

IMPLEMENTASI KEBIJAKAN KAMPANYE MELALUI MEDIA SOSIAL PADA PEMILIHAN UMUM KEPALA DAERAH KABUPATEN JAYAPURA TAHUN 2017

Sunggul Sinurat¹⁾, Akbar Silo²⁾

¹⁾ Kepolisian Sektor Kemtuk Gresi Kabupaten Jayapura

²⁾ Program Studi Magister Kebijakan Publik Universitas Cenderawasih

Abstract :

The use of social media in political campaigning today has become a new trend in maximizing the dissemination of information more comprehensively. This study aims to analyze and describe the implementation of campaign policies through social media in the 2017 Jayapura District Election and analyze the supporting and inhibiting factors. This study used a qualitative descriptive approach which was carried out at the Jayapura Regency KPU, and the determination of informants was carried out by snowball. Data collection techniques used are observation and interviews. Data analysis includes the stages of data reduction, data presentation, and conclusion. The results of the study show that the implementation of campaign policies through Social Media for the 2017 Jayapura District Election has been running but not yet effective. In terms of communication and information dissemination aspects, it has been carried out as it should, by providing outreach to the campaign team. In terms of resources, supporting resources and adequate human resources have been available to convey information and physical facilities as a meeting place between the KPU and the campaign team. The disposition of policy implementers has complied with policy rules and orders. Then, the Bureaucratic Structure, KPU Jayapura Regency does not yet have detailed guidelines regarding campaigns through social media in the 2017 Pilkada. The supporting factors are the availability of a help desk Consultation Team and the existence of an election smart house. Then the inhibiting factors are the lack of public understanding of the use of social media, limited internet access, and public apathy.

Abstrak :

Penggunaan media sosial dalam berkampanye politik dewasa ini menjadi tren baru dalam untuk memaksimalkan penyebaran informasi secara lebih komprehensif jangkauannya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mendeskripsikan implementasi kebijakan kampanye melalui media sosial pada Pemilu Kabupaten Jayapura Tahun 2017 serta menganalisis faktor pendukung dan penghambatnya. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif yang dilakukan di KPU Kabupaten Jayapura, penentuan informan dilakukan secara snowball. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi dan wawancara. Analisis data meliputi tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan implementasi kebijakan Kampanye melalui Media Sosial Pemilu Kabupaten Jayapura Tahun 2017 telah berjalan namun belum efektif. Ditinjau dari aspek komunikasi dan penyebaran informasi telah dilakukan sebagaimana mestinya, dengan memberikan sosialisasi kepada tim kampanye. Pada aspek sumber daya telah tersedia sumber daya pendukung dan kecukupan sumber daya manusia untuk penyampaian informasi dan Fasilitas fisik sebagai tempat pertemuan antara KPU dengan tim kampanye. Disposisi para pelaksana kebijakan telah mematuhi aturan-aturan dan perintah kebijakan. Kemudian, Struktur Birokrasi, KPU Kabupaten Jayapura belum memiliki pedoman yang merinci mengenai kampanye melalui media sosial pada Pemilu 2017. Faktor pendukung adalah tersedianya Tim Konsultasi help desk dan adanya rumah pintar pemilu. Kemudian faktor penghambatnya adalah kurangnya pemahaman masyarakat mengenai penggunaan media sosial, keterbatasan akses internet, sikap masyarakat yang apatis.

Keyword: Implementation, Policy, Campaign, Social Media, Pilkada, Jayapura Regency, Papua

PENDAHULUAN

Undang-Undang No. 32/2004 tentang Pemerintahan Daerah menjadi momentum pemilihan kepala daerah (Pilkada) dipilih rakyat secara langsung. Pasca UU ini diimplementasikan, untuk pertama kali Pilkada diselenggarakan pada Juni 2005. Sebelumnya, tepatnya sebelum 2005, Pilkada dilimpahkan kepada lembaga legislatif Dewan Perwakilan Rakyat Daerah

(DPRD). Kemudian Undang-Undang kembali disempurnakan melalui UU No.22/2007 tentang Penyelenggara Pemilihan Umum. Ketentuan mengenai pemilihan umum berpedoman pada nilai dan muatan yang terkandung dalam Undang-Undang Dasar 1945, landasan hukum lebih kuat bagi pemilu sebagai salah satu wahana pelaksanaan kedaulatan rakyat. Dalam operasionalisasi prinsip

demokrasi, setiap warga negara terlibat dalam hal tertentu di bidang pembuatan keputusan-keputusan politik, secara langsung maupun melalui lembaga perwakilan (Sargent and Sitanggang, 1987). Untuk menjamin tercapainya kedaulatan rakyat, maka perlu diselenggarakan rekrutmen pemimpin melalui pemilihan umum yang bebas (Kencana, 2006). Meski secara substansial prinsip kebebasan dalam demokrasi merupakan perpaduan prinsip kedaulatan rakyat dengan prinsip kesetaraan (Nasution 2000).

Pasca orde baru, perubahan besar yang diikuti Undang-Undang Nomor 22 Tahun 1999 memberi porsi lebih luas kedaulatan rakyat. Dalam UU No. 1999, demokrasi berporos pada representasi Dewan Perwakilan Rakyat dalam menentukan calon Pemimpin di Daerah. Pada perkembangannya, melalui Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2014 tentang Pemilihan gubernur, Bupati, dan Walikota yang mempertahankan Pemilihan Kepala Daerah melalui DPRD mendapatkan protes masyarakat secara luas karena tidak sesuai prinsip demokrasi. Sehingga pada Tahun 2014 diterbitkan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2014 tentang Pemilihan Gubernur, Bupati, dan Walikota yang mengembalikan kedaulatan rakyat dalam prinsip demokrasi melalui pemilihan langsung.

Sejak terjadinya perubahan mekanisme pilkada, dan bergesernya demokrasi representatif menjadi demokrasi langsung memberikan kekuatan lebih besar bagi partai politik pendukung, sekaligus gelombang partisipasi masyarakat dalam pilkada. Keberadaan media menjadi hal penting dalam kontestasi pilkada di semua daerah. Partai politik mengerahkan berbagai media untuk mengangkat popularitas partai maupun kandidatnya dalam pilkada. Terdapat 3 fungsi media, memberi informasi, edukasi, dan hiburan. Media dapat membentuk pendapat tentang berbagai persoalan. Media menyebarkan opini publik yang menghasilkan pendapat atau pandangan dominan (Subiakto 2015).

Diskusi tentang demokrasi cenderung sulit dipisahkan dari lingkup

sejarah perkembangan politik dan kehidupan bernegara. Pada masa 1500-1700, berakhirnya abad pertengahan berkembang teori rasionalistis atau *social contract* yang secara langsung menavigasi perkembangan awal penggunaan demokrasi. Asas kontrak sosial merujuk pada penggunaan hukum merangkum keadilan universal dalam periode panjang dan berlaku untuk semua orang. Filsuf-filsuf terkemuka seperti John Locke (1632-1704) dan Montesquieu (1689-1755) berkontribusi besar dalam gagasan demokrasi sampai hari ini (Ashcraft 1991; Gonthier 2015). Sumbangan utama Locke adalah hak-hak politik life liberty and property dan Montesquieu mendukungnya dengan gagasan Trias Politica. Ide bahwa manusia mempunyai hak-hak politik menimbulkan revolusi perancis pada akhir abad ke 18, serta revolusi amerika melawan inggris. Demokrasi pada abad ke 19 mendapat wujud yang konkrit dan semata-mata bersifat politis dan mendasarkan dirinya atas asas-asas kemerdekaan individu, kesamaan hak, serta hak pilih untuk semua warga negara. Hak-hak politik secara efektif memicu gagasan bahwa cara yang terbaik untuk membatasi kekuasaan pemerintah ialah dengan suatu konstitusi; undang-undang dasar yang menjamin hak-hak politik dan menyelenggarakan pembagian kekuasaan eksekutif, legislatif, dan lembaga-lembaga hukum. Friedrich (2019) menjelaskan bahwa konstitusionalisme sebagai gagasan bahwa pemerintah merupakan suatu kumpulan aktivitas yang diselenggarakan atas nama rakyat, tunduk kepada beberapa pembatasan wewenang yang ada dalam undang-undang dasar. Kemudian pada abad ke 19 dan permulaan abad ke 20 berkembang gagasan yuridis dari pemikiran ahli-ahli hukum seperti Immanuel Kant (1724-1804), Friedrich Julius Stahl memakai istilah Rechtsstaat, dan A.V. Dicey memakai istilah Rule of Law (Muthmainnah 2018; Stahl 2009; Dicey 2013).

Demokrasi modern berkembang dengan pesat, beriringan dengan peradaban manusia dan kemajuan teknologi. Media

dan Politik sekarang ini menjadi dua hal yang tidak terpisah. Pesatnya perkembangan globalisasi turut memicu pertumbuhan pada semua segi kehidupan manusia. Ledakan platform media sosial, dan berbagai instrumen komunikasi lainnya. Melalui teknologi informasi ini konon memperkuat gagasan desa dunia. Jarak suatu tempat tidak lagi menjadi hambatan dalam komunikasi. Pada sisi lain, penggunaan teknologi teknologi informasi ini turut memacu meningkatnya komunikasi politik. Teknologi informasi dianggap lebih efisien daripada media konvensional dalam kegiatan kampanye. Peran platform digital hari ini sangat krusial untuk kampanye sekaligus membangun opini publik. Kekuatan mobilitas dapat diukur dari kapasitas kampanye membentuk opini publik. Opini publik yang ditransmisikan melalui media sosial relatif tersebar lebih cepat ke semua lapisan masyarakat. Di negara Barat seperti Amerika, jauh sebelum media sosial, internet telah digunakan sebagai sarana kampanye (Highfield 2017).

Hagar (2014) menjelaskan bahwa platform online memberikan kontribusi besar pada keberhasilan kampanye politik. dalam studinya, Hagar menjelaskan bahwa platform digital ini membuka ruang intruksional dan transmisi informasi mengenai visi dan misi kontestan dalam pemilihan umum. Komunikasi antara kandidat dengan calon pemilih dalam skala dan intensitas tertentu melalui media sosial jauh lebih efektif dan efisien daripada pola konvensional atau secara langsung. Keunggulan lain platform jejaring sosial adalah komunikasi yang dibangun di dalamnya bersifat dua arah. Artinya calon pemilih juga turut aktif memberikan masukan dan kritik misalnya kepada kandidat pemilihan umum. Berbeda dengan skema kampanye konvensional yang cenderung memosisikan calon pemilih sebagai subjek pasif.

Lebih lanjut menurut (Tanase 2015) komunikasi melalui media sosial tidak hanya dua arah. Tanase mengatakan bahwa komunikasi melalui jejaring sosial media lebih kepada multiarah, artinya kegiatan

komunikasi aktif juga berlaku antar sesama pemilih, komunikasi dalam hal ini bersifat horizontal. Partisipasi melalui situs online cukup sulit untuk dilacak. Berdasarkan pandangan Tanase (2015) media sosial memfasilitasi para calon pemilih, dari koalisi pendukung mendistribusikan materi kampanye maupun promosi kandidat pemilu melalui saluran-saluran grup jejaring sosial. Menurut Williams and Gulati (2013) meski bukan satu-satunya jalan, rantai informasi yang dikirimkan melalui media sosial memiliki kontribusi penting bagi tingkat keterpilihan kandidat pemilu. La Poype and Sood (2012) mengatakan bahwa sebagai konten interaktif, media sosial memiliki banyak keunggulan dalam komunikasi kontemporer.

Meskipun dampak media pada opini publik tetap menjadi pusat perhatian para peneliti, perlu banyak studi yang melakukan penelitian tentang peran media sosial (Rogers, Dearing, and Bregman 1993). Selaras dengan hal itu, Elmer (2013) menjelaskan bahwa platform media sosial terkemuka seperti Facebook dan Twitter menimbulkan tantangan baru untuk penelitian yang fokus pada kampanye komunikasi politik. Tantangan tersebut tidak hanya berbentuk dampak positif, tetapi juga tantangan penggunaan media sosial untuk efek negatif. Sebagaimana penelitian Budiman (2018) yang menunjukkan dikotomi penggunaan hashtag atau tagar pada platform media sosial mampu menciptakan pengaruh yang buruk dalam kampanye pemilu, bahkan mampu menciptakan konflik. Intensitas penggunaan tagar berpotensi akan semakin meningkat menjelang Pemilu. Penyajian pesan melalui hashtag di media sosial mampu mempengaruhi masyarakat sesuai dengan sikap politik yang dipilihnya, sehingga perlu upaya antisipasi dampak negatif perang hashtag dan diubah menjadi upaya pendidikan politik dan peningkatan angka partisipasi pemilih dengan mengedepankan fungsi pengawasan dan penyusunan peraturan yang secara spesifik mengatur penggunaan penyajian pesan melalui hashtag. Berdasarkan penelitian Anshori (2019) di Kota Medan

menunjukkan bahwa sosialisasi Pemilu melalui media sosial dianggap kurang efektif. Hal ini karena sosialisasi melalui media sosial hanya sesuai untuk pembangunan citra, bukan untuk sarana diskusi dua arah yang kondusif. Dengan demikian Pilkada identik dengan media sosial sebagai sarana kampanye popularitas.

Berdasarkan hasil observasi awal penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media sosial marak terjadi pada Pemilihan Umum Kepala Daerah (Pemilukada) di Kabupaten Jayapura. Markus Imbiri selaku aktivis yang berkecimpung di dunia Teknologi Informasi dan Komunikasi sebagaimana dikutip Wenda (2017) memaparkan bahwa pihak kepolisian memantau aktifitas akun-akun media sosial, tetapi lemah dalam penindakan. Menurutnya, kinerja Polri dan Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) dalam mengkawal Pilkada serentak yang berlangsung di Indonesia, terutama dalam menindaklanjuti terjadinya aktifitas negatif melalui media sosial. lebih lanjut menurut Makus dalam Wenda (2017), sejak 2007 hingga Pemilukada 2017 terjadi pelanggaran kampanye melalui media sosial dengan berbagai macam, dan media sosial tersebut terutama Facebook yang memiliki banyak pengguna. Di Papua sendiri pelanggaran kampanye berupa informasi-informasi palsu dan provokatif menggunakan akun-akun palsu.

Berdasarkan paparan di atas, media sosial identik dengan kampanye pilkada, dimana masing-masing kontestan bersaing dalam pembentukan opini publik melalui berbagai strategi. Sehingga perlu perhatian lebih jauh dan dilakukan penelitian mengenai kebijakan media sosial sebagai alat kampanye pilkada di Kabupaten Jayapura pada 2017.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan penelitian kebijakan publik. Untuk ini pada konteks penelitian ini akan memaparkan bagaimana implementasi kebijakan

kampanye melalui media sosial pada pemilukada kabupaten Jayapura tahun 2017 yang juga akan mengungkap faktor-faktor penghambat dan pendukung dari pelaksanaan kebijakan tersebut. Sebagaimana yang diutarakan oleh Meyer & Greenwood (dalam Nugroho, 2003) bahwa tujuan dari pelaksanaan penelitian kebijakan publik adalah untuk memverifikasikan proposisi-proposisi mengenai beberapa aspek hubungan antara alat-tujuan dalam pembuatan kebijakan (mulai dari tahapan formulasi, implementasi, hingga pada tahapan evaluasi kebijakan), yang dalam konteks ini menyoroti mengenai aspek implementasi kebijakan kampanye melalui media sosial pada pemilukada kabupaten Jayapura tahun 2017.

Lokasi penelitian merupakan tempat dilakukannya penelitian untuk mendapatkan data yang diperlukan yang kemudian dianalisis. Dalam penelitian ini, lokasi yang dipilih adalah Kabupaten Jayapura. Informan dalam penelitian ini adalah para kontestan pilkada, KPU & Bawaslu, serta masyarakat secara umum yang dalam pertimbangan peneliti sesuai dengan kriteria tema yang diangkat dalam penelitian. Teknik pengumpuln data yang dilakukan adalah wawancara, observasi, dan studi. Kemudian, Teknik analisis data yang dipakai adalah Model analisis interaktif terdapat beberapa aktifitas atau kegiatan yang harus dilakukan secara terus menerus oleh peneliti, yaitu *data reduction*, *data display*, dan *conclusion drawing/verification*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Implementasi Kebijakan Kampanye melalui Media Sosial Pemilukada Kabupaten Jayapura Tahun 2017

Komunikasi

Terdapat dua rujukan yang digunakan KPU Jayapura terkait dengan kampanye melalui media sosial pada Pemilukada 2017. Pertama, PKPU Nomor 4 Tahun 2017 tentang Kampanye Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur, Bupati dan Wakil Bupati dan/atau Walikota dan Wakil

Walikota, yang di dalamnya berisi muatan-muatan dan aturan yang harus dipatuhi para calon Kepala Daerah Jayapura 2017. Kedua, regulasi tentang penggunaan teknologi informasi yang mengacu pada Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik. Pelaksana kebijakan, dalam hal ini KPU terus menerus melakukan sosialisasi kepada tim kampanye masing-masing pasangan calon mengenai muatan kampanye dan mekanisme kampanye yang dilakukan menggunakan media sosial. Hal ini untuk menghindari biasanya informasi dan miskomunikasi antar pelaksana mengenai dua aturan yang menjadi pedoman kampanye Pemilu Kabupaten Jayapura tahun 2017.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Arsyad (2019) Dari sisi komunikasi antar elemen yang berkepentingan dalam pemilu sudah sangat bagus, baik antar penyelenggara pemilu dengan pemerintah daerah maupun juga dengan peserta pemilu baik Partai Politik, dan Tim Sukses, sehingga peserta pemilu mematuhi ketentuan PKPU.

Menurut Edwards, persyaratan pertama dalam implementasi kebijakan yang efektif adalah bahwa mereka yang melaksanakan keputusan harus mengetahui apa yang harus mereka lakukan. Ini berarti komunikasi-komunikasi harus akurat dan harus dimengerti oleh para pelaksana (*implementators*). Kebijakan-kebijakan diimplementasikan sebagaimana yang diinginkan, maka petunjuk-petunjuk pelaksana tidak hanya harus diterima oleh para pelaksana kebijakan, tetapi juga komunikasi kebijakan tersebut harus jelas. Seringkali instruksi-instruksi yang diteruskan kepada pelaksana kabur dan tidak menetapkan kapan dan bagaimana suatu program dapat dilaksanakan. Kekaburan dan ketidakjelasan informasi tersebut menyebabkan interpretasi yang salah terhadap pesan awal yang disampaikan dan menyebabkan program tidak berjalan sebagaimana mestinya.

Edwards (dalam Winarno, 2014:128) mengatakan, ada enam faktor yang

mendorong terjadinya ketidakjelasan komunikasi kebijakan antara lain: *Pertama*, kompleksitas kebijakan publik. *Kedua*, keinginan untuk tidak mengganggu kelompok-kelompok masyarakat. *Ketiga*, kurangnya konsensus mengenai tujuan-tujuan kebijakan. *Keempat*, masalah-masalah dalam memulai suatu kebijakan baru. *Kelima*, menghindari pertanggungjawaban kebijakan. *Keenam*, sifat pembuatan kebijakan pengadilan.

Jika implementasi kebijakan ingin berjalan efektif, maka perintah-perintah pelaksanaan harus konsisten dan jelas. Implementasi kebijakan yang tidak konsisten, akan mendorong para pelaksana mengambil tindakan yang sangat longgar dalam menafsirkan dan mengimplementasikan kebijakan. Ini akan berakibat pada ketidak efektifan implementasi kebijakan karena tindakan yang sangat longgar besar kemungkinan tidak dapat digunakan untuk melaksanakan tujuan-tujuan kebijakan. Sedangkan implementasi kebijakan yang tidak jelas, menyebabkan para pelaksana kebijakan melakukan tugasnya dengan tidak baik karena perintah yang tidak jelas atau bahkan bertentangan antara perintah yang satu dengan perintah yang lain.

Menurut Edwards (dalam Winarno, 2014:129), dengan menyelidiki hubungan antara komunikasi dan implementasi, maka kita dapat mengambil generalisasi, yakni bahwa semakin cermat keputusan-keputusan dan perintah-perintah pelaksana diteruskan kepada mereka yang harus melaksanakannya, maka semakin tinggi probabilitas keputusan-keputusan kebijakan dan perintah-perintah pelaksanaan tersebut dilaksanakan. Dalam situasi seperti ini, penyimpangan-penyimpangan transmisi merupakan sebab utama bagi kegagalan implementasi.

Sumber-Sumber

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sumber-sumber dalam pelaksanaan kebijakan ini adalah ketersediaan sumber daya pendukung dan kecukupan sumber daya manusia untuk penyampaian informasi mengenai kampanye dan

pedoman kampanye melalui media sosial. Fasilitas fisik dalam hal ini adalah bangunan yang menjadi tempat pertemuan antara KPU dengan tim kampanye Pemilukada untuk menyampaikan informasi mengenai aturan kampanye. Sebagaimana hasil wawancara dan pengamatan penelitian, menunjukkan bahwa pihak KPU melalui staf dan bagian Humas selalu berkoordinasi dengan pihak-pihak yang terlibat dalam Pemilukada untuk menjamin terlaksananya pemilu yang demokratis.

Hasil penelitian ini berbeda dengan temuan dalam penelitian Eriskawati & Rijali (2022) yang menunjukkan bahwa fasilitas untuk sosialisasi kebijakan mengenai kampanye melalui media elektronik belum terimplementasi dengan baik. Menurut Edward III, fasilitas fisik mungkin pula merupakan sumber-sumber penting dalam implementasi. Seorang pelaksana mungkin mempunyai staf yang memadai, mungkin memahami apa yang harus dilakukan, dan mungkin mempunyai wewenang untuk melakukan tugasnya, tetapi tanpa bangunan sebagai kantor untuk melakukan koordinasi, tanpa perlengkapan, tanpa perbekalan, maka besar kemungkinan implementasi yang direncanakan tidak akan berhasil. Sedangkan jumlah staf, pelaksana memiliki ketrampilan-ketrampilan yang diperlukan untuk melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya. Informasi mengenai bagaimana melaksanakan suatu kebijakan dan data tentang ketaatan personil-personil lain terhadap peraturan-peraturan telah dilaksanakan dengan baik.

Kecenderungan-Kecenderungan

Berdasarkan hasil penelitian, rangkaian poin yang telah diatur dalam peraturan Pemilu telah disampaikan kepada para peserta Pemilukada dan tim kampanye media sosial, sehingga tidak ada bias informasi mengenai aturan, pelanggaran, dan sanksi apabila ada temuan pelanggaran. Artinya, para pelaksana kebijakan telah mematuhi aturan-aturan dan perintah kebijakan. Sugiharto et al. (2018) dalam penelitiannya

menjelaskan bahwa para pelaksana kebijakan Pemilukada memiliki keterampilan yang tidak dapat diragukan lagi. Pelaksana dalam hal ini adalah internal KPU dengan tugas dan fungsi yang dimiliki maupun tim kampanye dari kandidat Pemilukada.

Dampak dari kecenderungan-kecenderungan menurut Edwards (dalam Winarno, 2014:143) yaitu banyak kebijakan masuk kedalam zona "ketidak acuhan". Ada kebijakan yang dilaksanakan secara efektif karena mendapat dukungan dari pelaksana kebijakan, namun kebijakan-kebijakan itu lain mungkin akan bertentangan secara langsung dengan pandangan-pandangan pelaksana kebijakan atau kepentingan-kepentingan pribadi atau organisasi dari para pelaksana.

Struktur Birokrasi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa KPU belum memiliki pedoman yang merinci kampanye melalui media sosial pada Pemilukada 2017. KPU masih berpedoman pada Undang-Undang Nomor 14 tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik yang di dalamnya telah mengatur penggunaan media komunikasi digital dengan cara yang bijak. Akan tetapi mengenai kampanye secara umum, KPU memiliki SOP yang bertumpu pada PKPU Nomor 4 tahun 2017.

Hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian Arsyad (2019) yang memaparkan bahwa berkaitan dengan Alat Peraga Kampanye, KPU dan Pemerintah Daerah berkoordinasi untuk menentukan mekanisme yang lebih spesifik mengenai kampanye. Sehingga, penyelenggara pemilu memiliki petunjuk yang jelas dalam melaksanakan peraturan pemilu dalam hal ini Alat Peraga Kampanye. Edwards (dalam Winarno, 2014:150- 154) menjelaskan bahwa dua karakteristik utama dalam birokrasi, yaitu Prosedur-prosedur kerja ukuran-ukuran dasar (*Standard Operating Prosedur/SOP*) dan fragmentasi. Dengan menggunakan SOP, para pelaksana dapat memanfaatkan waktu yang tersedia dan menyeragamkan tindakan-tindakan dari para pejabat dalam organisasi-organisasi

yang kompleks dan tersebar luas, yang pada gilirannya dapat menimbulkan fleksibilitas yang besar (orang dapat dipindahkan dengan mudah dari suatu tempat ke tempat lain) dan kesamaan yang besar dalam penerapan peraturan-peraturan. Selanjutnya adalah fragmentasi, dimana tanggung jawab bagi suatu bidang kebijakan sering tersebar diantara beberapa organisasi, seringkali pula terjadi desentralisasi kekuasaan tersebut dilaksanakan secara radikal guna mencapai tujuan-tujuan kebijakan. Konsekuensi paling buruk dari fragmentasi birokrasi adalah usaha untuk menghambat koordinasi. Para birokrat sering kali karena alasan tertentu menghindari koordinasi dengan badan-badan lain. Padahal penyebaran wewenang dan sumber-sumber untuk melaksanakan kebijakan-kebijakan yang kompleks membutuhkan koordinasi. Fragmentasi mengakibatkan pandangan-pandangan yang sempit dari banyak lembaga birokrasi. Hal ini menyebabkan dua konsekuensi pokok yang merugikan bagi implementasi yang berhasil, yaitu: *Pertama*, tidak ada orang yang mengakhiri implementasi kebijakan dengan melaksanakan fungsi-fungsi tertentu karena tanggung jawab bagi suatu bidang kebijakan terpecah-pecah. *Kedua*, pandangan-pandangan yang sempit dari badan-badan mungkin juga akan menghambat perubahan. Jika suatu badan mempunyai *fleksibilitas* yang rendah dalam misi-misinya, maka badan itu akan berusaha mempertahankan esensinya dan besar kemungkinan akan menentang kebijakan-kebijakan baru yang membutuhkan perubahan.

Faktor Pendukung dan Penghambat Implementasi Kebijakan Kampanye melalui Media Sosial Pemilukada Kabupaten Jayapura Tahun 2017

Faktor Pendukung

Terkait dengan factor pendukung, terdapat 2 hal yang menjadi determinan pendukung dalam mengimplementasikan kebijakan Kebijakan Kampanye melalui Media Sosial Pemilukada Kabupaten Jayapura Tahun 2017, yakni tersedianya

Tim Konsultasi help desk dan adanya rumah pintar pemilu. *Pertama*, Keberadaan tim konsultasi help desk, yang disediakan oleh KPU sangat berfungsi untuk menuntun masyarakat yang ingin bertanya dan menambah wawasan terkait proses kampanye, atau masih termasuk pemilih abu-abu, atau masih ragu untuk menyalurkan hak pilih agar dapat berkonsultasi, agar diberikan wawasan mengenai karakteristik pasangan calon yang bertarung dalam pilkada, serta bentuk kampanyenya masing-masing yang dilaksanakan di media sosial. Hasil kajian Puspitaningtyas (2014) menunjukkan bahwa peran tim konsultasi itu sangat penting keberadaannya dalam memaksimalkan efektivitas tujuan yang ingin dicapai, baik baik kontestan yang ikut bertarung, maupun bagi KPU sebagai penyelenggara. Karena tujuan utama dari diadakannya pemilukada di tingkat daerah, selain adanya kontestasi yang merupakan perwujudan wajah sistem demokrasi, tetapi juga sangat perlu pendidikan politik, meningkatkan partisipasi masyarakat untuk dapat aktif dan berpartisipasi dalam pesta demokrasi yang sedang berlangsung.

Hal ini pun senada dengan riset yang dilakukan oleh Wardani (2018) dengan Rusda, dkk (2017) bahwa yang membuat pemilih pemula yang baru pertama kali melakukan pemilihan sangat membutuhkan stimulasi untuk dapat melek politik sehingga dapat menyalurkan hak politiknya dengan memberikan suara pada kontestan yang sedang bertarung, kehadiran seperti help desk baik dari KPU sebagai penyelenggara maupun dari salah satu pihak paslon sangat membantu mereka untuk mendapatkan wawasan pada masa kampanye, hingga dapat memantapkan pilihannya.

Kedua, dukungan yang disiapkan oleh pihak KPU sebagai penyelenggara adalah rumah pintar pemilu. Keberadaan rumah pintar pemilu yang diprogramkan oleh KPU Kabupaten Jayapura merupakan upaya mengadakan sarana pendidikan politik bagi masyarakat, untuk meningkatkan partisipasi politik dan penyaluran hak suaranya, sehingga

mencegah tingginya angka golput pada saat pemilukada berlangsung. Hasil kajian Zega, dkk (2018), Masputri (2019), dan Sari & Rafni (2020) menunjukkan hal yang sama bahwa kehadiran rumah pintar pemilu sebagai sarana pendidikan politik untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dalam menyalurkan hak suara mereka. Pada rumah pintar pemilu ini masyarakat diperbolehkan untuk berkunjung untuk berkonsultasi, selain itu pihak penyelenggara juga melakukan sosialisasi ke berbagai tempat seperti, sekolah-sekolah, kampus-kampus dan perkantoran sebagai bentuk upaya pendidikan (kepada) pemilih.

Faktor Penghambat

Pada hasil penelitian dijelaskan bahwa terkait dengan faktor pendukung, terdapat 3 hal yang menjadi determinan penghambat dalam mengimplementasikan kebijakan Kampanye melalui Media Sosial Pemilukada Kabupaten Jayapura Tahun 2017, yakni kurangnya pemahaman masyarakat mengenai penggunaan media sosial, keterbatasan akses internet, sikap masyarakat yang apatis. *Pertama*, kurangnya pemahaman masyarakat mengenai penggunaan media sosial. Hal ini dikarenakan sebagian besar masyarakat Kabupaten Jayapura yang berada di Kampung-kampung belum tanggap dalam bermedia sosial. Hal ini pun diperkuat oleh kajian Juditha (2017) bahwa pada masyarakat Papua, di kawasan terpencil dan terisolir contohnya baik yang berada di perbatasan, masih masih memiliki tingkat kesadaran literasi digital dan bermedia sosial masih sangat rendah, yang dikarenakan fasilitas dan sarana pendukung untuk bermedia sosial juga masih sangat minim yakni mengenai tingkat ketersediaan akses internet, yang juga menjadi factor determinan kedua, karna saling terkait. Bermedia sosial dan akses internet, jika diibaratkan adalah dua hal yang tak terpisahkan, karena untuk menjangkau media sosial, kita haruslah terkoneksi dengan internet terlebih dahulu. Olehnya jika akses terhadap internet itu terkendala, maka otomatis kita tidak dapat

menjangkau media sosial, karena harus tersambung dalam jaringan internet.

Ketiga, adalah sifat apatis dari masyarakat. Masyarakat sebagai subjek dalam penyelenggaraan pesta demokrasi seperti pemilukada sudah barang tentu memiliki hak sekaligus kewajiban untuk dapat berpartisipasi di dalamnya. Akan tetapi jika masyarakat menjadi apatis, ada beberapa kemungkinan yang melatar belaknginya, bisa jadi kurangnya sosialisasi dari pihak penyelenggara, atau sosialisasi sudah dilakukan tapi belum menyentuh seluruh lapisan masyarakat, sehingga masyarakat yang tidak mengikuti sosialisasi, gagal paham terhadap arti pentingnya partisipasi politik untuk menyalurkan hask suara mereka. Namun bisa jadi juga karena masyarakat telah jenuh dan bosan dengan janji-janji politik yang tak kunjung ditunaikan, sehingga lebih memilih apatis dan pasrah dengan situasi yang akan terjadi nantinya, siapapun yang terpilih tak akan berarti apa-apa dan tak akan mengubah apapun. Hal ini pun sejalan dengan riset yang dilakukan oleh Ardianti & Zulian (2018) yang memperlihatkan bahwa apatisme masyarakat dipicu oleh adanya korupsi secara massif yang dilakukan oleh paslon yang menang dalam pilkada.

PENUTUP

Kesimpulan

Implementasikan kebijakan Kampanye melalui Media Sosial Pemilukada Kabupaten Jayapura Tahun 2017 telah berjalan namun belum efektif. Ditinjau dari aspek komunikasi dan penyebaran informasi telah dilakukan sebagaimana mestinya, dengan memberikan sosialisasi kepada tim kampanye masing-masing pasangan calon mengenai muatan kampanye dan mekanisme kampanye yang dilakukan menggunakan media sosial. Hal ini untuk menghindari biasanya informasi dan miskomunikasi antar pelaksana mengenai dua aturan yang menjadi pedoman kampanye Pemilukada Kabupaten Jayapura tahun 2017. Pada aspek sumber

daya, telah tersedia sumber daya pendukung dan kecukupan sumber daya manusia untuk penyampaian informasi mengenai kampanye dan pedoman kampanye melalui media sosial. Fasilitas fisik dalam hal ini adalah bangunan yang menjadi tempat pertemuan antara KPU dengan tim kampanye Pemilukada untuk menyampaikan informasi mengenai aturan kampanye. Disposisi berjalan dengan cukup baik, karena para pelaksana kebijakan telah mematuhi aturan-aturan dan perintah kebijakan. Kemudian, terkait dengan struktur birokrasi, KPU belum memiliki pedoman yang merinci mengenai kampanye melalui media sosial pada Pemilukada 2017.

Kemudian, faktor pendukung adalah Tim Konsultasi help desk. Keberadaan tim konsultasi help desk, yang disediakan oleh KPU sangat berfungsi untuk menuntun masyarakat yang ingin bertanya dan menambah wawasan terkait proses kampanye. Kemudian, adanya rumah pintar pemilu. rumah pintar pemilu yang diprogramkan oleh KPU Kabupaten Jayapura merupakan upaya mengadakan sarana pendidikan politik bagi masyarakat, untuk meningkatkan partisipasi politik dan penyaluran hak suaranya, sehingga mencegah tingginya angka golput pada saat pemilukada berlangsung. Kemudian faktor penghambatnya adalah yakni kurangnya pemahaman masyarakat mengenai penggunaan media sosial. Hal ini dikarenakan sebagian besar masyarakat Kabupaten Jayapura yang berada di Kampung-kampung belum tanggap dalam bermedia sosial. Kemudian, keterbatasan akses internet, fasilitas dan sarana pendukung untuk bermedia sosial juga masih sangat minim yakni mengenai

tingkat ketersediaan akses internet. serta sikap masyarakat yang apatis.

Rekomendasi

Rekomendasi dari hasil penelitian ini adalah sebaiknya sosialisasi mengenai penyelenggaraan Kampanye Pilkada melalui media sosial tidak hanya disosialisasikan kepada tiap-tiap pasangan calon dan tim suksesnya, tetapi juga kepada masyarakat secara umum, agar penyebaran informasinya lebih kompeherensif.

Kemudian, perlu penyediaan SOP yang jelas mengenai tata cara dan mekanisme dalam pelaksanaan berkampanye di media sosial, agar batasannya jelas dan dapat dijadikan sebagai aturan main dalam berkampanye, hal ini pun juga bisa mencegah black campaign yang dilakukan oleh pihak lawan.

Jika pilihan mekanisme kampanyenya hanya melalui media sosial semata, maka harus perlu dipertimbangkan sarana dan fasilitas pendukung untuk mengakses media sosial, seperti akses jaringan internet atau melalui media massa untuk penyebar luasan informasi kepada masyarakat, hal ini juga bisa didukung dengan adanya *tour* dari rumah pintar pemilu yang diprogramkan oleh KPU untuk sosialisasi di wilayah terpencil dan terisolir yang susah dalam mengakses internet.

Pihak penyelenggara seperti KPU dan Bawaslu harus berperan aktif dalam melakukan edukasi kepada masyarakat yang masih bersifat apatis dalam menanggapi adanya perhelatan pesta demokrasi untuk pemilihan kepala daerah, agar mampu meningkatkan partisipasi berpolitik dan penyaluran hak suara dari masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Anshori, A. (2019). Pencitraan Politik Melalui Media Sosial terhadap Sikap Pemilih di Kota Medan. Dalam Sukmono, F. G., Junaedi F., & Rasyid E. (2019). *Komunikasi dan Multikulturalisme di Era Disrupsi : Tantangan dan Peluang*. Yogyakarta, Litera. Hal 41-46.
- Ardiyanti, D., & Zulian, I. (2018). Korelasi identifikasi apatisisme politik dengan kebijakan publik kota medan. *Jurnal PIR: Power in International Relations*, 3(1), 29-53.

- Arsyad, M. (2019). Implementasi PKPU 23, 28 dan 33 Tahun 2018 Tentang Pemasangan Alat Peraga Kampanye Di Kabupaten Hulu Sungai Utara. *Al'iidara Balad*, 1(1), 71-84.
- Ashcraft, R. (1991). "John Locke: Critical Assessments. Volume 1. London: Routledge.
- Budiman, A. (2018). Antisipasi Dampak Negatif Perang Hashtag Menjelang Pemilu 2019. *Pusat Penelitian Badan Keahlian DPR RI*, 10(17), 25-30.
- Dicey, A. V. (2013). *The Law of the Constitution*. Vol. 1. Oxford University Press.
- Eriskawati, N., & Rijali, S. (2022). Implementasi Kebijakan Uu No 6 Tahun 2020 Tentang Pemilihan Gubernur, Bupati Dan Walikota Dilihat Dari Aspek Komunikasi Di Desa Hegarmanah Kecamatan Bintang Ara (Studi Kasus Pada Kegiatan Kampanye. *JAPB*, 5(1), 39-50.
- Friedrich, C. J. (2019). *Man and His Government*. University of Toronto Press.
- Gonthier, U. H. (2015). *Montesquieu and England: Enlightened Exchanges, 1689-1755*. Routledge.
- Hagar, D. (2014). "Campaigning Online: Social Media in the 2010 Niagara Municipal Elections." *Canadian Journal of Urban Research* 23 (1). JSTOR: 74-98.
- Highfield, T. (2017). *Social Media and Everyday Politics*. John Wiley & Sons.
- Juditha, C. (2017). Tingkat literasi media masyarakat di wilayah perbatasan Papua. *Journal Communication Spectrum: Capturing New Perspectives in Communication*, 3(2), 107-120.
- Kencana, I. (2006). *Kepemimpinan Pemerintahan Indonesia*. Jakarta, Refika Aditama.
- La Poype, Ann-L. de, and Sood, S. (2012). "Public Sphere Dialogue in Online Newspapers and Social Spaces: The Nuclear Debate in Post Fukushima France." *Public Communication Review* 2 (2).
- Masputri, M. E., Rafni, A., & Dewi, S. F. (2019). Upaya KPU Kota Solok Menjadikan Rumah Pintar Pemilu Sebagai Sarana Pendidikan Politik. *Journal of Civic Education*, 2(1), 67-75.
- Muthmainnah, L. (2018). Tinjauan Kritis Terhadap Epistemologi Immanuel Kant (1724-1804)." *Jurnal Filsafat* 28 (1): 74-91.
- Nasution, M. A. (2000). *Demokratisasi & Problema Otonomi Daerah*. Mandar Maju.
- Nugroho, R. (2003). *Kebijakan Publik Formulasi, Implementasi dan Evaluasi*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Peraturan Komisi Pemilihan Umum Nomor 4 Tahun 2017 tentang Kampanye Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur, Bupati dan Wakil Bupati dan/atau Walikota dan Wakil Walikota
- Puspitaningtyas, I. (2014). Peran Konsultan Politik Dalam Pilkada Strategi Marketing Politik PolMark Indonesia dalam Memenangkan Joko Widodo-Basuki Tjahaja Purnama pada Pilkada Provinsi DKI Jakarta 2012. *Jurnal Politik Muda*, 3(1).
- Rusda, A., Ngabiyanto, N., & Munandar, M. A. (2017). Kampanye Politik melalui Media Sosial pada Pemilu Legislatif 2014 di Kota Pekalongan. *Unnes Political Science Journal*, 1(1), 1-10.
- Sargent, L. T. & Sitanggang H. (1987). *Ideologi-Ideologi Politik Kontemporer: Sebuah Analisis Komparatif*. Jakarta, Erlangga.
- Sari, L., & Rafni, A. (2020). Pelaksanaan Program Rumah Pintar Pemilu sebagai Sarana Pendidikan Pemilih. *Journal of Civic Education*, 3(1), 119-126.
- Stahl, F. J. (2009). *The Doctrine of State and the Principles of State Law*. WordBridge Publishing.
- Subiakto, H. (2015). *Komunikasi Politik, Media, Dan Demokrasi*. Prenada Media.

- Sugiharto, M., Kartini, D., & Manan, F. (2018). Dinamika Politik dalam Implementasi Kebijakan Kampanye Putaran Kedua pada Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur Provinsi DKI Jakarta Tahun 2017. *Jurnal Ilmu Politik dan Pemerintahan*, 4(1), 19.
- Tănase, T. (2015). "The Electoral Campaign through Social Media. Case Study-2014 Presidential Elections in Romania." *Sfera Politicii* 23 (183/1). Fundația» Societatea Civilă «(FSC): 92-104.
- Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945
- Undang Undang Nomor 22 Tahun 1999 tentang Pemerintahan Daerah
- Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah
- Undang Undang Nomor 22 Tahun 2007 tentang Penyelenggara Pemilihan Umum.
- Undang-Undang Nomor 14 tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik
- Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2014 tentang Pemilihan Gubernur, Bupati, dan Walikota
- Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2014 tentang Pemilihan gubernur, Bupati, dan Walikota
- Wardhani, P. S. N. (2018). Partisipasi politik pemilih pemula dalam pemilihan umum. *Jupis: Jurnal Pendidikan Ilmu-Ilmu Sosial*, 10(1), 57-62.
- Wenda, Y. (2017). *Jurnalis, Media Sosial dan Pilkada di Papua*. Jubi.co. <https://jubi.co.id/jurnalis-media-sosial-dan-pilkada-di-papua/>. Diakses 3 Agustus 2022.
- Williams, C. B, and Gulati G. J'J. (2013). "Social Networks in Political Campaigns: Facebook and the Congressional Elections of 2006 and 2008." *New Media & Society* 15 (1). Sage Publications Sage UK: London, England: 52-71.
- Winarno, B. (2014). *Kebijakan Publik: Teori dan Proses*. Yogyakarta: Media Presindo.
- Zega, M. A., Muda, I., Batubara, B. M., & Suharyanto, A. (2018). Pengaruh Program Rumah Pintar Pemilu terhadap Partisipasi Politik Masyarakat pada Kantor Komisi Pemilihan Umum Kota Medan. *Perspektif*, 7(2), 60-65.