

LAMPIRAN

LAMPIRAN

PEDOMAN WAWANCARA

PERAN MEDIA SOSIAL DALAM PEMILIHAN KEPALA DAERAH KABUPATEN TASIKMALAYA TAHUN 2020

1. Bagaimana tata cara pelaksanaan sosialisasi atau kampanye pasangan calon dalam media sosial ?
2. Media sosial apa saja yang digunakan dalam melakukan sosialisasi atau kampanye oleh pasangan calon ?
3. Apakah sosialisasi atau kampanye yang digunakan dalam media sosial memberikan dampak yang besar bagi pemilih pada pilkada tahun 2020?
4. Bagaimana cara bekerja dalam proses mempromosikan melalui media sosial ?
5. Apakah kelemahan dari sosialisasi atau kampanye yang dilakukan di media sosial ?
6. Bagaimana cara mendekatkan pasangan calon dan pemilih yang dilakukan di media sosial ?
7. Apakah ada hambatan selama proses sosialisasi atau kampanye yang digunakan dalam media sosial ?
8. Bagaimana cara menanggapi isu-isu sara atau pun ujaran kebencian yang ada di media sosial ?
9. Mengapa media sosial pada pilkada tahun 2020 ini menjadi penting bagi pasangan calon dalam mensosialisasikan diri atau kampanye ?
10. Apa saja pengaruh media sosial dalam melaksanakan sosialisasi atau kampanye ?
11. Bagaimana media sosial ini meyakinkan para pemilih untuk memilih pasangan calon tersebut ?

HASIL WAWANCARA

INFORMAN 1

Nama : Nana Sumarna, S.E

Jabatan : Wakil Ketua DPC Kabupaten Tasikmalaya

No	Pertanyaan	Jawaban
1.	Bagaimana cara sosialisasi pasangan calon dalam kampanye ?	Secara normatif pasangan calon memang hari ini sudah ada sedikit ada inovasi berkaitan dengan sosialisasi. Pasangan calon itu sendiri di media sosial terlihat dari munculnya beberapa calon yang membuat web portal, Instagram, Facebook, Twitter, dan lain-lain. Media sosial yang di gunakan juga berdasarkan zona, ada WA Blush dan WA Butting
2.	Apa dampak yang diberikan dari kampanye media sosial di Kabupaten Tasikmalaya ?	Secara dampak yang paling besar di media sosial itu ada di Facebook. Cuma memang belum signifikan. Yang lebih efektif memang tatap muka.

3.	Bagaimana cara kerja pasangan calon di media sosial ?	Sedikit tahu, karena saya termasuk ke dalam bagian atau terlibat dengan salah satu calon. Walaupun secara institusi KNPI tidak netral. Tetapi secara personal preferensi politiknya ada gambaran, visi dan misinya.
4.	Apa kelemahan media sosial ini ?	Tidak setiap masyarakat di Kabupaten Tasikmalaya mempunyai media sosial. Sehingga proses pemilu ini tidak signifikan.

INFORMAN 2

Nama : Darul Maarif

Jabatan : Tim Sukses Calon Bupati Kabupaten Tasikmalaya

No	Pertanyaan	Jawaban
1.	Bagaimana menurut pandangan Darul peran media sosial bagi para calon pemimpin daerah di Kabupaten Tasikmalaya ?	“Seperti yang tadi kita bahas, bahwa setiap calon Bupati di Kabupaten Tasikmalaya ini harus membangun perannya masing-masing di dalam dua dunia dengan satu karakter. Media social yang begitu banyak ragamnya sebisa mungkin para calon harus bisa mengangkat jati dirinya di media social. Karena hal tersebut menjadikan nilai tambah bagi para calon untuk mendapat kepercayaan dari masyarakat. Akan tetapi yang paling utama di dunia nyata mereka harus tetap memberikan kesan yang baik, agar masyarakat percaya bahwa mereka sebagai pemimpin yang baik.”
2.	Apakah media sosial menjadi salah satu keberhasilan kampanye bagi setiap calon ?	“media sosial memang menjadi salah satu keberhasilan marketing untuk kemenangan para calon. Akan tetapi selebihnya yang menjadikannya menang adalah konsep

		<p>pemikiran yang dibangun oleh masing-masing kandidat lewat tim suksesnya. Karena tetap juga kalau misalkan punya media sosial, akan tetapi jarang di gunakan dan tidak aktif. Hanya sekedar untuk punya dan pencitraan saja pasti masyarakat juga menilai itu. Makanya dikatakan bahwa media sosial merupakan wadah untuk menjadi demokratis.”</p>
3.	<p>Apa manfaat dari media sosial bagi calon dan masyarakat ?</p>	<p>“media sosial menjadikan kita untuk lebih interaktif dengan sesama, secara tidak langsung kita menjadi membahas pemimpin dengan rakyat untuk memilih yang terbaik. Sehingga media social sangat berperan untuk para calon kepala daerah Kabupaten Tasikmalaya di Tahun 2022 ini. Dimana tahun ini, merupakan tahun digitalisasi.”</p>
4.	<p>Apakah media sosial berfungsi objektif untuk wadah pemasaran diri setiap calon ?</p>	<p>“Media sosial memang berfungsi sebagai wadah untuk pemasaran diri. Akan tetapi ada trik untuk mencapai popularitas dengan membeli followers, atau editan konten yang menjadi lebih menarik atau simpatik. Seperti</p>

		<p>di contohkan oleh Pak H. Ade Sugiono yang memiliki jumlah sekitar lima ribu lebih dan Pak Cecep Nurul Yakin yang jumlah followers instagramnya mencapai 14 ribu lebih. Hal tersebut memang dibangun atas dasar kreatifitas mereka dan keaktifan mereka di sosial media. Sehingga sangat menarik perhatian masyarakat untuk dapat memilih mereka sebagai pemimpin pada akhirnya.”</p>
--	--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------