

INOVASI MEDIA KAMPANYE GIBRAN RAKABUMING RAKA DAN TEGUH PRAKOSA PADA PEMILIHAN WALI KOTA SOLO 2020

Andini Lutfiah Putri

Muhammad Raihan

ABSTRAK

Pandemi *Covid-19* membawa dampak yang cukup signifikan di dalam banyak sektor termasuk pada penyelenggaraan Pilkada serentak 2020. Perubahan jadwal dan mekanisme penyelenggaraan Pilkada 2020 adalah dampak dari Pandemi *Covid-19*. Salah satu bentuk perubahan mekanisme penyelenggaraan Pilkada 2020 adalah dengan media kampanye terbatas untuk mencegah kerumunan masa dengan didasarkan pada Peraturan KPU No 13 Tahun 2020. Pembatasan media kampanye pada Pilkada 2020 membawa perubahan media kampanye yang semula lebih menekankan pada kegiatan kampanye offline kini menjadi kampanye online lewat media sosial. Salah satu pasangan calon Kepala Daerah Solo pada Pilkada 2020 yaitu pasangan Gibran dan Teguh membawa inovasi baru dalam media kampanyenya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bentuk inovasi media kampanye pasangan Gibran dan Teguh dalam Pilkada 2020 dan untuk mengetahui permasalahan yang timbul dari diberlakukannya inovasi media kampanye. Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan dua sumber data yaitu data primer dan sekunder. Hasil penelitian ini adalah terdapat inovasi media kampanye yang dilakukan oleh pasangan Gibran dan Teguh yaitu menggunakan Virtual Campaign Box dan terdapat permasalahan dari penggunaan media kampanye tersebut yaitu koneksi internet.

Keywords: *Gibran, Kampanye, Politik, Virtual Campaign Box*

PENDAHULUAN

Pada awal tahun 2020 terdapat kejadian mengejutkan di mana telah terjadi wabah virus mematikan di seluruh dunia yang dikenal dengan Pandemi *Covid-19*. Pandemi *Covid-19* yang melanda seluruh dunia memberi dampak yang sangat signifikan pada berbagai ranah kehidupan, termasuk juga penyelenggaraan Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada). Agenda politik penyelenggaraan Pilkada ini menjadi salah satu yang terdampak akibat pandemic *Covid-19* sehingga penyelenggaraan Pilkada secara bersamaan yang sebelumnya akan dilaksanakan pada tanggal 23 September 2020, ditunda hingga tanggal 9 Desember 2020. (Fajar Muhandari & Muh Ilham,

2020) Penyelenggaraan Pilkada secara serentak tahun 2020 dilaksanakan pada 270 daerah di seluruh Indonesia dengan rincian terdiri dari 9 Provinsi, 224 Kabupaten dan 37 Kota. (Qurnia Indah Permata Sari, 2021) Sebenarnya melihat keputusan penundaan penyelenggaraan Pilkada ini menuai banyak reaksi bukan hanya dari masyarakat tetapi beberapa pakar salah satunya adalah Pakar epidemiologi Laura Navika Yamani dari Universitas Airlangga. Laura memperingatkan bahwa pengawalan keamanan dampak dari penyelenggaraan Pilkada terhadap penularan Covid-19 masih harus dijalankan selama setidaknya dua pekan kedepan. (BBC News Indonesia, 2020) Namun pada akhirnya penyelenggaraan Pilkada serentak 2020 dapat terselesaikan.

Secara esensial, penyelenggaraan Pilkada dapat dikatakan sebagai pesta demokrasi bagi rakyat Indonesia. Hal ini merupakan hak bagi setiap warga negara untuk memilih pemimpin mereka dengan cara langsung berdasarkan keyakinan dan evaluasi terhadap calon yang diajukan oleh partai politik atau koalisi, serta memenuhi syarat dan melakukan kampanye tertentu melalui jalur independen. Untuk membuat rakyat bisa memperkuat keyakinannya memilih calon pemimpin, rakyat bisa melihat dari proses kampanye dari masing-masing calon. Namun sangat disayangkan tahun 2020, Pilkada membatasi kampanye yang dilakukan tim kampanye untuk mempromosikan pasangan calon kepala daerahnya masing-masing karena pandemi *Covid-19*. Pembatasan ini dilakukan oleh KPU dengan mengeluarkan PKPU Nomor 13 Tahun 2020 untuk mengatur bentuk kampanye yang diperbolehkan selama pandemi. (Putri & Raihan Dwi Priandi, 2021)

Dalam PKPU Nomor 13 Tahun 2020 terdapat pembatasan media kampanye pada Pilkada 2020 seperti yang termaktub dalam pasal 57. Pasal 57 membatasi media kampanye seperti kampanye dilakukan dalam pertemuan terbatas, penayangan iklan kampanye di media massa cetak, media massa elektronik, media sosial, dan/atau media daring. Diperkuat lagi dalam pasal 88C yang berbunyi pelarangan kampanye kegiatan kebudayaan berupa pentas seni, panen raya, dan/atau konser musik, kegiatan olahraga berupa gerak jalan santai, dan/atau sepeda santai, dan

kegiatan sosial berupa bazar dan/atau donor darah. (Peraturan Komisi Pemilihan Umum Republik Indonesia Nomor 13 Tahun 2020, 2020) Pembatasan media kampanye ini harus membuat tim kampanye dari masing-masing pasangan calon kepala daerah harus memikirkan cara terbaru dengan inovasi dan kreativitas agar pasangan calon kepala daerahnya dapat terpromosikan dengan baik.

Salah satu cara media kampanye terbaru dalam menghadapi pembatasan kampanye adalah dengan menggunakan teknologi informasi dan komunikasi yang telah berkembang dengan pesat. Dengan berkembangnya zaman, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) global telah membawa dampak pada perkembangan jaringan komunikasi di dunia maya. Ini dicirikan oleh penggunaan media baru sebagai sarana komunikasi (new media). Komunikasi yang dahulu terbatas pada interaksi tatap muka, kini berkembang menjadi komunikasi daring melalui internet. (Budiyono, 2016) Teknologi informasi memiliki definisi sebagai teknologi yang sangat berguna untuk menyimpan, membuat, memproses, dan menyebar informasi. Terutama saat pandemi *Covid-19* di Indonesia yang masih berlangsung dan terus meningkat, sehingga pasangan calon harus melakukan kampanye secara jarak jauh. Konsekuensi terbesar dalam penyelenggaraan Pilkada 2020 adalah risiko membentuk kluster baru *Covid-19*. Oleh karena itu, KPU dan Bawaslu sebagai penyelenggara Pilkada mendorong para peserta untuk menggunakan media sosial sebagai sarana utama kampanye. (Jauhari, 2020)

Seperti yang disarankan oleh KPU dan Bawaslu, platform media sosial yang baik untuk media kampanye seperti Facebook, Instagram, Twitter, WhatsApp, dan sebagainya. (Febri et al., 2022) Berangkat dari hal tersebut maka dapat dikatakan bahwa media sosial sebagai alat komunikasi memiliki peran penting dalam memotivasi penggunaannya untuk berpartisipasi secara aktif dengan cara memberikan kontribusi dan tanggapan secara terbuka, baik untuk membagikan informasi maupun memberikan respon secara online dengan cepat. (Budiyono, 2016) Tetapi yang menarik adalah pada Pilkada 2020 tepatnya pada kontestasi politik di Solo salah satu pasangan calon yaitu Gibran Rakabuming Raka dan Teguh Prakosa

memiliki cara yang terlihat baru sebagai media kampanye. Gibran dan pasangannya menggunakan Campaign Box sebagai cara untuk menyampaikan visinya dan misinya secara terus-menerus kepada pemilih dan juga untuk mendengarkan harapan serta aspirasi masyarakat secara langsung. (Qurnia Indah Permata Sari, 2021) Berdasarkan penjelasan tersebut, dalam tulisan ini akan mengajukan 2 (dua) rumusan masalah sebagai berikut: *pertama*, Bagaimana Inovasi teknologi informasi media kampanye yang dilakukan oleh pasangan Gibran Rakabuming dan Teguh Prakosa pada kampanyenya? dan *kedua*, Apakah terdapat permasalahan yang timbul dari diberlakukannya inovasi media kampanye?

TINJAUAN PUSTAKA

Kampanye Politik

Rice dan Paisley menjelaskan bahwa kampanye adalah upaya untuk mempengaruhi keyakinan dan perilaku orang lain melalui daya tarik komunikasi. Kampanye politik adalah bentuk komunikasi politik yang dilakukan oleh sekelompok individu, individu, atau organisasi politik pada waktu tertentu dengan tujuan untuk memperoleh dukungan politik dari masyarakat. Dalam kampanye politik, pesan yang disampaikan oleh kandidat adalah hal yang paling penting. Mereka berusaha membawa ide atau topik tertentu untuk dipromosikan kepada masyarakat. Beberapa orang mungkin lebih akrab dengan janji-janji politik, tetapi itu hanya merupakan bagian dari pesan yang disampaikan dalam kampanye politik, tidak selalu menjadi fokus utama. (Siti Fatimah, 2018)

Komunikasi Politik

Berkomunikasi merupakan hak asasi manusia yang tidak boleh dikurangi sejak lahir. Namun, hak tersebut harus dipandang sebagai tanggung jawab yang bersifat moral dan harus dipakai dengan bertanggung jawab terhadap hak orang lain. Setiap hak berkomunikasi harus memiliki dasar moral dan tanggung jawab untuk memenuhi mandat bersama. Dalam kenyataan, pengaturan hak berkomunikasi tidak dapat diterapkan secara umum karena setiap negara memiliki sistem politik yang

berbeda. (Zaenal Mukarom, 2016) Hak berkomunikasi ini mencakup juga berkomunikasi dalam perpolitikan.

Menurut Dahlan (1999), komunikasi politik dipahami sebagai bidang studi yang mempelajari tingkah laku dan kegiatan komunikasi yang berkaitan dengan politik, memiliki implikasi politik, atau mempengaruhi perilaku politik. (Agusly Irawan Aritonang, 2018) Komunikasi politik didefinisikan dengan dua pendekatan, yaitu sebagai suatu proses linier atau suatu sistem. Pendekatan linier memfokuskan pada dampak atau pengaruh dari pesan politik, sedangkan pendekatan sistem memfokuskan pada stabilitas atau kontinuitas dari sistem politik. Kedua pendekatan ini menganggap bahwa realitas komunikasi politik adalah realitas yang teratur dan dapat diprediksi. (Mulyana, 2013)

Teknologi Informasi dan Media Sosial

Keberadaan teknologi informasi membawa pengaruh besar pada masyarakat. Adanya teknologi informasi mempengaruhi cara pandang, perasaan, dan tindakan manusia. Perubahan ini mempengaruhi beberapa aspek dalam kehidupan, seperti budaya, etika, dan norma. Satu jenis teknologi informasi yang mengalami pertumbuhan yang cepat adalah media sosial. (Tongkotow Liedfray et al., 2022) Menurut Nasrullah dalam bukunya yang berjudul *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Siosioteknologi* memperkenalkan konsep media sosial sebagai media di internet yang memungkinkan penggunaanya untuk mempresentasikan diri mereka dan berinteraksi dengan pengguna lain, bekerja sama, berbagi informasi, dan membentuk hubungan sosial secara virtual. Oleh karena itu, media sosial merupakan alat atau wadah bagi penggunaanya untuk memperkenalkan diri mereka dan berinteraksi dengan individu lain melalui jaringan internet. (Rulli Nasrullah, 2017)

Media sosial yang digunakan dalam melakukan kampanye adalah aplikasi media sosial microblog dan aplikasi media sosial berbagi jaringan. Aplikasi mikroblog memiliki popularitas tinggi karena mudah digunakan dibandingkan program media sosial lain. Pengguna hanya perlu menginstal aplikasi dan memiliki jaringan

internet, tidak membutuhkan telepon pintar. Twitter dan Tumblr adalah dua aplikasi terkenal di Indonesia, setelah Facebook. Terdapat beberapa aplikasi media sosial yang memfasilitasi bagi penggunaannya untuk membentuk jaringan sosial. Tiga aplikasi ini cukup populer dan banyak digunakan di Indonesia untuk membentuk jaringan sosial, yaitu Facebook, Google Plus, dan Path. (Tongkotow Liedfray et al., 2022)

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif untuk memotret secara menyeluruh dan mendalam situasi sosial yang akan diteliti. Menurut Lexy.J. Moleong yang merujuk pada Bogdan dan Taylor, pendekatan kualitatif adalah proses penelitian yang menghasilkan data berupa deskripsi tertulis atau lisan dari perilaku dan ucapan orang yang diamati. (Lexy J. Meleong, 2007) Pendekatan kualitatif bertujuan untuk memahami fenomena yang dialami oleh subjek penelitian seperti perilaku, persepsi, minat, motivasi, dan tindakan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa. Tujuan dari pendekatan ini adalah untuk mengumpulkan informasi yang lengkap tentang inovasi media kampanye pasangan Gibran Rakabuming dan Teguh Prakosa

Dalam penelitian ini, data diambil dari dua sumber, yaitu data primer dan data sekunder. Menurut Sugiyono, pengumpulan data dapat menggunakan sumber primer dan sekunder. Sumber primer adalah sumber data yang langsung menyediakan data kepada pengumpul data, sementara sumber sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. (Sugiyono, 2008)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Inovasi Teknologi Informasi Media Kampanye yang Dilakukan Oleh Pasangan Gibran Rakabuming dan Teguh Prakosa Pada Kampanye Pilkada 2020

Sejak kali pertama pengumuman tentang *Covid-19* pada 2 Maret 2020, jumlah orang yang terinfeksi terus meningkat. Penyelenggaraan Pilkada dipersiapkan akan menjadi sumber penyebaran baru *Covid-19* karena banyak tahapan yang harus ditempuh, seperti pendaftaran, kampanye, hingga pemungutan suara yang menimbulkan kerumunan massa. PKPU Nomor 13 Tahun 2020 membedakan penyelenggaraan pemilihan kepala daerah saat pandemi Covid-19 dari peraturan KPU Nomor 6 Tahun 2020 yang mengatur penyelenggaraan pemilihan kepala daerah dalam periode normal. (Qurnia Indah Permata Sari, 2021) Terlihat pada PKPU Nomor 13 Tahun 2020 terdapat larangan kegiatan yang menimbulkan kerumunan massa seperti salah dua diantaranya kampanye kegiatan kebudayaan berupa pentas seni, panen raya, dan/atau konser musik, serta kegiatan olahraga berupa gerak jalan santai, dan/atau sepeda santai. (Peraturan Komisi Pemilihan Umum Republik Indonesia Nomor 13 Tahun 2020, 2020)

Pembatasan media kampanye yang dikeluarkan KPU untuk mencegah kerumunan massa pada putusannya tersebut membawa perubahan kampanye menjadi media sosial dengan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi. Dengan perkembangan teknologi, muncul masyarakat jaringan aktif yang bebas dan terbuka yang beroperasi dalam ruang digital. Internet menjadi media baru dalam kampanye politik karena memiliki keunggulan kecepatan dan transparansi dalam penyebaran informasi, membuatnya sangat cocok untuk menciptakan kampanye yang efektif dan membuka komunikasi yang lebih efektif dengan publik. (Indah Nur Laeli, 2014) Dengan menggunakan media sosial kampanye bisa dijalankan dengan baik tanpa melanggar aturan yang sudah ditetapkan. Karena pada esensinya Dalam proses kampanye, hal yang paling penting adalah agar pesan, keluhan, masukan, dan harapan masyarakat dapat disampaikan secara jelas dan baik kepada calon kepala daerah. Hal ini penting agar pembangunan daerah yang akan datang dapat sesuai dengan keinginan masyarakat dan tidak terlihat elitistik.

Pada Pilkada 2020 yang dilaksanakan secara serentak, kontestasi Pilkada di Solo menjadi menarik dikarenakan salah satu calon pasangan Walikota dan Wakil Walikota yaitu Gibran Rakabuming Raka dan Teguh Prakosa melakukan kampanye lewat media sosial dan bukan hanya itu, pasangan ini dan tim kampanye nya melakukan terobosan baru dengan melakukan kampanye lewat Campaign Box. Bentuk kampanye politik di media sosial berbeda dengan yang dilakukan di dunia nyata. Dalam dunia nyata, kampanye seringkali terdengar keras dan bising tanpa bukti nyata, sementara di media sosial justru sebaliknya. Setiap suara yang terdengar memiliki arti dan pembuktian tersendiri. Politik di media sosial dapat menjadi bentuk politik sejati yang berisi ide dan tindakan untuk kebaikan bersama. Inilah politik yang memiliki pengaruh besar dan seringkali menemukan solusi untuk isu-isu sosial yang dihadapi masyarakat. (Berliani Ardha, 2014)

Inovasi media kampanye yang dilakukan oleh pasangan Gibran Rakabuming Raka dan Teguh Prakosa adalah dengan menggunakan Campaign box serta kampanye di media sosial yang dimilikinya dengan slogan kampanye 'Pemilune Slamet, Wargane Iso Ngeliwet'. (Qurnia Indah Permata Sari, 2021) Virtual campaign box digunakan sebagai sarana komunikasi jarak jauh yang efektif karena tidak memicu kerumunan massa. Candra Wisnu Wijayanto, seorang teknisi virtual campaign box, menjelaskan bahwa virtual campaign box menggunakan jaringan internet dan dapat mengurangi intensitas blusukan tatap muka. Ini merupakan terobosan yang unik dan menarik. (Labib Zamani, 2020)



Gambar 1 Virtual Campaign Box

Sumber : Kompas.com

Gibran dapat berkomunikasi secara langsung dengan warga melalui layar televisi menggunakan Virtual Campaign Box. Ini adalah alat komunikasi yang terdiri dari layar televisi, laptop, speaker, mikrofon, modem internal, dan aki sebagai sumber energi alternatif. Alat ini memungkinkan pasangan calon untuk berinteraksi langsung dengan calon konstituen melalui video call. Ini memungkinkan setiap warga untuk menyampaikan masalah dan keluhan secara langsung dengan Gibran dan Teguh. (Qurnia Indah Permata Sari, 2021) Selain menggunakan media kampanye virtual campaign box, Gibran dan Teguh aktif menggunakan media sosialnya sebagai alat kampanye. Gibran mengunggah berbagai aktivitas yang mayoritas berfokus pada masyarakat di Solo, seperti melakukan blusukan, silaturahmi, dan interaksi dengan warga setempat. Ia juga membantu warga dengan mengikuti kerja bakti dan berdiskusi dengan mereka untuk mengatasi masalah yang dialami. Walaupun Gibran menyatakan bahwa kegiatannya hanya bersifat silaturahmi dan bukan untuk kampanye, namun ia terlihat lebih aktif dan terjun langsung ke lapangan. (Amanda Trinita, 2020)

Permasalahan Yang Timbul Dari Diberlakukannya Inovasi Media Kampanye

Penggunaan blusukan online oleh pasangan Gibran Rakabuming Raka-Teguh Prakosa ternyata tidak bebas dari masalah, salah satunya adalah kendala koneksi internet. Dalam hal ini, saat Gibran sedang berbincang dengan salah satu warga, gambar video-nya tiba-tiba berhenti. Tim lapangan segera melakukan perbaikan, namun karena proses ini memakan waktu yang cukup lama, Gibran harus beralih ke sambungan telepon dengan menggunakan ponsel salah satu relawan. Koneksi internet yang kuat diperlukan untuk transmisi audio-video dengan kualitas tinggi (High Definition). (Rosyid, 2020) Meskipun kampanye melalui media sosial memiliki keunggulan dalam menjangkau pemilih dan mempermudah masyarakat untuk menyampaikan aspirasi mereka, beralihnya kampanye ke ruang virtual juga

meningkatkan ancaman terhadap disinformasi dan hoaks. Ini dapat mempengaruhi opini masyarakat dan membuat mereka semakin terpolarisasi.

Secara umum dalam penyelenggaraan Pilkada iklan kampanye di media sosial juga memiliki permasalahan. Pada proses penyelenggaraan Pilkada 2020, Kepala Divisi Sosialisasi, Pendidikan Pemilih, SDM, dan Parmas KPU menyampaikan bahwa media sosial menjadi sumber berbagai informasi palsu dan ucapan kebencian. Menurut survei Kominfo tentang hoaks pada tahun 2020, 67,2% dari informasi palsu terkait dengan masalah politik. Media sosial seperti Facebook memimpin dalam membuat dan menyebarkan berita palsu, dengan 71,9% ditemukan tersebar di platform tersebut. (Saptoyo, 2020) Hal yang sama dikatakan oleh Khoirunnisa Nur Agustyati, Direktur Eksekutif Perkumpulan untuk Pemilu dan Demokrasi (Perludem) yang memaparkan mengenai risiko kampanye politik di media sosial. Menurutnya belum ada regulasi yang mengatur mengenai kampanye di media sosial. Misalnya, terkait konten kampanye politik yang tidak valid kebenarannya. Sejauh ini yang ada hanya pembatasan jumlah akun. Akun-akun yang menyebar disinformasi dan misinformasi di media sosial, sebenarnya bukan akun yang terdaftar di KPU sebagai pihak yang mewakili calon atau partainya. Di satu sisi media sosial memang menjadi wadah yang efektif, karena gratis, cepat, mudah, dan memungkinkan masyarakat berinteraksi dan berpendapat secara langsung. Tetapi di sisi lain ada risiko-risikonya karena belum ada payung hukum yang terlalu kuat. (Saptoyo, 2020)

Perludem, sebuah perkumpulan yang berkaitan dengan pemilu dan demokrasi, juga melaporkan temuan tentang praktik iklan kampanye di media sosial. Temuan ini termasuk penempatan iklan diluar jadwal yang ditentukan, penggunaan akun yang tidak sesuai dengan kategori yang ditentukan untuk iklan berbayar, dan realitas belanja iklan yang tidak sesuai dengan laporan dana kampanye. Ini diidentifikasi sebagai 9 risiko utama yang paling membahayakan demokrasi saat masa kampanye. Temuan-temuan ini menunjukkan bahwa risiko-risiko yang dipetakan benar terjadi dan membutuhkan tindakan serius. Oleh karena itu, pembuat kebijakan harus

bertindak dengan cepat dan membuat aturan yang jelas untuk meminimalkan risiko-risiko dalam media sosial. (rumahpemiluadmin, 2020)

Permasalahan lainnya adalah adanya pesan negatif dari masyarakat yang tidak setuju dengan keberadaan kandidat tertentu. Dalam negara demokrasi, hal ini wajar terjadi dan perbedaan pendapat bisa terjadi saat terjadi komunikasi politik di masyarakat. Terdapat perbedaan pandangan antara pendukung dan non pendukung pasangan calon yang dapat ditemukan melalui media sosial online yang digunakan sebagai media lobi pemilihan kepala daerah. (Budiyono, 2016) Oleh karena itu, dalam melakukan pemantauan kampanye di media daring, Badan Pengawas Pemilu Republik Indonesia (Bawaslu) mengumumkan bahwa mereka sudah bekerja sama dengan Kementerian Komunikasi dan Informatika serta berbagai platform media sosial seperti Facebook, Instagram, dan lain sebagainya. Kerjasama dengan Kemenkominfo dan platform-platform tersebut diharapkan dapat mempercepat tindakan terhadap berita palsu atau disinformasi. (Indonesia, 2020)

KESIMPULAN

Pandemi *Covid-19* membawa banyak perubahan termasuk dalam penyelenggaraan Pilkada 2020 secara serentak. Penyelenggaraan Pilkada yang semula bulan September 2020 karena Pandemi *Covid-19* diundur menjadi Desember 2020. Pandemi *Covid-19* membuat terbatasnya kerumunan massa untuk mencegah penularan wabah virus tersebut, hal ini juga diterapkan oleh KPU dengan mengeluarkan PKPU Nomor 13 Tahun 2020. PKPU ini membatasi kegiatan kampanye dengan tidak melakukan kegiatan yang membuat kerumunan massa. Pembatasan ini membuat inovasi baru dalam media kampanye yang dilakukan oleh Tim Kampanye Pasangan Gibran dan Teguh. Dalam kampanye untuk jabatan walikota Solo 2020, Gibran dan Teguh menggunakan Virtual Campaign Box dan mempromosikan diri melalui akun media sosial mereka. Ini merupakan strategi efektif untuk menjangkau para pemilih dan mengumpulkan aspirasi masyarakat untuk peningkatan masa depan Kota Solo. Mereka memanfaatkan teknologi untuk tetap

membagikan visi dan misi mereka kepada masyarakat dengan mengurangi risiko penularan *Covid-19*. Selain itu, kampanye virtual juga dapat menghemat biaya politik yang dikeluarkan oleh pasangan calon kepala daerah.

Berkembangnya media kampanye pada Pilkada bukan hanya membawa kemudahan tetapi sejalan dengan kemudahan tersebut pasti terdapat permasalahan. Dalam pelaksanaan kampanye virtual campaign box yang dilakukan oleh pasangan Gibran dan Teguh membawa kemudahan tetapi juga terdapat permasalahan di dalamnya. Permasalahan penggunaan virtual campaign box adalah di mana virtual campaign box ini harus selalu terhubung dengan koneksi internet agar dapat lancar digunakan. Bilamana tidak mendapatkan koneksi internet yang bagus dikhawatirkan kampanye dengan media ini tidak dapat berjalan dengan baik atau dapat terputusnya koneksi ditengah kampanye. Secara umum kampanye di media sosial juga memiliki beberapa permasalahan. Diungkap oleh ketua divisi sosialisasi KPU bahwa media sosial menjadi sumber berbagai informasi palsu dan ucapan kebencian. Hal yang sama dikatakan oleh Direktur Eksekutif Perludem di mana kampanye melalui media sosial memiliki resiko. Hal ini dikarenakan belum ada regulasi yang mengatur mengenai kampanye di media sosial. Misalnya, terkait konten kampanye politik yang tidak valid kebenarannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Agusly Irawan Aritonang. (2018). Gaya Retorika Pasangan Kandidat Cagub & Cawagub DKI Dalam Acara Debat Politik. *Jurnal Komunikatif*, 7(2).
- Amanda Trinita. (2020). *Analisis Isi Instagram Gibran Rakabuming Raka Sebagai Calon Walikota Solo 2020*. Jurnal Kommas.

<https://www.jurnalkommas.com/docs/Jurnal D1218003.pdf>

- BBC News Indonesia. (2020). *Pilkada di tengah pandemi Covid-19, pakar tetap khawatir soal klaster baru, Mahfud klaim “tidak terjadi apa-apa.”* Bbc.Com. <https://www.bbc.com/indonesia/indonesia-55241402>
- Berliani Ardha. (2014). Social Media Sebagai Media Kampanye Partai Politik 2014 Di Indonesia. *Jurnal Visi Komunikasi*, 13(1), 117.
- Budiyono. (2016). Media Sosial Dan Komunikasi Politik: Media Sosial Sebagai Komunikasi Politik Menjelang Pilkada Dki Jakarta 2017. *Jurnal Komunikasi*, 11(1), 47.
- Fajar Muhandari, & Muh Ilham. (2020). Pelaksanaan Pilkada Serentak Di Tengah Pandemi Covid-19 (Studi Kemungkinan Pelaksanaan Pilkada Serentak Tahun 2020). *Jurnal Konstituen*, 2(2), 70.
- Febri, R., Suryanef, Hasrul, & Irwan. (2022). Kampanye Politik Melalui Media Sosial oleh Kandidat Calon Kepala Daerah Kabupaten Pesisir Selatan pada Pilkada Tahun 2020. *Journal of Civic Education*, 5(2), 270.
- Indah Nur Laeli. (2014). *Politik Internet: Fungsi Internet (Website dan Jejaring Sosial Online) Dalam Kampanye Pemilihan Anggota DPRD Kota Surabaya* [Universitas Airlangga]. <https://repository.unair.ac.id/16606/>
- Indonesia, B. N. (2020). *Pilkada 2020 di Tengah Pandemi Covid-19: Masa Kampanye Dimulai, Cara Tatap Muka Tetap Dinilai Paling Efektif*. BBC News Indonesia. <https://www.bbc.com/indonesia/indonesia-54299548>
- Jauhari. (2020). *Evaluasi Kampanye Daring Pilkada*. Detik News. <https://news.detik.com/kolom/d-5266023/evaluasi-kampanye-daring-pilkada>
- Peraturan Komisi Pemilihan Umum Republik Indonesia Nomor 13 Tahun 2020, (2020).
- Labib Zamani. (2020). *Kampanye Online Ala Gibran, Blusukan Temui Warga dengan Virtual Box*. Kompas/Com. <https://regional.kompas.com/read/2020/09/28/20584811/kampanye-online-ala-gibran-blusukan-temui-warga-dengan-virtual-box?page=all>
- Lexy J. Meleong. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT. Remaja Rosdakarya.

- Mulyana, D. (2013). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Remaja Rosdakarya.
- Putri, F. A., & Raihan Dwi Priandi. (2021). Efektivitas Kampanye dalam Jaringan: Studi Kasus Pemilihan Kepala Daerah Kabupaten Luwu Timur Sulawesi Selatan. *Jurnal Analisa Sosiologi*, 10(1).
- Qurnia Indah Permata Sari. (2021). Strategi Kampanye Dalam Jaringan Pasangan Calon Wali Kota Solo Pada Masa Pandemi COVID-19. *Jurnal Analisa Sosiologi*, 10, 20.
- Rosyid. (2020). *Via Boks Virtual, Gibran Blusukan Gang Sempit Solo dari Rumah*. CNN Indonesia. <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20200930070527-32-552534/via-boks-virtual-gibran-blusukan-gang-sempit-solo-dari-rumah>
- Rulli Nasrullah. (2017). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- rumahpemiluadmin. (2020). *Temuan Riil Permasalahan Kampanye di Media Sosial*. Rumahpemilu.Org. <https://rumahpemilu.org/temuan-riil-permasalahan-kampanye-di-media-sosial/>
- Saptoyo, R. D. A. (2020). *Risiko Kampanye Pemilu di Media Sosial*. Kompas.Com. <https://www.kompas.com/cekfakta/read/2022/02/17/143927482/risiko-kampanye-pemilu-di-media-sosial?page=all#page2>
- Siti Fatimah. (2018). Kampanye sebagai Komunikasi Politik: Esensi dan Strategi dalam Pemilu. *Jurnal Resolusi*, 1(1), 8.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Pendidikan*. Alfabeta.
- Tongkotow Liedfray, Fonny J. Waani, & Jouke J Lasut. (2022). Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga Di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Minahasa Tenggara. *Jurnal Ilmiah Society*, 2(1), 2.
- Zaenal Mukarom. (2016). *Komunikasi Politik*. CV. Pustaka Setia.