

## **Praktek Disrupsi Kampanye Pilkada 2020 dan Potensi Pelanggaran Kode Etik**

*(Submitted: September 2020; Accepted: Oktober 2020  
Reviewed I: 1 Oktober 2020; Reviewed II Focus Group Discussion: 16 Oktober 2020;  
Reviewed III: 22 Oktober 2020; Published: Desember 2020)*

**Dr. Ni Wayan Widhiasthini, S.Sos., M.Si**  
*Universitas Pendidikan Nasional*

### **ABSTRAK/ABSTRACT**

---

Disrupsi yang dimaknai sebagai perubahan ke arah digitalisasi, dengan meninggalkan cara dan pola lama kini telah terjadi dalam Pemilu. Tahapan kampanye Pilkada 2020 yang digelar pada masa pandemic lebih memfokuskan penggunaan media sosial. Potensi terjadinya sengketa Pemilu sangat tinggi, mengingat daya jangkauan media sosial yang sangat luas, potensi munculnya *black campaign*, isu SARA. Penyelenggara Pemilu juga rentan menghadapi pelanggaran kode etik terutama dalam melakukan sosialisasi, dugaan tidak netral, perlakuan tidak adil dan pelanggaran kode etik lainnya. Akhirnya berujung pada pelaporan ke DKPP. Berbagai perubahan dengan mengoptimalkan penggunaan teknologi informasi dalam melaksanakan tugas dan fungsinya telah dilakukan. Seperti menggelar sidang dengan *teleconference*, menerima pelaporan secara online, dan memperkuat basis data. Hal tersebut merupakan praktek dari Teori *Good Governance*, dicirikan dengan pelibatan masyarakat sipil dan sektor swasta dalam optimalisasi tupoksi DKPP. Paradigma *New Public Service* dan *New Public Management* juga telah terwujud pada upaya penegakan kode etik yang dilakukan oleh DKPP.

---

*Disruption, which is interpreted as a change towards digitalization, leaving behind the old ways and patterns, has now occurred in the General Elections. The stages of the 2020 Regional Head Election campaign which were held during the pandemic, focused more on the use of social media. The potential for election disputes is very high, this is due to the very wide reach of social media, the potential for the emergence of black campaigns and SARA issues. Election organizers are also vulnerable to violations of the code of ethics, especially in socialization, allegations of not being neutral, unfair treatment and other violations of the code of ethics. Finally, it resulted*

*in reporting to DKPP. Various changes have been made to optimize the use of information technology in carrying out its duties and functions. Such as holding a code of conduct trial by teleconference, receiving online reporting and strengthening the database. This is a practice of Good Governance Theory, characterized by the involvement of civil society and the private sector in optimizing the main tasks and functions of DKPP. The New Public Service and New Public Management paradigm has also been manifested in the efforts to enforce the code of ethics carried out by DKPP.*

---

**Kata Kunci: Disrupsi, Kampanye, Kode Etik**

**Keywords: Disruption, Campaign, Code of Ethics**

---

## **A. PENDAHULUAN**

### **Latar Belakang**

Disrupsi yang dimaknai sebagai arus perubahan besar, meninggalkan pola dan cara lama ke arah digitalisasi. Subawa dan Widhiasthini, memaknai sebagai perubahan yang terjadi dengan cara dan pola baru<sup>1</sup>. Disrupsi terjadi pada berbagai bidang kehidupan, termasuk dalam praktek berdemokrasi melalui Pemilu yang dilakukan oleh penyelenggara Pemilu (KPU dan Bawaslu), peserta Pemilu, pemerintah dan stakeholder masyarakat luas. Terjadinya disrupsi sangat terkait dengan revolusi industri 4.0 yang diantaranya meliputi *internet of thing (IoT)*, *big data*, *cloud computing* dan *artificial intelligence*. Berbagai data kepemiluan dapat dengan mudah diakses, begitupun dengan ketersediaan informasi. Semua komponen tersebut menyebabkan penggunaan waktu yang semakin efektif, penggunaan sumber daya manusia yang semakin sedikit karena telah ditopang oleh penggunaan system teknologi informasi.

Salah satu tahapan yang sering menjadi atensi berbagai pihak adalah tahapan kampanye, yaitu kegiatan menawarkan visi, misi dan program kerja peserta Pemilu yang bertujuan untuk meyakinkan dan mengenalkannya kepada pemilih. Kampanye juga merupakan kegiatan yang mengedepankan

---

<sup>1</sup> Nyoman Sri Subawa and Widhiasthini, N.W. (2020). Hegemony practice of consumers in disruption era. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 11 (3), p.357-375.

unsur pendidikan politik. Sehingga harus dilaksanakan secara bertanggung jawab oleh peserta Pemilu beserta tim kampanye, KPU sebagai penyelenggara Pemilu. Bawaslu bertugas untuk melakukan pengawasan melalui sinergitas dengan berbagai stakeholder terkait. Penggunaan media sosial dalam kegiatan kampanye akhirnya lebih mendominasi dan menjadi pilihan peserta Pemilu, terlebih pada situasi Pandemi *Covid 19* yang melanda berbagai belahan dunia. Kondisi ini telah memaksa kampanye terlaksana dengan mempertimbangkan pengurangan interaksi sosial secara langsung, dan kerumunan massa sebagai upaya mitigasi pencegahan meluasnya wabah. Pemilihan kepala daerah yang untuk selanjutnya disebut Pilkada 2020, dinilai oleh berbagai kalangan sebagai Pemilu yang sangat istimewa. Ikon demokrasi sebagai sebuah pesta yang identik dengan suasana euphoria dan suka cita masyarakat tidak tepat dilabelkan pada Pilkada 2020 ini.

Fenomena *The great shifting* telah terjadi. Merupakan perpindahan besar-besaran dengan karakteristik munculnya ekonomi kolaboratif dan *sharing economy*, organisasi yang terpagari (*boundary*) menjadi sangat terbuka (*boundaryless*) dan kolaboratif<sup>2</sup>. Demikian juga pada aktivitas berdemokrasi khususnya penyelenggaraan Pilkada di tahun 2020. Melalui artikel ini penulis akan membahas keterkaitan antara disrupsi dalam praktek kampanye dan potensi pelanggaran kode etik yang dapat terjadi pada Pilkada 2020 dengan mengedepankan paradigma kritis, multidisiplin dan penggunaan teori secara ekletik. Urgensi artikel ini terletak pada penerapan paradigma kritis, mengingat selama ini pembahasan masalah kepemiluan dan penegakan kode etik lebih menitik beratkan aspek hukum saja.

## **B. PEMBAHASAN**

### **B.1 Disrupsi Praktek Kampanye**

Komisi Pemilihan Umum (KPU) telah mengalokasikan waktu untuk penyelenggaraan tahapan kampanye selama tiga bulan, dalam kurun waktu September hingga Desember 2020. Perubahan yang cukup signifikan telah diinisiasi oleh KPU melalui pelarangan melaksanakan rapat umum, kegiatan kebudayaan, kegiatan olah raga, perlombaan, kegiatan sosial, dan peringatan hari ulang tahun partai politik. Sebagaimana tercantum pada Keputusan KPU RI Nomor. 465/PL.02.4-Kpt/06/KPU/IX/2020 tentang Pedoman Teknis Pelaksanaan Kampanye pada Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur, Bupati dan Wakil Bupati, dan/atau Wali Kota dan Wakil Wali Kota Tahun 2020. Semua kegiatan tersebut merupakan upaya untuk meniadakan

---

<sup>2</sup> Kasali, R. (2018). *The Great Sifting*. Jakarta: Gramedia.

kerumunan melalui mobilisasi massa dalam rangka mencegah penyebaran virus *Covid 19*. Tentunya hal ini merupakan perubahan besar yang dilakukan KPU, terlebih selama ini masa kampanye selalu menjadi penanda dan ikon pada setiap penyelenggaraan Pemilu. Hal ini dapat dikaitkan dengan Teori Semiotika, yang memaknai fenomena budaya terkait dengan penapsiran dan penggunaan komponen-komponen yang membentuk tanda-penanda yang telah menjadi kesepakatan umum. Terdapat dua kondisi yang dapat diamati pada penggunaan Teori Semiotika jika dikaitkan dengan penggunaan media sosial dalam kampanye. Tanda dan penanda pada Semiotika dapat diamati pada wacana yang dilemparkan pada media sosial, yang kedua tanda-penanda sebagai hal yang sengaja diproduksi oleh pelakunya<sup>3</sup>. Mobilisasi massa selama ini selalu menjadi ikon dan ciri khas dalam pelaksanaan kampanye telah meredup, digantikan dengan kampanye pada media sosial. Inilah sebagai tanda penanda dirupsi dalam kampanye.

Pergeseran pola kampanye sesungguhnya telah terjadi sebelum Pandemi *Covid 19* melanda dunia. Trend penggunaan kampanye melalui media sosial terjadi seiring era dirupsi dan kuatnya isu lingkungan. Peserta pemilu mulai beralih meninggalkan pemasangan alat peraga kampanye (APK), hanya memanfaatkan APK yang difasilitasi KPU. Demikian juga penyebaran bahan kampanye berupa *flyer*, brosur, pamflet dan barang cetakan lainnya yang dipandang dapat mengurangi estetika kota. Komitmen untuk mengurangi penggunaan plastik, dan kertas merupakan wujud keprihatinan terhadap kondisi lingkungan seperti penebangan pohon, pemanasan global, serta kesulitan untuk mengolah bahan yang tidak mudah untuk hancur. Media sosial yang menjadi pilihan peserta pemilu juga sangat beragam, seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan lainnya. Kini untuk mengetahui rekam jejak pasangan calon, masyarakat pemilih dapat menelusurinya dengan mudah melalui *smartphone* dengan membuka media sosial mereka. Sebelum mereka menjatuhkan pilihan sebagai wujud partisipasi politik, Widhiasthini *et.al.* menegaskan partisipasi politik sebagai tindakan menentukan keputusan, untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat<sup>4</sup>. Informasi telah berada dalam genggamannya mereka, masyarakat tidak tertarik lagi untuk membaca visi dan misi paslon yang terpasang pada baliho. Dirupsi yang terjadi pada kampanye, tidak dapat dihambat.

---

<sup>3</sup> Y.A. Piliang.(2004). *Dunia Yang Dilipat*. Bandung: Jelasutra.

<sup>4</sup> N. W. Widhiasthini, Subawa, N. S., Sedana, N., & Permatasari, N. P. I. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Partisipasi Masyarakat Dalam Pilkada Bali. *Publik (Jurnal Ilmu Administrasi)*, 8(1), hlm.1-11.

Sebagai perubahan ke arah digitalisasi, disrupsi yang terjadi meliputi disruptif pola pikir, budaya, ekonomi, birokrasi, dan regulasi<sup>5</sup>. Penulis akan menguraikan satu persatu *disruptio* yang terjadi serta mengaitkannya dengan praktek kampanye pada beberapa pelaksanaan Pemilu, dan berpotensi terjadi pada Pilkada 2020. Pola pikir telah merubah pandangan masyarakat, dan peserta pemilu, bahwa untuk menyampaikan informasi, meyakinkan, mengingatkan dan membujuk pemilih dapat disampaikan tanpa mencemari dan merusak lingkungan. Mobilisasi massa juga dipandang hanya sebagai bagian dari euphoria Pemilu, belum tentu bahwa mereka yang hadir pasti akan memilih paslon tersebut. Selain itu biaya yang diperlukan tidaklah sedikit, karena dimungkinkan bagi paslon untuk menyediakan konsumsi sebagaimana diatur pada PKPU.

Disrupsi budaya ditunjukkan pada menguatnya budaya instan di kalangan masyarakat, mereka menginginkan ketersediaan informasi dengan cepat. Maka media sosial yang menjadi pilihan masyarakat, dapat di akses dengan mudah melalui *smartphone* mereka. Data dari Biro Pusat Statistik menunjukkan jumlah pengguna medsos di Indonesia sejumlah 272.1 juta, data ini cukup tinggi jika dikaitkan dengan total populasi penduduk Indonesia. Sedangkan disrupsi ekonomi dicirikan oleh adanya *sharing ekonomi* (ekonomi berbagi). Dalam praktek kampanye dilakukan dengan struktur jaringan yang dibuat oleh paslon dan tim kampanye dengan tim kreatif untuk menghasilkan perpaduan konten bahasa serta gambar yang dapat memikat hati pemilih. Lebih lanjut kerjasama itu dilakukan dengan melibatkan perusahaan provider, dan pengelola media sosial. Pada titik inilah konsep ekonomi berbagi telah diterapkan. Disrupsi pada birokrasi diwujudkan melalui pola kerja, orientasi dan prinsip pelayanan yang telah berubah ke arah *good governance* melalui penerapan prinsip-prinsipnya. Meliputi: *participation, rule of law, transparency, responsiveness, concensus orientation, equity, efficiency and effectiveness, accountability and strategic vision*<sup>6</sup>. Penerapan *good governance* yang intinya adalah aplikasi pola *citizen-centered collaborative public management*<sup>7</sup>. Sedangkan *new public service* memiliki jargon *joined up thinking and joined up action*<sup>8</sup> yang artinya semua harus menjadi pemain, tidak ada yang menjadi penonton.

---

<sup>5</sup> R. Kasali. (2017). *Disruption*. Jakarta: Kompas Gramedia.

<sup>6</sup> M. Dedi, & Gedeona. H.T. (2017). *Demokrasi, Governance dan Ruang Publik*. Bandung: Alfabeta.

<sup>7</sup> Y. Keban.(2014). *Enam Dimensi Strategis Administrasi Publik, Konsep, Teori dan Isu*. Yogyakarta: Gavamedia.

<sup>8</sup> *Ibid.*

Beberapa teori tersebut di atas dapat dikaitkan dengan praktek kampanye, bahwa semua elemen masyarakat dapat menjadi agen pemilu, agen sosialisasi sesuai kapastitasnya masing-masing. Jika dikaitkan dengan disrupsi, saat ini pemilih dapat sekaligus bertindak sebagai pengawas dengan menyampaikan dugaan terjadinya kecurangan dan pelanggaran Pemilu, yang disajikan melalui postingan pada media sosial. Pemilih juga dapat bertindak sebagai agen sosialisasi sehingga dapat meyakinkan masyarakat untuk menggunakan hak pilihnya. Sedangkan penerapan beberapa prinsip *good governance* diwujudkan melalui kepastian hukum atas perubahan praktek kampanye Pilkada 2020. Berupa pelarangan diselenggarakannya kegiatan berupa pengerahan massa dalam rangka pencegahan meluasnya virus *Covid 19*.

## **B.2 Konstruksi Sosial dalam Kampanye**

Masyarakat kini hidup pada era keberlimpahan informasi khususnya melalui media sosial, tanpa bisa dibendung. Kampanye melalui media sosial yang berlangsung selama tiga bulan dapat dimanfaatkan oleh paslon untuk memperkenalkan visi, misi dan program kerjanya. Konstruksi sosial merupakan proses yang dapat diamati realisasinya pada kampanye Pilkada 2020. Konstruksi sosial dipahami sebagai bangunan pengetahuan masyarakat tentang sesuatu hal sebagai realitas sosial, yang dilakukan melalui proses internalisasi, legitimasi dan sosialisasi<sup>9</sup>. Berger dan Luckmann menekankan pentingnya proses sosial yang dilakukan secara simultan pada tahapan internalisasi, yaitu melalui pembentukan kesepakatan di antara kelompok sasaran<sup>10</sup>. Untuk merealisasikan hal tersebut, saat ini lebih banyak digunakan media sosial dalam kampanye.

Pesan yang disampaikan dikemas dengan baik agar dapat diterima oleh kelompok sasaran. Melalui pembentukan pola komunikasi dengan cara membangun *body of knowledge* meliputi sumber-pesan-media-penerima-pengaruh-umpan balik-lingkungan<sup>11</sup>. Uraian atas pola tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut: bertindak sebagai sumber adalah paslon dan tim kampanye, pesan berupa visi, misi, dan program kerja yang disampaikan melalui media sosial, untuk disampaikan kepada pemilih selama masa kampanye. Pemilihan media sosial yang tidak terbatas waktu 24 jam sehari ataupun 7 hari dalam seminggu, membuat internalisasi dapat dilakukan tanpa terputus. Pesan yang disampaikan terus menerus diperbaharui agar

---

<sup>9</sup> B.Bungin. (2018). Komunikasi Politik Pencitraan. Jakarta: Prenadamedia Grup.

<sup>10</sup> *Ibid.*

<sup>11</sup> H.Canggara. (2014). Komunikasi Politik. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

pemilih terpengaruh. Umpan balik dapat diamati pada pilihan yang mereka tetapkan. Pada tahapan internalisasi politik pencitraan juga diterapkan, Boorstin berpendapat bahwa citra lebih penting dari pada substansi yang menggantikan pengalaman dan wacana yang bersifat aktual. Pencitraan diwujudkan sebagai pesan publik yang dibuat dan difabrikasi, diciptakan dengan bantuan teknik visual dan verbal yang menarik<sup>12</sup>. Politik pencitraan kini menjadi bagian yang lazim diterapkan dalam kampanye, dan menjadi bagian yang tidak terpisahkan untuk meyakinkan pemilih.

Citra yang dibangun oleh paslon terutama pada masa pandemi ini tentu sangat terkait dengan atensi mereka terhadap pencegahan penyebaran *Covid 19*. Peran yang mereka jalankan dalam pembangunan daerahnya, dan berbagai bentuk pencitraan lainnya sesuai dengan kelompok masyarakat yang akan dituju. Seperti untuk menyasar kaum millennial, maka gaya tampilan ala millennial ditampilkan oleh paslon dalam membangun citra peduli dan dekat dengan millennial. Bahkan pencitraan (*image*) juga dilakukan melalui kegiatan-kegiatan yang bersifat pribadi seperti keakraban di antara keluarga paslon. Interaksi antara ayah dan anak-anaknya yang sudah remaja, kedekatan paslon dengan ibu kandungnya, aktivitas menjalankan ibadah, berbelanja di pasar-pasar tradisional, dan berbagai aktivitas lainnya. Meskipun semua aktivitas itu lebih tepat disebut ranah privat yang tidak perlu diketahui publik, tetapi seiring berlangsungnya era disrupsi semua aktivitas itu dipertontonkan dihadapan publik. Semua hal tersebut sangat terkait dengan politik pencitraan. Mereka menanamkannya melalui proses internalisasi dengan melibatkan bantuan tim kreatif yang merupakan bagian dari dunia industri. Baik industri berskala besar maupun kecil, Subawa & Mimaki menggolongkannya sebagai Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)<sup>13</sup>. Mereka berkontribusi penting bagi pertumbuhan ekonomi Negara.

Sebagai bagian dari konstruksi sosial pada tahapan kampanye, proses legitimasi akan terwujud jika pemilih telah resmi mengikatkan dirinya sebagai relawan dan pihak lain. Dalam regulasi kampanye, kedudukan relawan mendapatkan pengakuan sebagai kelompok orang yang melakukan kegiatan/aktivitas untuk mendukung paslon secara sukarela. Sedangkan pihak lain dimaksudkan orang-seorang atau kelompok yang melakukan kampanye untuk mendukung paslon. Tahapan sosialisasi pada proses

---

<sup>12</sup> I.S. Ibrahim. (2007). *Budaya Populer Sebagai Komunikasi*. Bandung: Jalasutra.

<sup>13</sup> N.S. Subawa & Mimaki, C.A. (2019) E-Marketplace Acceptance of MSMEs in bali based on performance expectancy and task technology fit. *ACM International Conference Proceeding Series*, pp. 157-160.

internalisasi dapat direalisasikan oleh relawan dan pihak lain yang dapat membantu tim kampanye untuk memperkenalkan eksistensi paslon. Sosialisasi pada Pilkada 2020 yang berlangsung di era Pandemi *Covid 19* lebih banyak dilakukan melalui media sosial. Bahkan mereka menggunakan akun media sosial mereka sendiri, yang sebenarnya tidak dibenarkan oleh regulasi yang ada.

### **B.3 Disruption Telah Terjadi di DKPP**

Eksisten Dewan Kehormatan Penyelenggara Pemilu (DKPP) sebagai salah satu lembaga dalam satu kesatuan fungsi penyelenggaraan Pemilu. DKPP memiliki kewenangan atributif melalui Undang-Undang Nomor 7 tahun 2017 bertugas untuk menerima, memeriksa dan memutuskan dan/atau laporan adanya pelanggaran kode etik yang dilakukan oleh anggota KPU, Bawaslu provinsi maupun kabupaten/kota. Data jumlah pengaduan yang ditangani DKPP dari bulan Januari sampai bulan September 2020 sebanyak 185 pengaduan, 105 dikategorikan TMS (tidak memenuhi syarat) dan 89 perkara memenuhi syarat (MS) untuk disidangkan.

Dalam menjalankan tugas dan wewenangnya, DKPP melaksanakan sidang pemeriksaan melalui tiga cara. Pertama sidang di DKPP, sidang setempat/di daerah, dan sidang jarak jauh (*video conference*). Jika dikaitkan dengan fenomena disrupsi, maka DKPP telah melakukan inisiasi penggunaan teknologi informasi dalam tahapan persidangan. Untuk merealisasikan hal tersebut tentunya telah muncul disruptiv pola pikir di kalangan DKPP, pihak teradu, pengadu dan pihak terkait, bahwa meskipun dilaksanakan melalui *video conference* tetap dimaknai sebagai sidang yang memiliki legitimasi hukum. Penerimaan pengaduan dan/atau laporan secara online, penerimaan administrasi dan verifikasi materiil, penyiapan perkara juga dilakukan secara online. Disrupsi regulasi ditunjukkan dengan perubahan cara beracara, sebagaimana tertuang pada Peraturan DKPP Nomor 3 Tahun 2017 tentang Pedoman Beracara Kode Etik Penyelenggara Pemilu. Peraturan tersebut mengatur prosedur teknis penerimaan pengaduan dan/atau laporan (langsung dan tidak langsung), serta persidangan. DKPP juga melakukan penguatan ekosistem informasi teknologi dengan menerbitkan Surat Keputusan Nomor 016/SK/K.DKPP/SET.03/V/2020 tentang Tata Cara Pelaksanaan Sidang Pemeriksaan DKPP Secara Virtual pada Masa Penanganan Pandemi Covid 19. SK tersebut ditandatangani oleh Ketua DKPP, dengan memutuskan untuk memberdayakan daring dan virtual, yang dapat menjangkau 11 provinsi.



Meliputi Aceh, Sumatra Utara, Sumatra Selatan, Jawa Tengah, Jawa Barat, Nusa Tenggara Barat, Sulawesi Barat, Sulawesi Selatan, Maluku, Papua dan Papua Barat.

Dari aspek keilmuan perubahan besar yang telah dilakukan DKPP dapat dijelaskan dengan teori dan konsep. Prinsip-prinsip *good governance* telah diterapkan, partisipasi masyarakat akan lebih mudah diwujudkan melalui pelaporan yang dapat dilakukan secara online. Perubahan regulasi telah dilakukan untuk memberikan kepastian hukum bagi penggunaan teknologi. Prinsip transparansi, akuntabilitas, efektif dan efisien juga dapat diwujudkan melalui penggunaan teknologi secara optimal, dalam pelaksanaan tugas dan fungsi DKPP. Selain itu prinsip responsif terhadap pengaduan dan/atau pelaporan dari masyarakat, stakeholder kepemiluan dapat direalisasikan oleh DKPP. Prinsip mengutamakan kepentingan bersama serta keadilan tanpa membedakan dalam memberikan perlakuan dapat diwujudkan. *Good governance* juga menegaskan adanya kolaborasi antara pemerintah (*state*), dunia usaha (*private sector*), dan masyarakat sipil (*civil society*) dalam praktek penyelenggaraan negara. Kehadiran dunia usaha pada upaya penegakan kode etik dapat diamati pada penggunaan platform teknologi informasi. Sedangkan keterlibatan *civil society* dimungkinkan dilakukan secara optimal melalui keaktifan mereka untuk mengajukan pelaporan dugaan pelanggaran kode etik yang dilakukan penyelenggara pemilu.

Selain prinsip *good governance*, disruptif yang terjadi pada DKPP merupakan realisasi dari *new public service* (NPM). Menyitir pendapat Rosenbloom dan Kravchuck menyatakan NPM dicirikan dengan birokrasi yang memperhatikan pasar, responsif terhadap kebutuhan masyarakat, melakukan deregulasi sesuai kebutuhan, lebih menjalankan fungsi *steering* daripada *rowing*, memberdayakan pelaksana lebih kreatif, penekanan pada budaya organisasi yang fleksibel, inovatif, dan berfokus pada pencapaian hasil<sup>14</sup>. Sebagai institusi yang lahir di era reformasi, DKPP telah dapat memenuhi semua indikator NPM tersebut. Terlebih dengan pemanfaatan teknologi informasi secara optimal yang telah dilakukan DKPP dalam menjalankan tugas dan fungsinya. Sehingga hasil nyata dari proses reformasi yang meliputi *saving*, perbaikan proses, perbaikan efisiensi, peningkatan efektivitas, dan perbaikan sistem administrasi meliputi peningkatan kapasitas, fleksibilitas, dan ketahanan.

Lebih lanjut secara teori, paradigma *New Public Service* (NPS) yang dicirikan dengan birokrasi yang memberi perhatian terhadap pelayanan

---

<sup>14</sup> Keban, *Loc.Cit.*

masyarakat, mengutamakan kepentingan umum, mengikutsertakan masyarakat, berpikir strategis, bertindak demokratis, memperhatikan norma, nilai, standard dan menghargai masyarakat. Item-item tersebut dalam praktek, fungsi dan tugas DKPP dapat direalisasikan secara optimal melalui penggunaan teknologi informasi, dan digitalisasi yang merupakan ciri khas disrupsi.

#### **B.4 Partisipasi *Civil Society* dan Pelanggaran Kode Etik**

Sebelum menguraikan potensi pelanggaran kode etik yang dapat terjadi pada penyelenggaraan Pilkada 2020, berikut akan disajikan data terkait penanganan perkara dugaan pelanggaran kode etik Penyelenggara Pemilu. Jumlah penanganan dugaan pelanggaran kode etik Penyelenggara sepanjang tahun 2020 hingga bulan september berjalan adalah 1.661 perkara. Sebanyak 6.682 penyelenggara Pemilu telah diperiksa dan diputus oleh DKPP. Dari jumlah tersebut sebanyak 2.988 atau sebesar 44,7% Penyelenggara Pemilu terbukti melanggar kode etik sebagai Penyelenggara Pemilu. Sebanyak 3.427 atau 51,3% Penyelenggara Pemilu tidak terbukti melanggar kode etik, dan direhabilitasi nama baiknya. DKPP juga mengeluarkan ketetapan untuk 267 atau 4% Penyelenggara Pemilu. Adapun modus pelanggaran kode etik Penyelenggara Pemilu sepanjang Januari hingga September 2020 paling banyak adalah perlakuan tidak adil, kelalaian pada proses Pemilu dan tidak adanya upaya hukum yang efektif. Kategori modus terdiri dari perlakuan tidak adil sejumlah 88, kelalaian pada proses Pemilu sebanyak 60, tidak adanya upaya hukum yang efektif sebanyak 31, penyalahgunaan kekuasaan/konflik kepentingan sebanyak 29, penyuaipan sebanyak 19, pelanggaran netralitas dan keberpihakan sebanyak 16, pelanggaran hukum sebanyak 11, manipulasi suara sebanyak 9, konflik internal institusi sebanyak 3, intimidasi dan kekerasan, kecurangan pemungutan suara dan lain-lainnya masing-masing satu.

Wujud partisipasi masyarakat dalam berdemokrasi salah satunya dilakukan dengan mendukung kinerja DKPP. Melakukan pelaporan dugaan pelanggaran kode etik Penyelenggara Pemilu, hal ini dapat berjalan secara ideal jika diberikan tempat dan perlindungan atas hak yang mereka jalankan. John Rawls menegaskan bahwa masyarakat secara terlembaga dapat tumbuh dan berkembang kerja sosialnya, apabila hak mereka mendapat perlindungan<sup>15</sup>. Karakteristik masyarakat sipil yang meliputi *free public sphere* (ruang publik yang bebas), demokratisasi, toleransi, pluralisme, *social justice*

---

<sup>15</sup> L.J. Kurniawan, & Puspitasari, H. (2016). Negara, Civil Society dan Demokratisasi. Malang: Intrans Publishing.

(keadilan sosial), partisipasi sosial, supremasi hukum juga dapat diamati dari banyaknya laporan dan aduan terlebih pada tahapan Pemilu.

Pelaporan yang dapat dilakukan secara online tentunya memudahkan masyarakat yang terbiasa menggunakan media daring terutama pada masa pandemi *Covid 19*. Kini partisipasi dan kontrol masyarakat dapat diwujudkan dengan *smartphone* yang berada dalam genggamannya mereka. Perubahan budaya instan yang terjadi di kalangan masyarakat sipil, membuat mereka merespon dengan cepat kesempatan yang diberikan oleh DKPP untuk berpartisipasi mengawasi kinerja Penyelenggara Pemilu. Kondisi ini tentunya harus disadari oleh Penyelenggara Pemilu, bahwa kini pelaporan dugaan pelanggaran kode etik dengan cepat dapat dilakukan oleh masyarakat melalui penggunaan teknologi informasi.

Penyelenggaraan tahapan kampanye pada Pilkada 2020 yang lebih banyak dilalihkan menggunakan teknologi informasi pada masa pandemi ini. Pembatasan tersebut akhirnya membuat penggunaan media daring dan media sosial sebagai tumpuan pelaksanaan kampanye. Pemilihan konten media sosial yang tepat agar tidak mengandung isu SARA, kampanye negatif yang saling menjatuhkan haruslah dihindari. Demikian juga sosialisasi yang dilakukan oleh KPU dalam rangka meningkatkan partisipasi masyarakat untuk menggunakan hak pilihnya juga lebih banyak menggunakan media daring dan media sosial. Terlebih adanya keresahan dan kekhawatiran berlebihan di kalangan masyarakat bahwa penyelenggaraan Pilkada 2020 dapat menimbulkan kluster penyebaran baru virus *Covid 19*. Ada ketakutan dan keengganan masyarakat untuk datang ke TPS saat hari pencoblosan. Sehingga perlu kerja keras dari jajaran KPU untuk melakukan sosialisasi. Terlebih pada daerah yang memiliki satu paslon, tantangan melakukan sosialisasi sangatlah besar. Perlu kehati-hatian, jangan sampai salah melakukan sosialisasi yang bisa dianggap menggiring masyarakat memilih paslon atau memilih kolom/kotak kosong. Hal ini dipandang sebagai pelanggaran kode etik seperti memihak, perlakuan tidak adil dan potensi pelanggaran kode etik lainnya.

## C. PENUTUP

### **Kesimpulan dan Saran**

Mengacu pada uraian pada latar belakang dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa disrupsi telah terjadi dalam praktek penyelenggaraan Pilkada 2020, khususnya pada tahapan kampanye. Metode kampanye yang

bersifat konvensional seperti tatap muka, pengerahan massa, pemasangan APK, penyebaran bahan kampanye kertas sudah semakin ditinggalkan oleh peserta Pemilu. Disrupsi yang dimaknai sebagai perubahan ke arah digitalisasi, ditinggalkannya pola lama menjadi pola baru, sangat jelas tampak pada pemilihan media sosial dan media daring sebagai metode kampanye yang utama. Pandemi *Covid 19* juga membuat KPU sebagai Penyelenggara Pemilu mengandalkan media sosial dan media daring sebagai media melakukan sosialisasi kepada masyarakat.

Dalam menjalankan tugas dan fungsinya, DKPP telah merespon perubahan ke arah digitalisasi, dengan menerima pengaduan/pelaporan secara *online*, menyelenggarakan sidang melalui *teleconference* dan secara virtual. Disrupsi secara menyeluruh telah terwujud pada DKPP, yaitu disruptiv regulasi, birokrasi, budaya dan pola pikir jajaran DKPP. Jika dikaitkan dengan paradigma keilmuan, maka Teori *Good Governance, New Public Service, New Public Management* telah terealisasi. Indikator-indikator teoritik dapat dipraktekkan dan diamati pada kinerja DKPP. Kolaborasi masyarakat sipil, pemerintah dan dunia usaha juga sudah diterapkan dalam penegakan kode etik bagi penyelenggara Pemilu. Sementara saran yang dapat direkomendasikan adalah perlunya peningkatan sosialisasi kode etik kepada stakeholder masyarakat luas. Eksistensi DKPP sebagai lembaga strategis yang memiliki tugas untuk menegakkan kode etik juga perlu untuk semakin dikenal.

## DAFTAR PUSTAKA

- Bungin, B. (2018). *Komunikasi Politik Pencitraan*. Jakarta: Prenadamedia Grup.
- Canggara, H. (2014). *Komunikasi Politik*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Dedi, M. & Gedeona, H.T. (2017). *Demokrasi, Governance dan Ruang Publik*. Bandung: Alfabeta.
- Ibrahim, I.S. (2007). *Budaya Populer Sebagai Komunikasi*. Bandung: Jelasutra.
- Kasali, R. (2017). *Disruption*. Jakarta: Kompas Gramedia.
- Kasali, R. (2018). *The Great Sifting*. Jakarta: Gramedia.

- Keban, Y. (2014). *Enam Dimensi Strategis Administrasi Publik, Konsep, Teori dan Isu*. Yogyakarta: Gavamedia.
- Kurniawan, L.J. & Puspitasari, H. (2016). *Negara, Civil Society dan Demokratisasi*. Malang: Intrans Publishing.
- Piliang, Y.A. (2004). *Dunia Yang Dilipat*. Bandung: Jalasutra.
- Subawa, N.S. & Mimaki, C.A. (2019) E-Marketplace Acceptance of MSMEs in bali based on performance expectancy and task technology fit. *ACM International Conference Proceeding Series*, pp. 157-160.
- Subawa, N.S. and Widhiasthini, N.W. (2020). Hegemony practice of consumers in disruption era. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 11 (3), 357-375.
- Widhiasthini, N. W., Subawa, N. S., Sedana, N., & Permatasari, N. P. I. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Partisipasi Masyarakat Dalam Pilkada Bali. *Publik (Jurnal Ilmu Administrasi)*, 8(1), 1-11.