanye dalam kegiatan pemilu adalah dukungan dan suara dari masyarakat kepada masing-masing pasangan calon. Dalam kegiatan kampanye politik pastilah melibatkan banyak pihak yang ada didalamnya, tentunya pihak penyelenggara kampanye dalam hal ini partai politik dan pasangan calon kepala daerah juga masyarakat sebagai pihak yang dituju dalam kegiatan kampanye. Pelaksanaan kampanye daring melalui media sosial di Kabupaten Blitar masih merupakan hal yang baru, dikarenakan sebelumnya memang belum ada pelaksanaan kampanye yang dilakukan secara daring melalui media sosial. Dikarenakan kondisi pandemi yang memang mengharuskan segala kegiatan dilakukan secara daring, maka dilakukanlah kegiatan kampanye juga melalui daring dengan menggunakan media sosial yang ada pada saat ini. Sehingga dalam pelaksanaannya di awal masyarakat masih merasa asing dengan kegiatan kampanye yang dilakukan secara daring.

Jumlah keseluruhan masyarakat atau penduduk di Kabupaten Blitar adalah 1.268.194 jiwa. Dari total jumlah keseluruhan tersebut data di KPU Kabupaten Blitar yang terdaftar sebagai daftar pemilih tetap (DPT) Pemilu adalah 962.811 jiwa dan 3879 jiwa DPT dengan kebutuhan khusus atau disabilitas. Menurut data yang ada di KPU, dari keseluruhan jumlah DPT yang terdaftar di KPU yang menggunakan hak pilihnya terdapat 645.142 jiwa dan 811 jiwa DPT dengan kebutuhan khusus. Sedangkan untuk data jumlah surat suara yang diterima oleh KPU dari jalannya pemilihan umum di Kabupaten Blitar adalah 645.142, dari jumlah tersebut terdapat 620.969 surat suara yang sah dan

24.173 surat suara yang tidak sah. Dengan jumlah data suara tersebut, hasil dari suara yang diperoleh oleh masing-masing pasangan calon adalah sebagai berikut, pasangan nomor urut 1 mendapatkan 255.604 suara dan pasangan nomor urut 2 mendapatkan 365.365 suara.

Kegiatan kampanye secara daring melalui media sosial yang dilaksanakan oleh peserta Pemilukada sangat berdampak dan berpengaruh dalam menentukan pilihan dari masyarakat Kabupaten Blitar. Kesimpulan tersebut sesuai dengan hasil dari penelitian sebelumnya yang menjelaskan mengenai peranan penting media massa dalam kehidupan politik di Indonesia pasca reformasi. Latar belakang partai politik dan pasangan calon menggunakan strategi secara daring adalah untuk menyesuaikan dengan perkembangan zaman sekarang dimana teknologi sudah menjadi hal yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia sekarang. Sehingga dinilai dengan strategi yang digunakan secara daring akan lebih efektif dan efisien dalam proses kampanye politik. Strategi-strategi yang digunakan dan dilakukan oleh masing-masing pasangan calon dan koalisi partainya sudah sesuai dengan situasi dan kondisi lapangan yang ada di kabupaten Blitar. Banyak kejadian yang terjadi dalam jalannya kegiatan Pemilukada, akan tetapi berbagai kejadian yang ada tidak menimbulkan keributan dalam masyarakat selama jalannya tahapan Pemilukada. Masyarakat juga merespon baik dengan kegiatan kampanye yang dilakukan oleh peserta Pemilukada, masyarakatpun turut serta berpartisipasi dalam mensukseskan semua tahapan Pemilukada yang berlangsung. Hal-hal tersebut dapat dibuktikan dengan hasil wawancara secara langsung yang peneliti lakukan dengan masyarakat Kabupaten Blitar dan penelitian yang peneliti lakukan di KPU Kabupaten Blitar.

3.2. Faktor Penghambat Dalam Jalannya Kampanye Daring yang Dilakukan Oleh Partai Politik

Dalam kegiatan kampanye yang terbilang masih merupakan sesuatu hal yang baru bagi masyarakat ditemui kendala dan hambatan dari pelaksanaannya. Kendala-kendala yang ada memang terjadi dikarenakan kondisi dan permasalahan yang ada dilapangan. Kendala dan hambatan yang ada termasuk kedalam sesuatu yang umum dalam jalannya kegiatan kampanye secara daring melalui media sosial karena memang kegiatan tersebut sangatlah masih baru bagi masyarakat. Kegiatan kampanye secara daring melalui media sosial masih memerlukan persiapan yang matang dari pihak penyelenggara, terkhusus perhatian penting untuk kendala dan hambatan yang ada dalam pelaksanaannya haruslah dipertimbangkan dan dipikirkan solusi terbaik untuk mengatasinya.

3.3. Upaya Dalam Mengatasi Faktor Penghambat Pelaksanaan Kampanye Secara Daring Melalui Media Sosial

Untuk mengatasi hambatan yang terjadi dalam pelaksanaan kampanye secara daringnya upaya yang dilakukan sudah sesuai dengan hambatan yang ada. Upaya yang dilakukan oleh peserta Pemilukada memang sudah sesuai dengan hambatan yang ada akan tetapi menurut pendapat dari peneliti upaya yang dilakukan masih terlalu biasa, akan lebih baik apabila dalam mengatasi hambatan yang ada dengan berbagai inovasi cara yang lebih efektif dan efisien. Peneliti setuju dengan hasil penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa dengan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi yang ada harus bisa menjadi alternatif dalam berkampanye. Sehingga menurut pendapat peneliti alternatif yang dimaksud harus mencakup dan menciptakan inovasi-inovasi terbaru dalam pelaksanaan kegiatan

kampanye politik dan untuk mengatasi segala hambatan yang ada dalam pelaksanaan kampanye secara daring.

3.4 Diskusi Temuan Utama Penelitian

Pelaksanaan kampanye daring yang dilakukan dalam Pemilu 2020 di kabupaten Blitar merupakan terobosan proses kampanye pada masa kini yang memerlukan pengawasan lebih lanjut karena banyak meunculkan berita hoax yang digunakan untuk menyerang lawan politik. Seperti penelitian oleh Berliani Adha yang menemukan bahwa Layanan dari media sosial yang ada dapat digunakan untuk mengakses dan mempublikasikan berbagai konten sangat bermanfaat dan memiliki peran yang penting dalam pelaksanaan kampanye. Akan tetapi dalam penggunaannya haruslah diatur dan di program dengan baik untuk menaikkan kredibilitas partai (Adha, 2014).

Dalam pelaksanaan kampanye daring pada Pemilu 2020 di Kabupaten Blitar menggunakan berbagai macam media. Antara lain instagram, twitter hingga facebook dan broadcast pesan pada whatsapp. Layaknya temuan Henri Subiakto dan Racham Ida (2016) bahwa Semua politisi yang diteliti memakai berbagai bentuk dan model dalam kampanyenya, dan menggunakan teknologi informasi dan komunikasi (internet) mulai dari media sosial dan blog-blog pribadi yang semuanya diisi dengan bermacam-macam pesan politik dan konten kampanye untuk mendapatkan suara tertinggi (Subiakto & Ida, 2016).

Selain itu isi pesan kampanye dalam kampanye daring juga mempengaruhi pemikiran dari masyarakat terutama berpengaruh dalam menentukan pilihan pada saat pemilihan. Layaknya temuan megasari N. Fatanti (2014) bahwa politikus lebih aktif dalam berkomunikasi dengan masyarakat untuk bisa mendapatkan dukungan pada saat Pemilu berjalan melalui media sosial (Fatanti, 2016).

IV. KESIMPULAN

Penulis Menyimpulkan bahwa Strategi yang digunakan oleh peserta Pemilu, dalam melaksanakan kampanye secara daring melalui media sosial yaitu dengan melakukan komunikasi yang baik dan jelas dengan masyarakat sebagai objek atau tujuan dari pelaksanaan kampanye. Dengan hambatan berupa kurangnya pengetahuan masyarakat di wilayah pelosok dan masyarakat lanjut usia mengenai pelaksanaan kampanye daring dikarenakan pemikiran yang masih tradisional, jaringan internet yang belum tersebar secara merata keseluruh wilayah Kabupaten Blitar, serta adanya berita hoax. Upaya yang dilakukan meliputi memberikan edukasi kepada tokoh-tokoh masyarakat di masing-masing wilayah agar dapat menyebarkan informasi kepada masyarakat umum mengenai bagaimana jalannya pelaksanaan kampanye secara daring melalui media sosial, melakukan kampanye dengan memasang dan menyebarkan alat peraga kampanye yang telah ditetapkan oleh KPU di tempat-tempat strategis yang ada di Kabupaten Blitar, sosialisasi dan konfirmasi melalui media sosialnya bahwa berita yang beredar tidak benar dengan memberikan bukti yang dapat dipertanggungjawabkan. **Keterbatasan Penelitian.** Penelitian ini memiliki keterbatasan utama yakni waktu dan biaya penelitian.

Arah Masa Depan Penelitian (*future work*). Penulis menyadari masih awalnya temuan penelitian, oleh karena itu penulis menyarankan agar dapat dilakukan penelitian lanjutan pada lokasi serupa berkaitan dengan pelaksanaan kampanye daring pada kontestasi politik yakni Pemilu di Kabupaten Blitar Provinsi Jawa Timur untuk menemukan hasil yang lebih mendalam.

V. UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terimakasih kepada Pasangan Calon peserta Pemilu 2020 Kabupaten Blitar, Tim sukses pasangan calon Pemilu 2020 Kabupaten Blitar, seluruh dosen pengajar, pembimbing dan penguji juga seluruh pihak yang terlibat dalam penelitian ini.

VI. DAFTAR PUSTAKA

- Ardha, B. (2014). Social Media sebagai media kampanye partai politik 2014 di Indonesia. *Jurnal Visi Komunikasi*, 13(1), 105-120.
- Adinugroho, B., Prisant, G. F., Irwansyah, I., & Ernungtyas, N. F. (2019). Media Sosial Dan Internet Dalam Ketelibatan Informasi Politik Dan Pemilihan Umum. *Jurnal Representamen Vol*, 5(02).
- Creswell, J. W. (2016). *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. PT. Pustaka Pelajar.
- Fatanti, M. N. (2014). Twitter dan masa depan politik Indonesia: Analisis perkembangan komunikasi politik lokal melalui internet. *JURNAL IPTEKKOM (Jurnal Ilmu Pengetahuan & Teknologi Informasi)*, 16(1), 17-30.
- Rahadi, R. (2019). Kampanye Politik di Media Online: Analisis Framing Pada Situs JPNN. com dan TribunJatim. com. *Jurnal Sospol*, 5(1), 82-102.
- Rajasundaram, C.V. 1981. *Manual of Development Communication*. Singapore: Asian
- Rogers, E. M., & Storey J. D. 1987. *Communication Campaign*. Dalam C. R. Berger & S.H. Chaffe Eds.), *Handbook of Communication Science*, New Burry Park; Sage.

