

PANDUAN MEDIA CENTER UNTUK OPTIMALISASI PENYELENGGARAAN PEMILU

KATA PENGANTAR

TITI ANGGRAINI

TIM PENYUSUN

KHOLILULLAH P, MARDIANSYAH,
INSANY SYAHBARWATI,
JALU P. PRIAMBODO, HADIYATULLOH

PANDUAN MEDIA CENTER

UNTUK OPTIMALISASI PENYELENGGARAN PEMILU

TIM PENYUSUN

Kholilullah P.
Mardiansyah Insany
Syahbarwati
Jalu Pradhono
Hadiyatulloh

DESAIN-LAYOUT

Eko Punto Pambudi

CETAKAN I, DESEMBER 2014

Kerjasama IFES Indonesia dan Perludem

DITERBITKAN OLEH:

Yayasan Perludem

Jl. Tebet Timur IVA No. 1
Tebet, Jakarta Selatan 12820, Indonesia
Telp. +62-21-8300004, Faks. +62-21-83795697
<http://www.perludem.or.id>

PENGANTAR

SEBAGAI syarat dan perangkat demokrasi, pemilihan umum atau pemilu harus dilaksanakan secara bebas, jujur dan adil, atau *free fair election*. UUD 1945 menegaskan bahwa asas pelaksanaan pemilu adalah langsung, umum, bebas, dan rahasia, serta jujur dan adil, atau *luber dan jujur*. Pemilu yang *luber dan jujur* akan terwujud apabila dikelola oleh penyelenggara yang mandiri, imparsial, berintegritas, dan profesional. Oleh karena itu, konstitusi menegaskan, bahwa pemilu diselenggarakan oleh suatu komisi pemilihan umum yang bersifat nasional, tetap, dan mandiri.

Pemilu merupakan ajang kompetisi partai politik, calon anggota legislatif, dan calon pejabat eksekutif untuk memperebutkan jabatan-jabatan publik. Kompetisi untuk memperebutkan suara dan kursi itu sedemikian sengit, sehingga membutuhkan penyelenggara yang mandiri, tidak gampang dipengaruhi dan diintervensi oleh pihak lain, konsisten menjalankan peraturan perundang-undangan, dan terampil menyelesaikan semua pekerjaan teknis pelaksanaan pemilihan. Di sinilah penyelenggara dituntut berlaku adil dalam memberikan layanan informasi kepada semua pemangku kepentingan pemilu, khususnya partai politik, calon, dan pemilih.

Partai politik sebagai peserta pemilu, tidak saja membutuhkan informasi tentang peraturan perundang-undangan, tetapi juga teknis pelaksanaan pemilu, yang meliputi persyaratan, prosedur dan jadwal pemilu. Informasi macam itu dibutuhkan oleh partai politik agar

mereka mampu menyusun strategi yang tepat dalam memperebutkan suara dan kursi. Para calon anggota legislatif dan calon pejabat eksekutif, juga membutuhkan berbagai macam informasi tentang pemilu, agar mereka bisa mengikuti jalannya pemilu dengan baik, berkampanye sesuai peraturan, dan terhindar dari segala macam sanksi akibat ketidaktahuan peraturan. Sementara itu pemilih membutuhkan informasi pemilu lebih banyak, bukan sekadar informasi kapan dan bagaimana memilih, tetapi juga profil partai dan calon yang akan mereka pilih. Di sinilah pentingnya penyelenggara pemilu, khususnya KPU dan KPU provinsi membangun media center pemilu.

Pertama, dengan media center, KPU dan KPU provinsi bisa menyalurkan semua informasi pemilu, baik melalui media massa, maupun secara langsung dengan menggunakan perangkat media yang tersedia. Kedua, dengan media center, KPU dan KPU provinsi bisa menerima kritik, saran, dan masukan dari para pihak yang terlibat dalam pemilu, yang disalurkan melalui media massa maupun perangkat media yang tersedia. Informasi timbal balik dari dan ke penyelenggara pemilu tersebut tentu saja berpengaruh terhadap kualitas penyelenggaraan pemilu, sehingga pemilu benar-benar berlangsung secara luber dan jurdil. Apabila pemilu benar-benar berlangsung secara luber dan jurdil, maka siapapun akan bisa menerima hasil pemilu dengan lapang dada.

Peran penting media center dalam meningkatkan kualitas pemilu, sejauh ini baru dijalankan dengan sungguh-sungguh oleh KPU. Kesungguhan KPU dalam membangun media center tidak hanya ditunjukkan oleh adanya ruang konferensi pers di kantor KPU, tetapi juga oleh tersedianya

semua layanan informasi pemilu yang bisa diakses media massa untuk selanjutnya disebarakan ke masyarakat luas, sehingga partai politik, calon, dan pemilih mengetahuinya. KPU juga menyediakan ruang diskusi dan memaksimalkan teknologi internet untuk menyebarluaskan informasi ke masyarakat. Sayangnya, praktek media center itu berhenti di KPU RI, di Jakarta, sementara banyak KPU provinsi dan KPU kabupaten/kota yang mengabaikannya. Jikapun sudah ada, pengembangan media center di KPU provinsi belum terstruktur dan terencana dengan baik.

Oleh karena itu atas dasar dukung KPU, pada Pemilu 2014, Perludem menginisiasi pendirian media center di enam KPU provinsi: Aceh, Sumatera Utara, Jawa Tengah, Maluku, Papua, dan Papua Barat. Bagi keenam KPU provinsi tersebut, aktivitas media center sebetulnya bukan barang baru. Mereka sudah mempraktekkannya pada pemilu-pemilu sebelumnya, terlebih pilkada yang mereka tangani sendiri, tanpa banyak sokongan KPU. Meskipun demikian, keenam KPU provinsi tersebut menyambut antusias pendirian media center yang ditawarkan oleh Perludem. Memang, awalnya ada beberapa anggota KPU provinsi yang merasa belum *sreg* dengan kegiatan media center. Mereka bukan meragukan manfaatnya, juga bukan antipati dengan Perludem, tetapi lebih berhati-hati karena kegiatan ini bisa menimbulkan prasangka macam-macam dari pemangku kepentingan pemilu lain, khususnya partai politik, calon, maupun tim kampanye. Namun setelah melalui diskusi intensif, akhirnya tercipta kesepahaman, sehingga media center di lima KPU provinsi pun dijalankan.

Sampai pemilu legislatif dan pemilu presiden berakhir, tidak ada satu pun pemangku kepentingan yang keberatan

atau protes atas kegiatan media center. Bahkan pengurus partai politik, calon, dan tim kampanye merasa mendapat banyak manfaat karena media center dapat menjembatani komunikasi mereka dengan KPU provinsi. Jembatan yang diciptakan media center bukan hanya dalam bentuk pemberitaan di media massa, tetapi juga komunikasi langsung melalui jumpa pers dan diskusi. Kelompok-kelompok pemilih pun mendapatkan manfaat dari media center, karena begitu banyak informasi pemilu yang membuka wawasan mereka. Apalagi kegiatan media center ini juga bergandengan dengan kegiatan pendidikan pemilih yang dijalankan oleh Jaringan Pendidikan Pemilih untuk Rakyat (JPPR), sehingga hampir semua tuntutan atas kebutuhan pendidikan pemilih yang disalurkan melalui media center bisa langsung ditangani oleh JPPR.

Dalam membangun dan menggerakkan media center KPU provinsi, posisi Perludem hanyalah sebatas fasilitator. Perludem memfasilitas beberapa hal yang dibutuhkan media center, karena KPU provinsi dalam kondisi terbatas atau tidak memilikinya. Misalnya, fasilitas komputer dan internet yang mampu mengadakan *live streaming*, memang tidak disediakan atau dianggarkan KPU, sehingga Perludem membantu mewujudkannya. Fasilitas ini penting agar kegiatan-kegiatan penting KPU provinsi, seperti rekapitulasi penghitungan suara, bisa diikuti oleh masyarakat luas. Namun fasilitasi pengembangan pengetahuan dan keterampilan, seperti strategi mengarahkan pemberitaan media, cara v dan tips mengelola media sosial, dan teknik melakukan *live streaming*, jauh lebih penting artinya bagi KPU provinsi. Sebab jika anggota KPU provinsi sudah paham tentang seluk beluk media center, demikian

juga staf sekretariat KPU provinsi sudah terampil dalam menjalankan fungsi-fungsi teknis media center, maka kegiatan media center pada pemilu-pemilu mendatang tinggal menggelinding kembali saja.

Buku **Panduan Media Center** ini merupakan buah dari pembelajaran membangun dan mengelola media center di enam KPU provinsi pada Pemilu 2014. Pada bagian pertama, menjelaskan arti penting media center bagi pelaksanaan pemilu yang luber dan jujur. Sedang pada bagian kedua, mengajarkan tentang strategi dan teknis pelaksanaan media center. Tujuan penerbitan buku panduan ini tidak lain agar pengalaman membangun dan mendirikan media center di enam KPU provinsi pada Pemilu 2014 bisa menginspirasi dan memandu KPU provinsi dan KPU kabupaten/kota yang hendak membangun dan mengelola media center untuk pemilu atau pilkada akan datang. Bagaimana pun pengalaman adalah guru yang utama, sehingga buku ini diharapkan benar-benar bermanfaat dalam upaya meningkatkan kualitas pemilu yang luber dan jujur.

Terima kasih kepada Komisioner KPU Ferry Kurnia Rizkyansyah, yang aktif mendukung Perludem dalam mengembangkan media center di enam KPU provinsi. Pak Ferry tak hanya antusias dengan gagasan dan rencana pendirian media center di KPU provinsi, tetapi juga mencari jalan keluar ketika muncul masalah dalam pendirian dan pengelolaan media center. Terima kasih kepada ketua, anggota, sekretaris, dan staf sekretariat KIP Aceh, KPU Sumatera Utara, KPU Jawa Tengah, KPU Maluku, KPU Papua, dan KPU Papua Barat atas kerja sama yang hangat dalam mewujudkan kegiatan media center. Memang sering terjadi miskomunikasi pada masa awal pendirian media

center, namun dalam perjalanan kemudian berlangsung lancar sehingga tanpa sadar pemilu sudah selesai dan merasa sedih untuk menutup kegiatan media center.

Terima kasih kepada kawan-kawan Mata Aceh, KIPPAS Medan, Pattiro Semarang, AJI Ambon, dan AJI Jayapura yang menjadi mitra Perludem dalam mendirikan dan mengelola media center bersama anggota dan staf KPU provinsi masing-masing. Tanpa kesungguhan dan kerja keras kawan-kawan semua, tidak mungkin kegiatan media center ini bisa berjalan baik. Kepada Saudara Kholilullah P, Ibrohim, dan Tim Penulis Panduan Media Center, terima kasih atas segala jerih payahnya untuk memimpin, mengkoordinasi dan menjalankan kegiatan media center ini hingga berhasil. Akhirnya kepada IFES dan USAID kami mengucapkan banyak terima kasih atas dukungannya. Semoga kegiatan media center dan penerbitan buku ini benar-benar bermanfaat bagi peningkatan kualitas pemilu dan pembangunan demokrasi Indonesia.

Jakarta, Oktober 2014

Direktur Eksekutif Perludem

Titi Anggraini

DAFTAR ISI

Pengantar	iii
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel	x
Daftar Gambar	x
Daftar Singkatan	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
I. Latar Belakang	1
II. Era Keterbukaan Informasi Publik	5
III. Pengalaman Media Center Di 6 Provinsi	9
BAB II MENGELOLA INSTRUMEN STRATEGIS PENYEBARAN INFORMASI	15
I. Kesekretariatan Media Center	16
II. Website Resmi Penyelenggara Pemilu	22
III. Jurnalistik (Pemberitaan)	55
IV. Media Sosial Resmi Penyelenggara Pemilu	103
V. Kanal Video Streaming Penyelenggara Pemilu	151
Daftar Pustaka	177

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Penurunan Partisipasi Pemilih dalam Pileg dan Pilpres Paskareformasi.....	3
Tabel 2	Fitur-Fitur Umum Youtube.....	135

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	diagram Penurunan Partisipasi Pemilih dalam Pileg dan Pilpres Paska Reformasi.....	4
Gambar 2	Contoh Ruang Media Center di KIP Aceh.....	17
Gambar 3	Contoh Ruang Media Center di KPU Sumut.....	17
Gambar 4	kegiatan Fgd di Media Center KIP Aceh.....	20
Gambar 5	kegiatan diskusi Publik yang diselenggarakan oleh Perludem di Media Center KPU RI (Kiri), dalam kegiatan Pelatihan Media Center untuk Pegawai KPU Sumut yang diselenggarakan oleh Yayasan KIPpas (Kanan)..	21
Gambar 6	Halaman Muka Website KPU RI.....	24
Gambar 7	Halaman Muka Website KPU Maluku.....	27
Gambar 8	Contoh Surat Permohonan Pengurusan Website Resmi Institusi Pemerintahan.....	28
Gambar 9	Contoh Surat Kuasa Pengurusan Website Resmi Institusi Pemerintahan.	29
Gambar 10	Logo Platform Website yang Paling Banyak digunakan, dari Kiri ke Kanan; Wordpress, Drupal, Joomla.	34
Gambar 11	Tampilan Halaman Website Apachefriends.org untuk Mendownload Xampp.....	36
Gambar 12	Setup Xampp Pertama	37
Gambar 13	Setup Xampp kedua.....	37
Gambar 14	Setup Xampp ketiga.....	38
Gambar 15	Setup Xampp keempat.....	38

Gambar 16	Setup Xampp kelima	38
Gambar 17	Tampilan Xampp Dengan Service Apache dalam Mysql yang Telah Aktif	40
Gambar 18	Tampilan Xampp yang Sudah Berjalan Dengan Baik	40
Gambar 19	Tampilan Phpmysql dari Http://Localhost/Xampp/ yang diakses Secara Offline.....	41
Gambar 20	Halaman Database pada Http://Localhost/Xampp/	42
Gambar 21	Halaman Depan Proses Penginstalan Joomla 3.....	44
Gambar 22	Halaman Konfigurasi Database.....	44
Gambar 23	Halaman Overview.	45
Gambar 24	Tampilan Proses Penginstalan	46
Gambar 25	Tampilan Joomla yang Telah Selesai diinstal	46
Gambar 26	Tampilan Awal Website yang Berhasil dibuat.	47
Gambar 27	Ilustrasi Alur Kerja Website.....	52
Gambar 28	Ilustrasi Teknis Kerja Pengelolaan Website.....	53
Gambar 29	Jakarta, Ibukota Twitter Dunia.	104
Gambar 30	Profil Pengguna Internet dalam Media Sosial di Indonesia.	105
Gambar 31	Socio Technographics Ladder Pengguna Media Sosial.	106
Gambar 32	Screen Capture Tweet Rldwan Kamil Merespon Cepat keluhan Warga Tentang Jalan Rusak.....	108
Gambar 33	Respons Lanjutan Walikota Bandung, Rldwan Kamil, Terhadap Laporan Warga.....	110
Gambar 34	Hasil Survey Tentang Budaya ketertarikan Netizen Terhadap Merek di Media Sosial.....	111
Gambar 35	Perbedaan Mendasar Antara Facebook, Twitter dalam Google Plus.....	113
Gambar 36	Tampilan Box Sign-Up Facebook.....	114
Gambar 38	Fitur Personal pada Facebook.....	116
Gambar 39	Fitur Pages pada Facebook.....	117
Gambar 40	Akun Pages Rldwan Kamil.....	119
Gambar 41	Halaman Statistik Pages yang Menunjukkan Kinerja Pages.	120
Gambar 42	Posisi Tombol Membuat Groups pada Halaman Profil.....	121
Gambar 43	Halaman Registrasi pada Situs www.twitter.com	123
Gambar 44	Halaman www.twitter.com Pengguna Setelah Log In.....	124
Gambar 45	Message Box untuk Menulis Status, dimana Karakter Tulisan Telah Melebihi 82 Halaman dari 140 Karakter yang diperbolehkan.....	125
Gambar 46	Kultwit Seorang Publik Figure di Twitter.....	126

PANDUAN MEDIA CENTER

Gambar 47	Halaman Depan Aplikasi Tweetdeck.twitter.com.....	127
Gambar 48	Halaman Muka Google Plus.....	128
Gambar 49	Halaman Pertama yang Muncul untuk Melakukan Registrasi (Kiri), Halaman Registrasi Setelah Mengklik Link Create An Account (Kanan).	129
Gambar 50	Fitur Google Plus untuk Mencari dalam Menambah Pertemanan (Circle).....	130
Gambar 51	Halaman Google Plus yang Sudah diaktifkan dalam Siap untuk Hangouts.	131
Gambar 52	Video Streaming Secara Internasional.....	131
Gambar 53	Halaman Depan Akun Gmail Setelah Log In, Aplikasi Youtube dapat diakses pada Tombol Bertanda Merah.	133
Gambar 54	Halaman Depan Akun Gmail Setelah Tombol Aplikasi diklik, Tampak Menu untuk Youtube (Bertanda Merah).....	133
Gambar 55	Halaman Depan Akun Youtube.....	134
Gambar 55	Klik Tombol Upload pada Halaman Depan Situs Youtube (Setelah Log In).....	137
Gambar 56	Muncul Halaman untuk Mengupload Video Anda, Lalu Klik pada Tanda Panah (yang dilingkar Merah).....	138
Gambar 57	Kemudian Muncul Box Pesan untuk Memilih File yang Akan diupload, Pilih Filenya dalam Klik Open.	138
Gambar 58	Berikutnya Pemrosesan Akan Berlangsung Hingga Selesai, Lalu Lengkapi Informasi yang Ingin disampaikan, Setelah Itu Klik Tombol Publikasikan.	138
Gambar 59	Skema Komunikasi.	139
Gambar 60	Informasi-Informasi yang Harus dikelola dalam diperlakukan Secara Khusus untuk disampaikan oleh Admin Melalui Media Sosial.	140
Gambar 61	Ilustrasi Perkembangbiakan Virus Viral yang Cepat dalam Masif	143
Gambar 62	Tampilan Hasil Analisa Twitter Counter.	146
Gambar 63	Tampilan Scoring pada Klout.....	147
Gambar 64	Tampilan Papan Analisa pada Tweetreach	148
Gambar 65	Tampilan Analisa pada Sentiment140.....	148
Gambar 66	Tampilan Analisa pada Faker Status People	149
Gambar 67	Tampilan Hasil Analisa dari Politicawave.....	150
Gambar 68	Alat Syuting untuk Menangkap Gambar Audio Visual.....	154
Gambar 69	Perangkat Video Streaming dari Kiri ke Kanan; Laptop; Blackmagic Design, Logo Wirecast, Logo Quicktime, Streambox (Teradek).	156

Gambar 70	Langkah 1, Setup Streambox.....	158
Gambar 71	Langkah 2, Setup Streambox.....	158
Gambar 72	Langkah 3, Setup Streambox.....	159
Gambar 73	Langkah 4, Setup Streambox.....	159
Gambar 74	Langkah 5, Setup Streambox.....	160
Gambar 75	Langkah 6, Setup Streambox.....	160
Gambar 76	Langkah 7, Setup Streambox.....	161
Gambar 78	Langkah 9, Setup Streambox.....	162
Gambar 79	Langkah 10, Setup Streambox.....	162
Gambar 80	Langkah 11, Setup Streambox.....	163
Gambar 81	Langkah 12, Setup Streambox.....	163
Gambar 82	Langkah 13, Setup Streambox.....	164
Gambar 83	Langkah 14, Setup Streambox.....	164
Gambar 84	Langkah 15, Setup Streambox.....	165
Gambar 85	Langkah 16, Setup Streambox.....	165
Gambar 86	Langkah 17, Setup Streambox.....	166
Gambar 87	Main Window Wirecast Layout.....	167
Gambar 88	Preview Video On Wirecast Window.....	168
Gambar 89	Wirecast Master Audio.....	169
Gambar 90	Window Utama Dengan Shot List yang disembunyikan.....	170
Gambar 91	Window Utama Dengan Shot List yang disembunyikan.....	171
Gambar 92	Tampilan Windows Dengan Master Layer.....	172
Gambar 93	Membuka Shot List Secara Terpisah.....	173
Gambar 94	Langkah Instalasi Software Streaming 1.....	173
Gambar 95	Langkah Instalasi Software Streaming 2.....	174
Gambar 96	Langkah Instalasi Software Streaming 3.....	175

DAFTAR SINGKATAN

Luber	: Langsung, Umum, Bebas dan Rahasia
Jurdil	: Jujur dan Adil KPU RI : Komisi Pemilihan Umum Republik Indonesia
KPUD	: Komisi Pemilihan Umum Daerah
Tupoksi	: Tugas Pokok dan Fungsi
Pemilu	: Pemilihan Umum
Golput	: Golongan Putih
Perludem	: Perkumpulan Untuk Pemilu dan Demokrasi
Pileg	: Pemilihan Legislatif
Pilpres	: Pemilihan Presiden
DPT	: Daftar Pemilih Tetap
KTP	: Kartu Tanda Penduduk
Bawaslu	: Badan Pengawas Pemilihan Umum
OMS	: Organisasi Masyarakat Sipil
UU	: Undang-Undang
KIP	: Keterbukaan Informasi Publik
PPID	: Pejabat Pengelola Informasi Daerah
FGD	: Focus Group Discussion
PKPU	: Peraturan Komisi Pemilihan Umum
LSM	: Lembaga Swadaya Masyarakat
KIP	: Komisi Independen Pemilihan
Sumut	: Sumatera Utara
UPS	: Uninterruptible Power Supply
AC	: Air Conditioner
Ormas	: Organisasi Masyarakat
OKP	: Organisasi Kepemudaan
KIPPAS	: Kajian Informasi Pendidikan dan Penerbitan Sumatera
HTML	: Hyper Text Markup Language
URL	: Uniform Resource Locator
Permenkominfo	: Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika
SKPD	: Satuan Kerja Perangkat Daerah

Pemprov	: Pemerintah Provinsi
Pemkab	: Pemerintah Kabupaten
Pemkot	: Pemerintah Kota
Dispenda	: Dinas Pendapatan Daerah
Jateng	: Jawa Tengah
Jatim	: Jawa Timur
PANDI	: Pengelola Nama Domain Internet Indonesia
KTP	: Kartu Tanda Penduduk
MB	: Mega Byte
GB	: Giga Byte
ASP	: Active Server Pages
PHP	: PHP: Hypertext Preprocessor
JSP	: Java Server Page
FTP	: File Transfer Protocol
CMS	: Content Management System
SOP	: Standard Operational Procedure
SDM	: Sumber Daya Manusia
RT	: Rukun Tetangga
RW	: Rukun Warga
DPS	: Daftar Pemilih Sementara
KPPS	: Kelompok Penyelenggara Pemungutan Suara
UUD 1945	: Undang-Undang Dasar 1945
DPR	: Dewan Perwakilan Rakyat
DPD	: Dewan Perwakilan Daerah
DPRD	: Dewan Perwakilan Rakyat Daerah
Orba	: Orde Baru
MK	: Mahkamah Konstitusi
Parpol	: Partai Politik
DP4	: Data Penduduk Potensial Pemilih Pemilu (DP4)
Golput	: Golongan Putih

PANDUAN MEDIA CENTER

Caleg	: Calon Legislatif
Capres	: Calon Presiden
PPK	: Panitia Pemilihan Kecamatan
PPS	: Panitia Pemungutan Suara
PPSLN	: Panitia Pemungutan Suara Luar Negeri
KPPSLN	: Kelompok Penyelenggara Pemungutan Suara Luar Negeri
Panwaslu	: Panitia Pengawas Pemilu
JPPR	: Jaringan Pendidikan Pemilih untuk Rakyat
KIPP	: Komite Independen Pemantau Pemilu
Komnas	: Komisi Nasional
DKPP	: Dewan Kehormatan Penyelenggara Pemilihan Umum
PTUN	: Pengadilan Tata Usaha Negara
DPTb	: Daftar Pemilih Tambahan
DPK	: Daftar Pemilih Khusus
DPKTb	: Daftar Pemilih Khusus Tambahan
Pilkada	: Pemilihan Kepala Daerah
Dapil	: Daerah Pemilihan
TPS	: Tempat Pemungutan Suara

BAB I

PENDAHULUAN

I. LATAR BELAKANG

Komunikasi adalah salah satu kemampuan institusional yang paling penting untuk dimiliki oleh setiap lembaga publik termasuk Penyelenggara Pemilu, dalam hal ini KPU, KPU Provinsi dan KPU Kabupaten/Kota. Komunikasi yang sifatnya memperkuat koordinasi menjadi salah satu kunci sukses dalam keberhasilan pelaksanaan tahapan Pemilu. Sama pentingnya dengan persepsi publik terhadap kompetensi dan kredibilitas Penyelenggara Pemilu dalam melaksanakan tugasnya. Namun kemampuan komunikasi ini justru sering dinilai belum sepenuhnya berhasil untuk dikembangkan secara mandiri. Itu sebabnya Media, Lembaga Akademik, dan Organisasi Masyarakat Sipil sangat bermanfaat untuk dilibatkan sebagai jembatan strategis yang menghubungkan Penyelenggara Pemilu dengan penerima manfaatnya atau masyarakat secara luas.

Pemilu 2009 cukup menunjukkan upaya proaktif KPU RI untuk membangun komunikasi yang efektif dengan para *stakeholder*, terutama yang terikat langsung dengan peraturan dan keputusan KPU RI seperti Partai Politik (Parpol), Para Kandidat dan Pemilih secara luas. Di saat

KPU sedang berupaya mengelola komunikasi dengan segala keterbatasannya, Media justru tidak mendapatkan informasi yang tepat dan utuh. Akibatnya banyak media menerjemahkan langkah KPU secara berbeda bahkan berpotensi untuk mendiskreditkan tahapan yang sedang berlangsung. Hal ini semata-mata terjadi hanya karena informasi yang kurang tepat dan bangunan komunikasi KPU yang belum efektif. Oleh karena itu, hubungan antara KPU dan Media merupakan kunci dari membangun dan mempertahankan kredibilitas pelaksanaan tahapan Pemilu.

Namun komunikasi tidak hanya terbatas dengan Media saja. Komunikasi yang efektif juga harus dibangun dengan partisipasi aktif dari para pihak dalam Pemilu seperti Partai Politik, Peserta Pemilu, dan Organisasi Masyarakat Sipil yang ingin memberikan kontribusinya dalam tahapan Pemilu melalui Pendidikan Pemilih, Pemantauan dan Advokasi. Mengelola relasi ini mungkin tidak mudah mengingat adanya warisan ketidakpercayaan yang melekat di antara para *stakeholder*. Namun setelah relasi tersebut berhasil dibangun dengan baik, maka cukup banyak manfaat yang akan diterima oleh semua.

MENURUNNYA TINGKAT PARTISIPASI PEMILIH DALAM PEMILU

Komunikasi juga menyangkut kualitas informasi –dalam format sosialisasi– yang disampaikan ke publik, yang juga merupakan poin penting dari sukses tidaknya Pemilu. Persoalan komunikasi di samping dapat mengakibatkan

kesalahpahaman di antara para pihak, juga diyakini berkontribusi terhadap menurunnya tingkat partisipasi pemilih, bahkan masyarakat, dalam Pemilu. Pandangan ini diperkuat dengan temuan-temuan akademis. Misalnya, Bismar Arianto (2011) menemukan bahwa salah satu penyebab menurunnya partisipasi masyarakat dalam Pemilu adalah karena kurangnya sosialisasi, yang menyebabkan informasi tentang Pemilu yang diterima masyarakat sangat sedikit. Di samping penyebab lainnya seperti faktor teknis, jenis pekerjaan pemilih, administrasi dan persoalan politik.

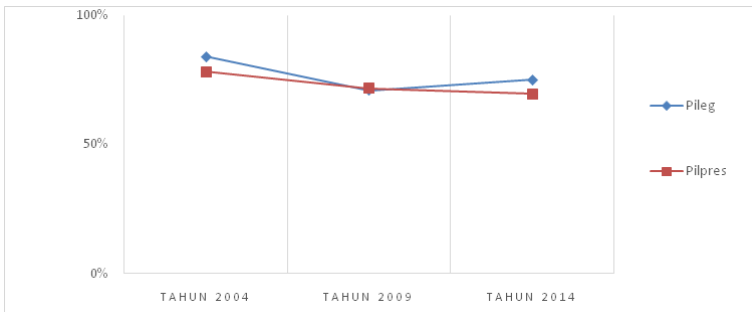
Faktanya, *trend* partisipasi pemilih memang menurun dari periode ke periode. Artinya, paska reformasi pemilih Golput (orang yang tidak memilih baik secara sadar maupun tidak) semakin meningkat secara signifikan. Portal berita Pemilu milik Perludem; www.rumahpemilu.org, pernah merilis bahwa partisipasi pemilih dalam Pemilu Legislatif (Pileg) dan Pemilihan Presiden (Pilpres) paska reformasi mengalami fenomena penurunan sebagai berikut:

TABEL 1: PENURUNAN PARTISIPASI PEMILIH DALAM PILEG DAN PILPRES PASKA REFORMASI.

NO.	PEMILU	2004	2009	2014
1	Pemilihan DPR, DPD dan DPRD	84.07%	70.99%	75.11%
2	Pemilihan Presiden	78.20%	71.70%	69.58%

Menurunnya angka partisipasi pemilih di atas menunjukkan bahwa aspek komunikasi yang telah dibangun oleh para pihak selama ini belum cukup ampuh dalam menjangkau masyarakat dan pemilih.

GAMBAR 1: DIAGRAM PENURUNAN PARTISIPASI PEMILIH DALAM PILEG DAN PILPRES PASKA REFORMASI.



Secara implisit, angka tersebut juga dapat dikatakan kembali menegaskan faktor penyebab turunnya tingkat partisipasi dalam Pemilu. Bahwa masih banyak masyarakat dan pemilih yang belum mengetahui dengan baik apa hak mereka dalam Pemilu, bagaimana caranya terdaftar dalam DPT, bagaimana memanfaatkan KTP dalam hal tidak terdaftar di DPT, bagaimana cara memilih, bagaimana dan kemana menyampaikan komplain atau keluhan, dan lain sebagainya. Itu sebabnya, dengan keterbatasan sumber daya yang ada pada Penyelenggara Pemilu, dibutuhkan upaya ekstra dan dukungan dari seluruh komponen untuk dapat memberi kontribusi dan mengisi celah-celah strategis yang luput jangkauan Penyelenggara Pemilu. Penyelenggara Pemilu tidak bekerja sendiri, dan komunikasi dalam bentuk apapun menjadi sangat berarti.

Untuk menyatukan para pihak seperti KPU, Bawaslu, Media, OMS dan pihak berkepentingan lainnya dibutuhkan sebuah media, agenda atau gerakan bersama yang

dapat memfasilitasi terjadinya interaksi yang intensif dan menghadirkan harmoni. Adanya interaksi ini dapat mendorong semua pihak untuk dapat melakukan peran dan fungsi masing-masing secara optimal. Di sinilah akan terjadi konfirmasi dan klarifikasi atas suatu informasi, saling berbagi informasi dan data, saling melengkapi dan mengisi celah-celah kosong dengan sumber daya yang dimiliki, dan lain sebagainya. Media mendapatkan informasi yang valid dan dapat mempublikasikannya dengan tepat, Penyelenggara Pemilu dapat melaksanakan tugasnya dalam memberikan pendidikan pemilih secara optimal, masyarakat sipil dapat berpartisipasi aktif dalam tahapan Pemilu. Kolaborasi ini akan memberikan dampak yang sangat positif untuk meminimalisir kelemahan yang terdapat dalam proses pelaksanaan tahapan Pemilu dan menekan angka Golput. Sekurang-kurangnya, fasilitasi tersebut dapat dilakukan melalui sebuah Media Center KPU, KPU Provinsi, dan KPU Kabupaten/Kota.

II. ERA KETERBUKAAN INFORMASI PUBLIK

Dewasa ini, Keterbukaan Informasi Publik telah menjadi mainstream dalam penyelenggaraan Pemerintahan Indonesia. Perkembangan ini dimulai dengan lahirnya UU No. 14 Tahun 2008 tentang Komisi Informasi Publik (KIP). Alasan yang mendasari lahirnya regulasi ini adalah; (i) bahwa informasi merupakan Hak Asasi Manusia, (ii) keterbukaan informasi juga ditujukan untuk mengoptimalkan pengawasan publik dalam penyelenggaraan pemerintahan

dan segala sesuatu yang berkaitan dengan kepentingan publik, serta (iii) guna memberikan kepastian hukum bagi publik untuk mendapatkan informasi. Dengan demikian, Keterbukaan Informasi Publik turut menjadi isu penting dalam pelaksanaan Pemilu di Indonesia.

Amanat untuk menerapkan Keterbukaan Informasi Publik ini menuntut Penyelenggara Pemilu agar memahami dan menerapkan pengelolaan informasi publik berdasarkan 4 kategorisasi sebagaimana yang telah diatur dalam Pasal 9 Pasal 10 dan Pasal 11 UU No. 14 Tahun 2008, yaitu:

1. Informasi yang wajib disediakan dan diumumkan secara berkala.
2. Informasi yang wajib diumumkan secara serta-merta.
3. Informasi yang wajib tersedia setiap saat.
4. Sebagai tambahan, terdapat juga Informasi yang dikecualikan (Pasal 17).

Regulasi tersebut mengatur secara *rigid* persoalan Informasi Publik, misalnya informasi apa yang harus disajikan dan bagaimana cara menyajikannya agar dapat diakses oleh publik secara luas. Dalam penyajian informasi publik, UU KIP menempatkan Pemerintah dalam posisi aktif, bukan pasif. Kendati institusionalisasi UU KIP belum teraplikasi ke seluruh aspek pemerintahan, namun penting bagi setiap lembaga pemerintahan, terutama seluruh jajaran Penyelenggaraan Pemilu, untuk segera menginisiasi pelaksanaannya. Caranya adalah dengan mewujudkan kelembagaan PPID (Pejabat Pengelola Informasi Daerah) di KPU terkait. Namun mengingat proses pembentukan yang

tidak mudah, maka sekurang-kurangnya Penyelenggara Pemilu dapat mengoptimalkan peran dan fungsi PPID melalui penyediaan dan pelaksanaan Media Center. Dengan demikian, kebutuhan informasi bagi masyarakat dapat terpenuhi.

DINAMIKA INFORMASI PUBLIK

Data dan informasi, dalam format Pendidikan Pemilih biasanya sampai kepada masyarakat melalui media Pelatihan, FGD (*Focus Group Discussion*), Pertemuan Publik, papan pengumuman/reklame atau aktivitas lapangan lainnya. Namun di era informasi seperti ini, penyampaian informasi melalui media online merupakan pilihan yang sangat strategis, karena sangat efisien dan cukup efektif dibandingkan dengan cara konvensional bila ditinjau dari beberapa sudut pandang. Sejauh ini, Penyelenggara Pemilu sudah menunjukkan keseriusannya dalam menyajikan informasi yang dibutuhkan oleh publik. Untuk melaksanakan Pasal 9, 10 dan 11 UU KIP, Penyelenggara Pemilu juga telah membuat website resmi guna memastikan informasi kepemiluan dapat dengan mudah diakses masyarakat secara online.

Banyak hal yang berkaitan erat dengan informasi kepemiluan, seperti sistem, manajemen, aktor, penegakan hukum kepemiluan dan lain sebagainya. Semua informasi tersebut penting untuk diketahui dan dipahami oleh masyarakat, terutama pemilih. Juga penting bagi masyarakat untuk memahami isu perempuan, kelompok

disabilitas dan marginal, bahkan memahami peran KPU dan para stakeholder itu sendiri. Hal ini sangat bermanfaat guna menumbuhkan sensitivitas publik terhadap partisipasi dan pemantauan dalam tahapan Pemilu. Dengan media yang telah ada, data dan informasi yang dimaksud semestinya dapat dengan mudah disajikan melalui website resmi Penyelenggara Pemilu. Namun hingga kini, informasi-informasi dimaksud belum berhasil dihadirkan secara optimal.

Faktornya beragam, misalnya karena kekhawatiran atau keraguan untuk menyajikan data dan informasi, kurangnya pengetahuan tentang data dan informasi yang mesti disampaikan kepada publik, data dan informasi tersebut belum terkelola dengan baik akibat disiplin pengarsipan yang belum kuat, data dan informasi tersebut memang tidak tersedia, ada harapan imbal jasa dari oknum pengelola data dan informasi yang dimaksud, atau tidak adanya anggaran untuk menyampaikan informasi tersebut kepada publik secara inisiatif. Terkait dengan kekhawatiran dalam berbagi data dan informasi, ini disebabkan karena internalisasi UU KIP kedalam Penyelenggara Pemilu belum maksimal. Akibatnya, masih didapati Penyelenggara Pemilu yang menganggap dokumen-dokumen tertentu rahasia, seperti profil dan laporan keuangan KPU terkait, profil dan laporan keuangan dana kampanye Partai Politik Peserta Pemilu, profil Peserta Pemilu, DPT, dan informasi penting lainnya.

Itu sebabnya, sangat penting bagi Penyelenggara Pemilu untuk mendalami kembali kategorisasi informasi yang dimuat dalam UU No. 14 Tahun 2008. KPU RI juga telah

mengeluarkan PKPU No. 1 Tahun 2014 tentang Standar Layanan dan Prosedur Penyelesaian Sengketa Informasi Pemilihan Umum untuk menegaskan kembali semangat keterbukaan informasi di lingkungan Penyelenggara Pemilu. KPU RI juga pernah merinci data dan informasi yang wajib disediakan dan diumumkan oleh Penyelenggara Pemilu dalam PKPU No. 23 Tahun 2010 tentang Pedoman Pelayanan Informasi di Lingkungan KPU. Dengan mendalami kembali regulasi terkait, maka Penyelenggara Pemilu akan mendapatkan konfidensi yang cukup untuk menyajikan data dan informasi kepada publik. Hal ini juga dapat membantu pengayaan materi data dan informasi yang wajib disajikan oleh Penyelenggara Pemilu dalam website resminya. Dengan pemenuhan informasi yang optimal, selain memperkuat kredibilitas penyelenggara dalam menyelenggarakan Pemilu, juga dapat mendorong meningkatkan partisipasi masyarakat dalam Pemilu.

III. PENGALAMAN MEDIA CENTER DI 6 PROVINSI

Dalam rentang waktu 10 bulan, Perludem telah mendukung optimalisasi peran dan fungsi Media Center KPU Provinsi di 6 daerah, yaitu Aceh, Sumatera Utara, Jawa Tengah, Maluku, Papua Barat dan Papua. Perludem merasa penting untuk menyampaikan narasi ini mengingat pembelajaran yang diperoleh selama penyelenggaraan Pileg dan Pilpres 2014 akan sangat bermanfaat untuk dibagikan kepada KPU Provinsi lainnya. Hal ini pula yang melatari diterbitkannya Manual Media Center Penyelenggara Pemilu

demikian mengabadikan proses teknis operasionalisasi Media Center KPU Provinsi pada saat itu. Poin pentingnya adalah, peran dan dukungan dari semua pihak dapat menutupi celah-celah kosong yang luput dari jangkauan Penyelenggara Pemilu.

Pelaksanaan dukungan Media Center KPU Provinsi dilaksanakan di bawah dukungan payung hukum PKPU No. 23 Tahun 2013 tentang Partisipasi Masyarakat dalam Penyelenggaraan Pemilu serta Surat Edaran KPU No.175/KPU/III/2014 perihal Optimalisasi Sosialisasi dan Peningkatan Partisipasi Masyarakat. Dengan semangat membantu penyelenggaraan Pemilu yang partisipatif, Perludem menjembatani Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) daerah untuk bekerja sama dengan KPU Provinsi dalam mengelola Media Center KPU Provinsi. LSM daerah secara aktif mengumpulkan tim yang berkompeten dan memberikan pendampingan yang intensif dan erat kepada KPU Provinsi dalam mengoperasikan Media Center. Konsep ini selain dapat menghubungkan KPU Provinsi dengan publik, meminimalisir jarak antara KPU Provinsi dengan LSM, juga membantu KPU Provinsi dalam mengoptimalkan fungsi sosialisasi dan diseminasi informasinya.

Pendampingan yang dilakukan oleh Perludem adalah dengan mengoptimalkan media kampanye KPU Provinsi dengan memberikan dukungan fasilitas yang dibutuhkan oleh sebuah Media Center guna memperkuat dan menyempurnakan upaya pendidikan pemilih dari aspek online dan offline. Dalam prosesnya, KPU Provinsi bekerja sama dengan LSM dan Media melalui wadah Media Center

secara kolaboratif dalam satu tim dan satu sistem. Namun kolaborasi ini tidak dimaksudkan untuk menjadikan ke-3 institusi ini sebagai satu kepentingan dan bekerja secara vertikal. Namun ketiganya bekerjasama dengan saling berintegrasi secara fungsi dalam satu kondisi kesetaraan dan satu motivasi kemasyarakatan. Ketiga institusi ini bekerja secara harmonis untuk saling menutupi celah-celah kosong dalam penyelenggaraan Pemilu, terutama melakukan peran-peran sosialisasi dan diseminasi informasi serta pendidikan pemilih.

Optimalisasi fungsi tersebut dilaksanakan melalui 5 instrumen strategis, yaitu:

1. Kesekretariatan Media Center.
2. Website Resmi Penyelenggara Pemilu.
3. Jurnalistik (Pemberitaan).
4. Media Sosial Resmi Penyelenggara Pemilu.
5. Kanal Video Streaming Penyelenggara Pemilu.

KONFIGURASI TIM KERJA

Dalam posisi yang ideal, sekurang-kurangnya 5 fungsi diatas dapat dilakukan oleh masing-masing 1 orang pelaksana. Sehingga dibutuhkan 5 orang staf, yaitu:

1. Satu orang Media Center Officer untuk mengelola acara-acara kesekretariatan Media Center, serta menjadi Tim Leader Media Center.
2. Satu orang Webmaster untuk mengelola website Resmi Penyelenggara Pemilu.

3. Satu orang Jurnalis untuk mengelola Jurnalistik (Pemberitaan).
4. Satu orang Medsos Officer untuk mengelola Media Sosial Resmi Penyelenggara Pemilu.
5. Satu orang Kanal Video Streaming Penyelenggara Pemilu.

Dalam hal ketiadaan sumberdaya yang cukup, maka fungsi diatas dapat dirampingkan menjadi 3 orang staf sebagai berikut:

1. Satu orang Media Center Officer untuk mengelola acara-acara kesekretariatan Media Center, serta menjadi Tim Leader Media Center.
2. Satu orang Webmaster untuk mengelola website, mengelola Media Sosial, dan mengelola Kanal Video Streaming Penyelenggara Pemilu sekaligus.
3. Satu orang Jurnalis untuk mengelola Jurnalistik (Pemberitaan).

Fungsi pengelolaan website, media sosial dan kanal video streaming dapat digabung untuk dikelola satu orang karena mempertimbangkan ritme kerja, kesempatan waktu serta wilayah kerja yang masih bersinggungan dalam hal dukungan fasilitas kerja yang digunakan. Pengelolaan website yang harus fokus dan disiplin dapat diselingi dengan mengelola media sosial. Dengan catatan, materi media sosial diback-up oleh anggota tim lainnya. Selain karena dapat menggunakan perangkat laptop yang sama, maintenance website tidak harus dilakukan dalam hitungan jam.

Demikian pula dengan pengelolaan media sosial yang

tidak menekankan disiplin waktu. Materi media sosial cukup dibebankan kepada Jurnalis, dan pengelola media sosial hanya memposting dan menyebarkan informasi yang sudah jadi. Walaupun dalam momentum tertentu, seorang pengelola media sosial dapat melakukan *live posting* (misalnya *live tweet*) terhadap situasi pemilihan yang sedang berlangsung. Akan tetapi kondisi ini tidak akan mengganggu siklus maintenance website karena sifatnya yang momentual.

Sementara mengelola website dan media sosial, seseorang yang dibebankan dengan peran ini dapat juga mengelola video streaming. Karena dalam proses pengambilan gambarnya, kinerja pengambilan gambar dapat dikurangi hanya pada satu angle saja. Prinsipnya, informasi kegiatan dan objek-objek tertentu tetap dapat disalurkan melalui internet untuk diakses *users* (pengguna internet). Bahkan pada momen tertentu, pengelolaan website, media sosial dan video streaming dapat dilakukan secara bersamaan sekaligus karena perangkat teknologi yang digunakan relatif sama; laptop, akses internet, dan perangkat video streaming. Kesimpulannya, 3 fungsi tersebut dapat dilakukan oleh satu orang.

Melihat beban kerja tim, maka penting untuk dipertimbangkan oleh Penyelenggara Pemilu bahwa tim Media Center tidak dibebankan dengan aktivitas lain selain tupoksi ke-Media Center-an sebagaimana yang dijelaskan di atas. Supaya kinerja tim dan output yang dihasilkan bisa lebih baik, yang berujung pada kinerja sosialisasi dan diseminasi informasi Penyelenggara Pemilu yang baik pula.

BAB II

MENGELOLA

INSTRUMEN STRATEGIS

PENYEBARAN INFORMASI

BANYAK instrumen yang dapat digunakan oleh Institusi Pemerintahan, termasuk Penyelenggara Pemilu, untuk mengoptimalkan dan mengefektifkan sebaran materi informasi kepada masyarakat. Dewasa ini, instrumen untuk mendukung sebaran informasi tidak hanya efektif dilakukan secara interaksi langsung (offline), namun juga dapat dilakukan secara tidak langsung (online). Yang dimaksud dengan interaksi langsung berupa pertemuan tatap muka, fasilitas berwujud seperti papan informasi atau reklame, atau fasilitas lain yang bisa diperoleh oleh masyarakat secara fisik. Sedangkan interaksi tidak langsung merupakan interaksi yang terjadi melalui internet dan melibatkan semua fasilitas yang mendukungnya. Prinsipnya adalah, semua potensi saluran interaksi dimanfaatkan untuk memfasilitasi masyarakat dengan informasi yang ingin diperolehnya.

Instrumen yang memfasilitasi interaksi online antara Penyelenggara Pemilu dengan Masyarakat cukup strategis untuk dioptimalkan penggunaannya. Tidak dapat dipungkiri, banyak manfaat yang melekat pada instrumen ini, di antaranya; efisiensi dan efektivitas anggaran, efisiensi dan efektivitas waktu, efisiensi dan efektivitas dokumentasi,

efisiensi dan efektivitas komunikasi, dan lain-lain. Di antara banyaknya instrumen interaksi yang dimaksud, setidaknya-tidaknya perlu dipertimbangkan beberapa instrumen yang saat ini banyak digunakan, yaitu; Website, Jurnalistik, Media Sosial, Video Streaming.

Guna memberikan pemahaman dan pedoman operasional dasar, maka berikut ini akan dipaparkan secara rinci dan mendalam wawasan, cara beserta tips untuk mengoperasikan instrumen tersebut.

I. KESEKRETARIATAN MEDIA CENTER

Kantor atau kesekretariatan Media Center penting untuk disediakan agar fungsi-fungsi yang diharapkan dapat berjalan dengan fokus dan optimal. KPU RI melalui PKPU No. 4 Tahun 2011 tentang Pedoman Standar Gedung Kantor KPU, KPU Provinsi, KIP Provinsi, KPU Kabupaten/Kota dan KIP Kabupaten/Kota telah mensyaratkan agar Kantor Media Center merupakan sebuah ruangan tersendiri dengan luas 50m² (5x10). Aturan tersebut juga mensyaratkan adanya sebuah Ruang Data Center dengan luas 6m² (3x2). Namun melihat fungsinya, ruangan ini sebenarnya dapat dijadikan satu ruangan agar memudahkan proses penyimpanan atau pertukaran data dan informasi.

Gambar di bawah adalah Ruang/Kantor Media Center KIP Aceh yang terpisah dari bangunan induknya. Bangunan ini terdiri dari 2 ruangan, yaitu; ruangan pertemuan dan ruangan kerja Tim Media Center, sangat ideal untuk dijadikan contoh Media Center.

GAMBAR 2: CONTOH RUANGAN MEDIA CENTER DI KIP ACEH.



Sedangkan gambar di bawah ini adalah contoh Ruang/ Kantor Media Center KPU Sumut yang merupakan bagian dari bangunan induknya. Bangunan ini merupakan bagian sudut dari Gedung KPU Sumut dan terdiri dari satu ruangan berukuran 3x4 meter.

GAMBAR 3: CONTOH RUANGAN MEDIA CENTER DI KPU SUMUT.



Dalam hal ketiadaan ruangan yang khusus, beberapa KPU Provinsi berinisiatif menggunakan salah satu ruang kosong atau ruang rapatnya sebagai Media Center untuk sementara waktu. Setidaknya peran dan fungsi Media Center dapat berjalan dengan baik. Inisiatif dari KPU Provinsi atau KPU Kabupaten/Kota untuk menyediakan dan mengaktifkan Media Center, kendati dimulai dari ruangan yang belum memenuhi standar yang ditetapkan, mendapatkan penilaian positif dan apresiasi tersendiri dari para pihak.

A. FASILITAS MEDIA CENTER

Fasilitas minimal yang perlu dipertimbangkan untuk disediakan dalam Media Center adalah sebagai berikut:

1. Kursi dan Meja Administrasi untuk pelaksana Media Center.
2. Desktop Computer untuk pelaksana Media Center.
3. Lemari Arsip untuk dokumentasi hardcopy Tim Pelaksana Media Center.
4. Printer-Scanner untuk digunakan bersama.
5. UPS Device.
6. Alat Tulis Kantor (Kertas, dll).
7. Kursi dan Meja untuk digunakan oleh pengunjung, terutama Jurnalis.
8. Desktop Computer untuk digunakan oleh pengunjung, terutama Jurnalis.
9. Kursi tamu untuk kapasitas 3 orang.
10. Seperangkat fasilitas Coffee Break (Dispenser, Gelas,

Sendok, Bubuk Kopi, Bubuk Teh, Gula, dan sebagainya).

11. Air Conditioner (AC).

12. Koneksi Internet, direkomendasikan menggunakan WIFI.ID atau Speedy, Up to 1 Mega Byte.

Ruangan Media Center perlu disemarakkan dengan wallpaper yang berciri khas KPU terkait, atau setidaknya banner yang menandakan bahwa ruangan tersebut adalah Media Center.

Dalam hal tidak tersedianya ruangan dan anggaran yang cukup, maka patut dipertimbangkan untuk menggandakan atau menambahkan jumlah fasilitas di atas beserta fasilitas pendukung lainnya seperti; Televisi, perangkat Sound System, Infocus, Papan Flipchart beserta kertas Planonya, dan lain-lain. Juga penting untuk menyediakan set alat kantor (Kursi dan Meja) untuk kapasitas minimal 20 orang yang dapat dimanfaatkan untuk pertemuan besar. Namun yang terpenting adalah, perlu ada seorang penanggung jawab teknis yang fungsinya mengelola fasilitas yang tersedia dan Tim Kerja yang ada. Tim Kerja yang akan dilibatkan juga mengikuti fungsi Media Center, maka jumlahnya dapat ditentukan sendiri berdasarkan kebutuhan sebagaimana yang telah dijelaskan pada Bab I.

B. PEMANFAATAN RUANGAN MEDIA CENTER

Keberadaan seorang Penanggungjawab dan Tim Kerja akan memudahkan untuk pelaksanaan dan pemanfaatan kesekretariatan Media Center dengan maksimal. Media Center yang memiliki fasilitas mumpuni seperti ruangan

pertemuan besar dan ruangan kerja khusus Tim Media Center (contoh Media Center KIP Aceh), maka di bawah kendali Penanggungjawab, ruangan tersebut dapat dikelola dengan cepat untuk kebutuhan yang bersifat pertemuan, baik yang dilakukan secara terencana maupun dadakan dikarenakan fungsinya yang sudah stand by. Pertemuan-pertemuan yang dimaksud yaitu:

1. Konferensi Pers.
2. Diskusi Publik, FGD, Seminar.
3. Audiensi.
4. Tempat para jurnalis bekerja dengan memanfaatkan fasilitas komputer dan koneksi internet yang tersedia.

GAMBAR 4: KEGIATAN FGD DI MEDIA CENTER KIP ACEH.



Ruang Media Center yang belum memadai untuk pertemuan besar, maka dengan koordinasi yang cukup, kegiatan konferensi pers, diskusi atau audiensi dapat dilakukan di salah satu ruangan rapat KPU terkait. Penanggungjawab Media Center perlu menyelenggarakan kegiatan yang bersifat diskusi pemilihan secara rutin, misalnya 2 minggu atau 1 bulan sekali. Apabila kegiatan-kegiatan seperti konferensi pers dan audiensi jarang dilakukan.

GAMBAR 5: KEGIATAN DISKUSI PUBLIK YANG DISELENGGARAKAN OLEH PERLUDEM DI MEDIA CENTER KPU RI (KIRI), DAN KEGIATAN PELATIHAN MEDIA CENTER UNTUK PEGAWAI KPU SUMUT YANG DISELENGGARAKAN OLEH YAYASAN KIPPAS (KANAN).



KPU Provinsi, melalui Penanggungjawab Media Center perlu juga memberikan kesempatan kepada pihak lain (seperti LSM, Ormas, OKP, dll) untuk menggunakan fasilitas Media Center terutama ruangan pertemuan, untuk digunakan sebagai tempat diskusi yang ingin dilaksanakan oleh masing-masing pihak tersebut. Dengan catatan, pemanfaatan tersebut tidak dikenakan biaya sekecil apapun oleh KPU Provinsi. Hal ini, selain dapat membantu aktivitas

Media Center meningkat, juga dapat membangun interaksi yang baik. Dengan interaksi yang baik, maka akan terwujud komunikasi yang konfirmatif antara para pihak dengan KPU terkait, dan meminimalisir miss-informasi atau kesalahpahaman yang terjadi.

II. WEBSITE RESMI PENYELENGGARA PEMILU

Website adalah sejumlah halaman yang ditulis dengan kode tertentu (HTML) yang memuat berbagai macam informasi yang terkait dengan pemilih website. File tersebut disusun dalam suatu folder yang kemudian diupload ke server yang terhubung dengan internet sehingga bisa diakses oleh orang dari seluruh dunia. Agar mudah diingat, suatu website diberi nama yang disebut dengan alamat domain atau subdomain.

Dewasa ini, website telah menjadi alat atau media yang sangat penting bagi individu maupun lembaga sebagai sarana informasi, sarana berkomunikasi dengan para pihak, atau sebagai media untuk menyimpan informasi dan data yang bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan. Bahkan hampir di seluruh struktur Pemerintahan suatu Negara, website telah menjadi sarana yang wajib untuk disediakan dan turut menjadi indikator penilaian sukses tidaknya suatu institusi.

Bagi Penyelenggara Pemilu seperti KPU RI, KPU Provinsi maupun KPU Kabupaten/Kota, website sangat penting mengingat informasi dan data yang dimiliki oleh KPU memiliki konsekwensi hukum dan politik. Banyak

informasi dan data yang menjadi kepentingan pengawasan dan pemantauan banyak pihak. Terutama terhadap perubahan-perubahan aturan main seperti perubahan tahapan, kebijakan teknis penyelenggaraan, atau sekedar menjadi bahan pengawalan seperti hasil rekapitulasi suara dari berbagai level perhitungan. Perubahan informasi dan data tersebut perlu menjangkau penggunaanya dalam waktu cepat agar tidak memunculkan polemik dan menjadi komoditi politik tertentu.

A. UNSUR-UNSUR WEBSITE

Untuk menghasilkan sebuah website, maka terlebih dahulu seorang pengelola website di Media Center KPU Provinsi, yang lazim disebut sebagai Admin atau Webmaster, perlu memahami dan memenuhi unsur-unsur sebagai berikut:

1. NAMA DOMAIN

Nama Domain atau URL adalah alamat unik di dunia internet yang digunakan untuk mengenali dan menemukan sebuah situs. Nama domain diperjualbelikan secara bebas di internet dengan status sewa tahunan. Nama domain sendiri mempunyai identifikasi ekstensi/akhiran sesuai dengan kepentingan dan lokasi keberadaan website tersebut.

Contoh domain berekstensi internasional: com, net, org, info, biz, name, ws. Contoh nama domain berekstensi lokasi Negara Indonesia adalah co.id (untuk nama domain website perusahaan), ac.id (nama domain website pendidikan), go.id

(nama domain website instansi pemerintah), or.id (nama domain website organisasi) atau .id (nama domain website wilayah Indonesia). Terkait dengan lembaga Penyelenggara Pemilu, contoh nama domain yang paling jelas adalah www.kpu.go.id.

GAMBAR 6: HALAMAN MUKA WEBSITE KPU RI.



a. Nama Website

Nama website Pemerintahan dan Pemerintahan Daerah harus sesuai dengan peraturan yang berlaku. Berdasarkan Pasal 9 Permenkominfo No. 28 Tahun 2006 tentang Penggunaan Nama Domain go.id untuk Situs Web Resmi Pemerintahan Pusat dan Daerah, apabila pemerintahan di tingkat pemerintahan daerah mempunyai lebih dari 1 (satu) situs web, maka penamaan situs web lainnya harus menggunakan sub level domain yang diletakkan di depan nama domain. Pengelolaan sub domain diatur oleh Gubernur, Bupati, dan Walikota.

Lebih lanjut, untuk penggunaan nama domain

pemerintahan daerah menggunakan nama resmi daerah bersangkutan atau singkatannya, diikuti singkatan nama pemerintahan daerah. Untuk Pemerintah Provinsi singkatan yang digunakan adalah 'prov', Pemerintah Kabupaten singkatannya adalah 'kab', Pemerintah Kota singkatannya adalah 'kota'. Sebagai contoh:

- Web Pemprov Sumatera Utara: www.sumutprov.go.id
- Web Pemkab Bandung: www.bandungkab.go.id
- Web Pemkot Palu: www.palukota.go.id

Untuk Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD), penamaan situs web menggunakan sub domain, yang diletakkan di depan nama domain dengan didahului oleh tanda baca "." (dot). Sebagai contoh:

- Web Dispenda Pemkab Bandung:
www.dispenda.bandungkab.go.id
- Web Kantor Pusat Data Elektronik Pemprov.
Jateng: www.kpde.jatengprov.go.id

Pasal 10 Permenkominfo No. 28 Tahun 2006 menjelaskan lebih lanjut, bahwa untuk pemerintahan vertikal di daerah, penamaan situs webnya harus menggunakan sub domain lokasi keberadaan instansinya/lembaganya diikuti nama domain instansi/ lembaga pusatnya.

Untuk lembaga pemerintahan pusat vertikal di daerah, nama situs webnya menggunakan sub domain

lokasi keberadaan instansinya diikuti instansi pusatnya.
Sebagai Contoh:

- Web Kantor Wilayah Badan Pertanahan Nasional
Jatim: www.jatim.bpn.go.id
- Web Kantor Pertanahan Kota Surabaya:
www.surabayakota.bpn.go.id

Dalam implementasinya, KPU Provinsi dan Provinsi Kabupaten/Kota telah menggunakan domain aktif dengan rumusan: www.kpu-namadaerahprov.go.id, juga rumusan yang berlaku sebagaimana kelembagaan vertikal. Sebagai contoh:

- Web KIP Aceh:
<http://kip-acehprov.go.id>
- Web KPU Sumatera Utara:
<http://kpud-sumutprov.go.id>
- Web KPU Jateng:
<http://kpu-jatengprov.go.id>
- Web KPU Maluku:
<http://kpu-malukuprov.go.id>
- Web KPU Papua Barat:
<http://kpu-papuabaratprov.go.id>
- Web KIP Banda Aceh:
<http://kip-bandaacehkota.go.id>
- Web KPU Manokwari:
<http://manokwarikab/kpu.go.id>

GAMBAR 7: HALAMAN MUKA WEBSITE KPU MALUKU.



b. Pengurusan Domain

Website atau situs Pemerintahan dan Pemerintahan Daerah yang menggunakan ekstensi go.id yang hanya disediakan oleh PANDI (Pengelola Nama Domain Internet Indonesia). Untuk mengadakan ekstensi ini, harus melalui pengurusan administrasi tertentu, yaitu menyertakan:

- Fotokopi KTP Sekretaris KPU terkait;
- Surat Permohonan dari KPU terkait;
- Surat Kuasa dari Ketua KPU terkait.

Pengurusan administrasi pembuatan website resmi KPU Provinsi, di awal dapat dilakukan secara online, dengan mengunjungi website resmi PANDI pada alamat www.pandi.id dan melakukan registrasi pada page Daftar

Domain. Selanjutnya cukup mengikuti langkah-langkah yang diminta serta mengupload file softcopy administrasi sebagaimana yang disyaratkan diatas, yang di-scan dari hardcopy file aslinya.

GAMBAR 8: CONTOH SURAT PERMOHONAN PENGURUSAN WEBSITE RESMI INSTITUSI PEMERINTAHAN.

Lampiran 1. Contoh Surat Permohonan

Logo Instansi	PEMERINTAH KOTA XXX SEKRETARIAN DAERAH JL. XYZ No Telepon.....fax.....
------------------	---

Bogor, 20 Agustus 2006

Nomor : Sifat : Biasa Lampiran : Perihal : Pendaftaran pengunaan nama domain go.id	Kepada Yth : Menteri Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia di Jakarta
--	---

Untuk meningkatkan layanan pemerintahan kepada masyarakat melalui jaringan internet, kami bermaksud membuat situs website sebagai media komunikasi dan informasi dengan masyarakat luas.

Sehubungan dengan hal tersebut bersama ini kami mengajukan nama domain

www.xxxkota.go.id

Mohon dapat dilakukan registrasi oleh Departemen Komunikasi dan Informatika

Demikian permohonan ini disampaikan, atas perhatian diucapkan terimakasih.

Sekretaris Daerah Kota

(.....)
Nip :.....

Tembusan :
- Walikota XXX

10

Contoh surat permohonan dan surat kuasa dapat dilihat secara detail pada Lampiran 1 dan Lampiran 2 Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika No. 28 Tahun 2006 tentang Penggunaan Nama Domain go.id untuk Situs Web Resmi Pemerintahan Pusat dan Daerah.

GAMBAR 9: CONTOH SURAT KUASA PENGURUSAN WEBSITE RESMI INSTITUSI PEMERINTAHAN.

Lampiran 2. Contoh Surat Kuasa

Logo Instansi	PEMERINTAH KOTA XXX SEKRETARIAN DAERAH Jl. XYZ No Telepon.....fax.....
------------------	---

SURAT KUASA
Nomor :

Yang bertanda tangan di bawah ini, selanjutnya disebut sebagai pihak Pertama

Nama lengkap :
Nama Instansi :
Jabatan :
Alamat :
Nomor Telepon :
Faximil :

Memberikan kuasa kepada Pihak Kedua :

Nama :
No.KTP. :
Jabatan :
Alamat :
Nomor Telepon :
Faximil :

Untuk melakukan pendaftaran nama domain : www.xxxkota.go.id yang selanjutnya akan digunakan sebagai alamat resmi website pemerintah kota xxx. Penanggung jawab penggunaan dan pengelolaan nama domain adalah tetap pada pihak pertama.

Demikian surat kuasa ini dibuat untuk dimanfaatkan sebagaimana mestinya.

Sekretaris Daerah Kota

(.....)
Nip.....

Tembusan :
- Walikota XXX

11

Setelah proses pendaftaran online selesai, selanjutnya pihak yang mengurus harus mengirimkan dokumen asli ke kantor PANDI atau mendatangi kantornya secara langsung dalam ingin mempercepat proses pengurusan website di alamat: Gedung Oleos 2 lantai 6, Jalan Kebagusan 1 No 6. Jakarta Selatan.

2. WEB HOSTING

Web Hosting adalah tempat penyimpanan atau hardisk untuk menyimpan data, file-file, gambar dan lain sebagainya yang akan ditampilkan di website. Besarnya data yang bisa dimasukkan tergantung dari besarnya web hosting yang disewa/dimiliki, semakin besar web hosting semakin besar pula data yang dapat dimasukkan dan ditampilkan dalam website.

Web Hosting juga diperoleh dengan menyewa. Besarnya hosting ditentukan ruangan harddisk dengan ukuran MB (Mega Byte) atau GB (Giga Byte). Lama penyewaan web hosting rata-rata dihitung per tahun. Penyewaan hosting dilakukan dari perusahaan-perusahaan penyewa web hosting yang banyak dijumpai baik di Indonesia maupun Luar Negeri.

Pembelian web hosting khusus lembaga pemerintahan dapat dilakukan sekaligus saat mengurus pengadaan Nama Domain di PANDI. PANDI akan memandu pihak yang mengurus hingga Nama Domain dan Web Hosting untuk website KPU terkait selesai. Informasi lebih rinci dapat diperoleh melalui website www.pandi.id.

Guna mengantisipasi era keterbukaan informasi dimasa yang akan datang, maka sebaiknya perlu mempertimbangkan Hosting dengan ukuran besar. Sekurang-kurangnya menyewa 20 GB pertahun.

3. BAHASA PROGRAM (SCRIPTS PROGRAM)

Bahasa Program adalah bahasa yang digunakan untuk menerjemahkan setiap perintah dalam website pada saat diakses oleh pengguna internet. Jenis bahasa program sangat menentukan statis, dinamis atau interaktifnya sebuah website. Semakin banyak ragam bahasa program yang digunakan maka akan terlihat website semakin dinamis, dan interaktif serta terlihat bagus.

Beragam bahasa program saat ini telah hadir untuk mendukung kualitas website. Jenis jenis bahasa program yang banyak dipakai para desainer website antara lain HTML, ASP, PHP, JSP, Java Scripts, Java applets dan sebagainya. Bahasa dasar yang dipakai setiap situs adalah HTML sedangkan PHP, ASP, JSP dan lainnya merupakan bahasa pendukung yang bertindak sebagai pengatur dinamis, dan interaktifnya situs. Bahasa program ASP, PHP, JSP atau lainnya bisa dibuat sendiri. Bahasa program ini biasanya digunakan untuk membangun portal berita, artikel, forum diskusi, buku tamu, anggota organisasi, email, mailing list dan lain sebagainya yang memerlukan update setiap saat.

4. DESAIN WEBSITE

Setelah melakukan penyewaan Nama Domain dan

Web Hosting serta penguasaan Bahasa Program (scripts program), unsur website yang penting dan utama adalah desain. Desain website menentukan kualitas dan keindahan sebuah website. Desain sangat berpengaruh kepada penilaian pengunjung akan bagus tidaknya sebuah website. Khusus Website Penyelenggara Pemilu, desainnya harus menghindari pola dan warna yang cenderung mirip atau mengarah kepada salah satu Partai Politik. Oleh sebab itu, www.kpu.go.id memilih pewarnaan yang berbeda dari warna bendera Partai Politik.

Untuk membuat website biasanya dapat dilakukan sendiri atau menyewa jasa website designer. Saat ini sangat banyak jasa web designer, terutama di kota-kota besar. Perlu diketahui bahwa kualitas situs sangat ditentukan oleh kualitas designer. Semakin banyak penguasaan web designer tentang beragam program/software pendukung pembuatan situs maka akan dihasilkan situs yang semakin berkualitas, demikian pula sebaliknya. Jasa web designer ini yang umumnya memerlukan biaya yang tertinggi dari seluruh biaya pembangunan situs dan semuanya itu tergantung kualitas designer.

5. PROGRAM TRANSFER DATA KE PUSAT DATA.

Para web designer mengerjakan website di komputernya sendiri. Berbagai bahasa program, data informasi teks, gambar, video, dan suara telah menjadi file-file pendukung adanya website. File tersebut bisa dibuka menggunakan program penjelajah (browser) sehingga terlihatlah sebuah website utuh di dalam komputer sendiri (offline). Tetapi

file-file tersebut perlu untuk diletakkan dirumah hosting versi online agar terakses ke seluruh dunia. Pengguna akan diberikan akses FTP (File Transfer Protocol) setelah memesan sebuah web hosting untuk memindahkan file-file website ke pusat data web hosting.

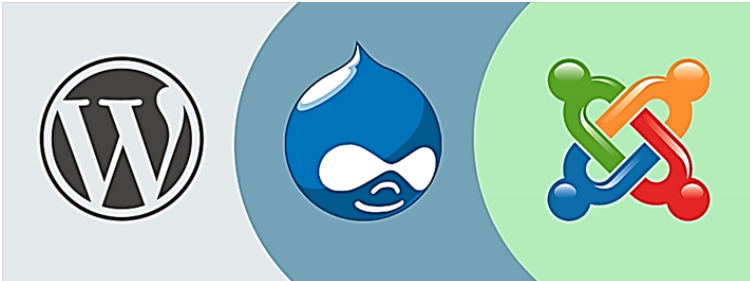
Untuk dapat menggunakan FTP diperlukan sebuah program atau aplikasi FTP, misalnya WS FTP, Smart FTP, Cute FTP, dll. Program FTP ini banyak ditemui di internet dengan status penggunaan gratis maupun harus membayar. Para web designer pun dapat menggunakan fasilitas FTP yang terintegrasi dengan program pembuat website, misal Adobe Dreamweaver.

B. MEMBUAT WEBSITE

Setelah semua unsur-unsur pembuatan website telah terpenuhi, maka pada tahap ini pengguna telah dapat melanjutkan ke proses konstruksi dan design website. Hal ini dapat dilakukan secara mandiri maupun dengan memanfaatkan pihak ketiga. Dengan catatan, bila menggunakan jasa pihak ketiga, maka bagi lembaga pemerintahan wajib melalui proses tender terlebih dahulu atau dapat secara langsung dengan batasan anggaran yang diperbolehkan regulasi. Dalam hal membuat website secara mandiri, maka banyak cara mudah yang dapat ditempuh. Saat ini tidak dibutuhkan lagi membangun website dari awal, misalnya dari menyusun kode-kode HTML, karena sudah cukup banyak perusahaan atau platform yang menyediakan template website yang dapat dibeli dengan harga yang

terjangkau. Pihak pengguna tinggal mengembangkan atau memodifikasi tampilan yang ada sesuai dengan kebutuhan.

GAMBAR 10: LOGO PLATFORM WEBSITE YANG PALING BANYAK DIGUNAKAN, DARI KIRI KE KANAN; WORDPRESS, DRUPAL, JOOMLA.



Beberapa platform yang paling banyak digunakan diantaranya: (i) Joomla, (ii) Wordpress, (iii) Drupal, dan (iv) Blogger.

Masing-masing platform tersebut memiliki kelebihan dan kekurangan tersendiri. Namun, platform apapun yang digunakan tetap melalui rangkaian tahapan instalasi yang hampir serupa. Untuk memudahkan pemahaman dan proses pembelajaran, maka Platform Joomla 3 akan digunakan sebagai contoh kasus.

1. PENGENALAN JOOMLA

Joomla adalah salah satu CMS (Content Management System) terkenal yang bersifat cepat, praktis, dan mudah. Tidak perlu kode-kode program yang rumit bagi pemula untuk membuat suatu aplikasi web yang interaktif dan menggunakan

database, dengan Joomla kita hanya perlu memahami penggunaan fitur-fitur yang telah di sediakan aplikasi web ini dan mengaturnya sesuai kebutuhan atau keinginan.

2. PERSIAPAN

Agar dapat menjalankan Joomla, kita perlu menyediakan atau mendownload beberapa program aplikasi pendukung, yaitu:

- a. Paket Joomla (cari dengan Google, free koq)
- b. Aplikasi Web Server (XAMPP, WAMPSEVER, IIS, dll)
- c. Aplikasi database (MySQL, Microsoft SQL Server, dll)
- d. PHP 4.2.x atau di atasnya
- e. Web browser (IE, Firefox, Opera, dll)

Untuk memudahkan pengguna baru, maka dianjurkan menggunakan paket distribusi khusus yang telah dibundel dengan tiga aplikasi penting (Apache, MySQL, dan PHP) untuk menjalankan Joomla yaitu XAMPP yang umumnya dapat diperoleh secara gratis di search engine (ex. Google). Proses instalasi XAMPP cukup mudah, tinggal mengikuti tahapan yang tersedia.

Perlu diingat bahwa proses ini bersifat localhost, jadi bagi pengguna Joomla sebagai web service untuk digunakan langsung online di internet, maka dalam pembuatan databasenya bergantung pada hosting terkait. Sebagai tips, ada beberapa tempat hosting gratis yang pasti mendukung fasilitas PHP, database, dan terkadang turut mendukung FTP yang menyediakan langsung paket Joomla. Dengan demikian perlu pembuatan databasenya saja.

3. TAHAPAN Pengerjaan

a. Instalasi program XAMPP

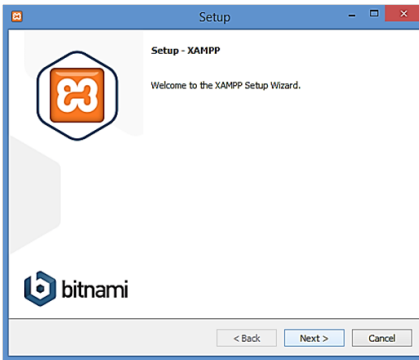
Untuk mendapatkan program XAMPP ini, kita dapat mengunjungi website resminya di alamat <https://www.apachefriends.org/index.html>, lalu pilih versi dari XAMPP yang akan digunakan. Terdapat tiga versi yang disediakan yang bisa anda download adalah XAMPP for Windows, Linux, OS X. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat seperti gambar dibawah ini.

GAMBAR 11: TAMPILAN HALAMAN WEBSITE APACHEFRIENDS.ORG UNTUK MENDOWNLOAD XAMPP.

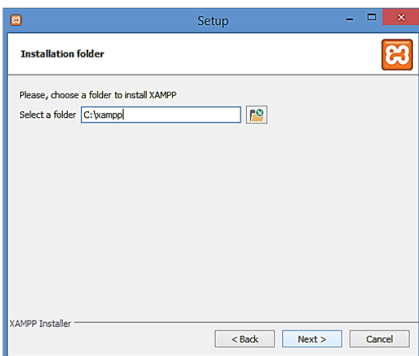


Klik pada pilihan versi yang akan digunakan. Maka akan secara otomatis anda akan mendownload program XAMPP kedalam komputer. Apabila anda sudah mendownload program ini, langkah selanjutnya adalah melakukan double klik pada file installer tersebut. Kemudian akan muncul proses instalasi yang anda dapat lihat seperti gambar dibawah ini.

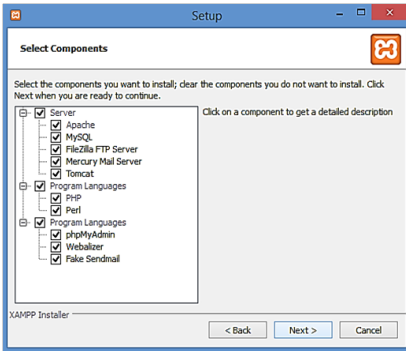
GAMBAR 12: SETUP XAMPP PERTAMA



GAMBAR 13: SETUP XAMPP KEDUA



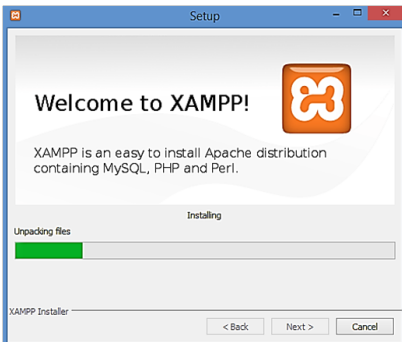
GAMBAR 14: SETUP XAMPP KETIGA



GAMBAR 15: SETUP XAMPP KEEMPAT



GAMBAR 16: SETUP XAMPP KELIMA



Lakukan proses instalasi sampai selesai, apabila sudah selesai tekan tombol finish.

Langkah selanjutnya adalah mengaktifkan 2 service yang dibutuhkan yaitu Apache dan Mysql. Berikut langkah-langkah untuk mengaktifkan service Apache:

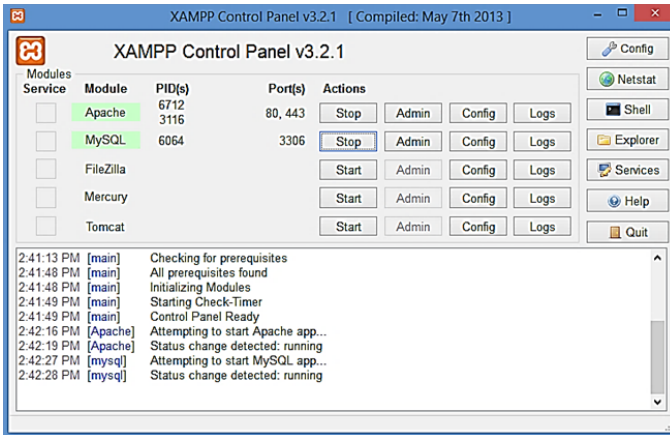
1. Aktifkan **service Apache** dengan melakukan **klik** pada button start di XAMPP Control panel.
2. Akan muncul pop up message box windows security alert lalu **klik** button allow access.
3. Lalu akan ditampilkan status running.

Sebagaimana langkah-langkah diatas, untuk mengaktifkan service Mysql juga melalui proses yang sama, yaitu:

1. Aktifkan **service Mysql** dengan melakukan **klik** pada button start di XAMPP Control panel.
2. Akan muncul pop up message box windows security alert lalu **klik** button allow access.
3. Lalu akan ditampilkan status running.

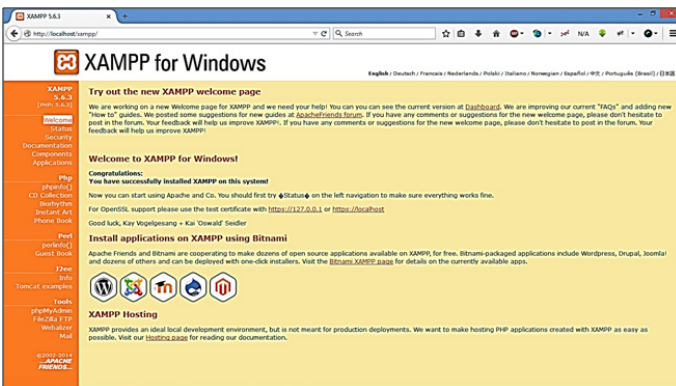
Apabila service Apache dan Mysql sudah dijalankan maka tampilan XAMPP control panel tampilan tersebut seperti gambar dibawah ini.

GAMBAR 17: TAMPILAN XAMPP DENGAN SERVICE APACHE DAN MYSQL YANG TELAH AKTIF



Kemudian anda dapat mencobanya dengan mengetikkan alamat <http://localhost/xampp>, untuk memastikan apakah program XAMPP sudah berjalan dengan baik seperti gambar dibawah ini.

GAMBAR 18: TAMPILAN XAMPP YANG SUDAH BERJALAN DENGAN BAIK



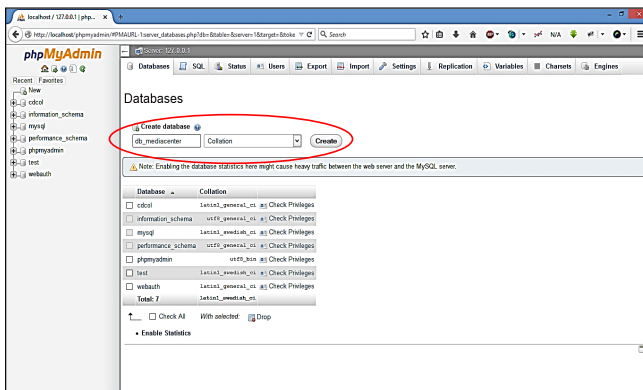
b. Penempatan paket Joomla

Pastikan aplikasi XAMPP udah terinstall dengan baik, kemudian kita akan menuju folder tempat kita menginstall XAMPP sebelumnya, yaitu C:\xampp\htdocs. Di folder inilah paket Joomla akan kita tempatkan. Untuk mendapatkan paket Joomla 3, maka anda harus mengunjungi alamat www.Joomla.com dan silahkan download paket Joomla dari halaman tersebut, biasanya tersedia dalam bentuk file .rar atau .zip.

Setelah mendapatkan paket Joomla, pada direktori C:\xampp\htdocs buat satu folder dengan nama “mediacenter” atau nama lain yang sesuai dengan kebutuhan. Copy-paste file Joomla kedalam folder ini. Kemudian, extract paket Joomla 3 dengan cara: klik kanan pada file Joomla 3 dan pilih menu “extract here”.

c. Membuat database untuk Joomla

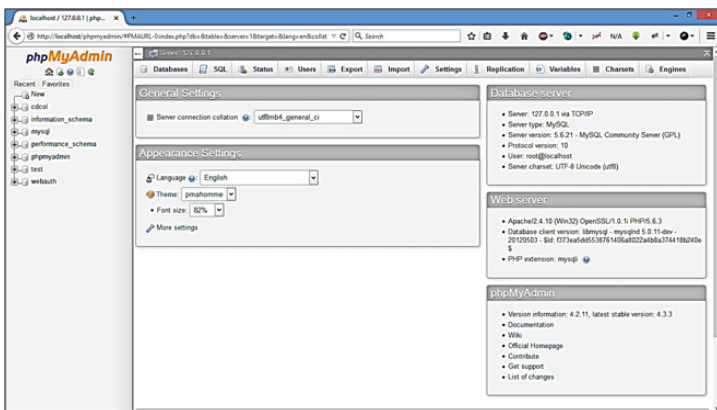
GAMBAR 19: TAMPILAN PHPMYADMIN DARI HTTP://LOCALHOST/XAMPP/ YANG DIAKSES SECARA OFFLINE.



Buka web browser (dalam keadaan offline ataupun online), pada kolom address ketikkan: `http://localhost/xampp/` maka akan tampil tampilan utama dari aplikasi XAMPP. Kemudian kita pilih menu Tools -> phpMyAdmin. Maka akan muncul tampilan seperti gambar di atas.

Kemudian anda dapat membuat database Mysql. Pada contoh dibawah ini (Gambar 20), buat database dengan mengetikkan nama “db_mediacenter” pada kolom Create Database. Setelah itu, pada kolom sebelah kiri akan muncul nama database yang telah dibuat. Kita tidak perlu lagi membuat table database karena sudah dihasilkan selama proses penginstalan paket Joomla.

GAMBAR 20: HALAMAN DATABASE PADA `HTTP://LOCALHOST/XAMPP/`



Perlu di ingat Username utama bawaan dari paket XAMPP untuk phpMyAdmin adalah “root” sedangkan passwordnya masih kosong, hal ini sangat penting saat

penginstalan Joomla nanti (proses ini tidak melakukan pengaturan user hanya menggunakan default, untuk pengaturan user ini dapat dilihat pada phpMyAdmin bagian menu Privileges).

d. Penginstalan Joomla

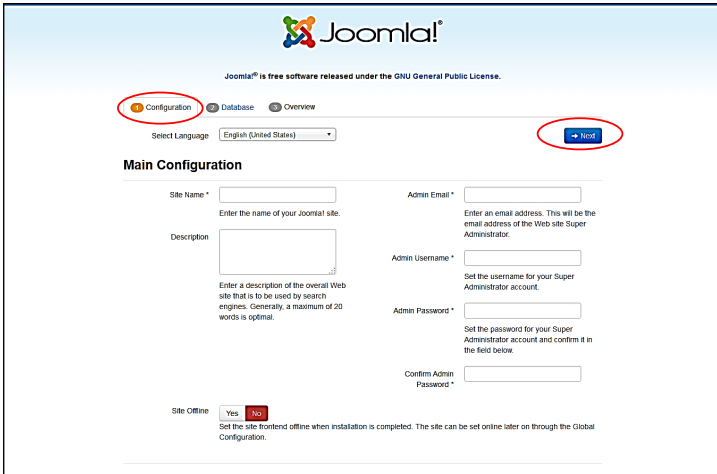
Pada web browser ketikkan `http://localhost/mediacenter` (mediacenter adalah nama folder di dalam htdocs tempat file-file Joomla disimpan, sebagaimana yang telah dibuat sebelumnya). Maka akan muncul tampilan seperti diatas (Gambar 21).

Tampilan diatas adalah konfigurasi utama yang harus diisi. Untuk memudahkan pengaturan awal, maka direkomendasikan untuk mengisi contentnya sebagai berikut:

- Site Name : MEDIACENTER
- Description : (isi sesuai dengan website yang akan dibuat)
- Admin Email : admin@mediacenter.com
- Admin Username : admin
- Admin Password : admin
- Confirm Admin Password : admin

Kemudian klik button Next untuk melanjutkan ke halaman konfigurasi database.

GAMBAR 21: HALAMAN DEPAN PROSES PENGINSTALAN JOOMLA 3



GAMBAR 22: HALAMAN KONFIGURASI DATABASE.

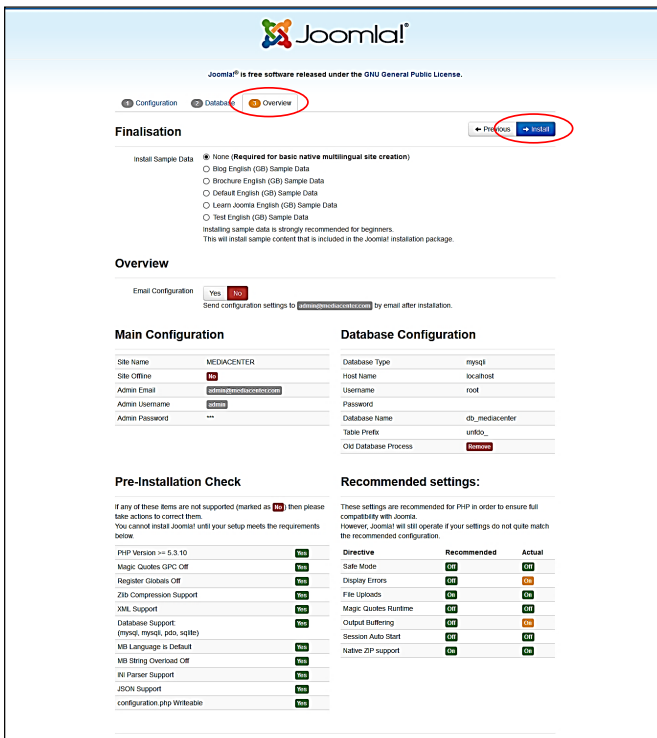


Pada Gambar 22 diatas, informasi yang diisi adalah sebagai berikut:

- Host Name : localhost
- Username : root
- Password : (dikosongkan)
- Database Name : db_mediacenter

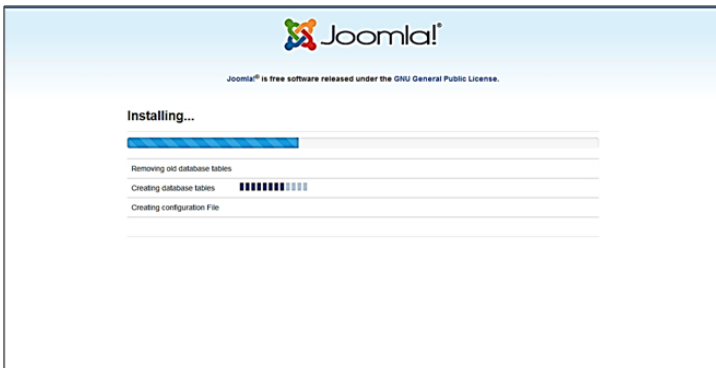
Kemudian klik button Next untuk melanjutkan ke halaman overview. Di halaman ini ditampilkan semua konfigurasi yang sudah disetting di awal sebelum dilanjutkan ke proses penginstalan Joomla.

GAMBAR 23: HALAMAN OVERVIEW.



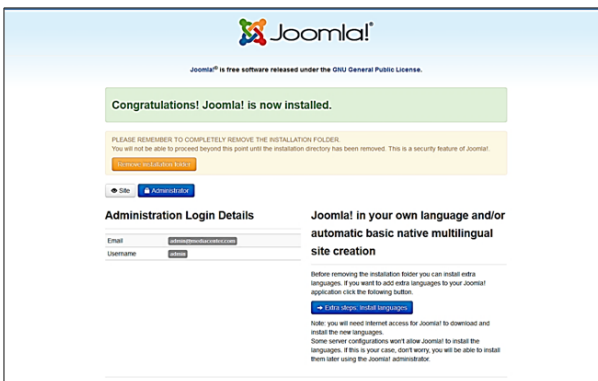
Ketika semua konfigurasi sudah sesuai dan diisi dengan benar, proses selanjutnya adalah klik button Install untuk memulai proses instalasi Joomla dan tunggu hingga selesai proses instalasi.

GAMBAR 24: TAMPILAN PROSES PENGINSTALAN



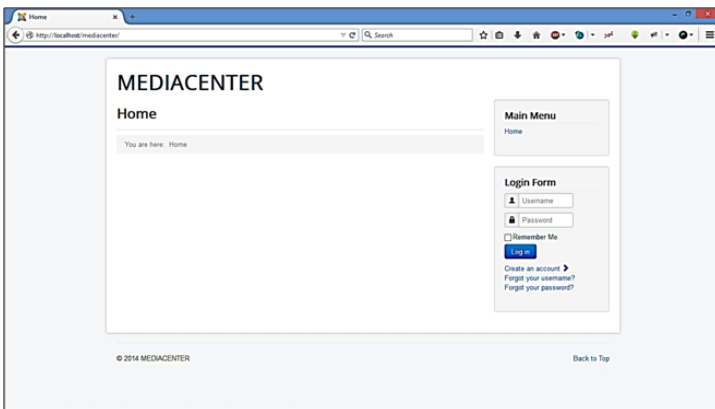
Jika proses instalasi Joomla sudah selesai, maka akan tampil halaman seperti gambar dibawah ini.

GAMBAR 25: TAMPILAN JOOMLA YANG TELAH SELESAI DIINSTAL



Kemudian untuk menyelesaikan instalasi secara keseluruhan anda disarankan untuk menghapus installation folder dengan cara klik tombol “remove installation folder”. Kemudian anda bisa langsung menuju halaman website dengan klik tombol “site” dan tombol “administrator” untuk masuk kehalaman login. Berikut tampilan halaman awal website yang berhasil dibuat.

GAMBAR 26: TAMPILAN AWAL WEBSITE YANG BERHASIL DIBUAT.



Tahap instalasi pembuatan website Joomla sudah selesai, anda bisa explore tampilan website lebih jauh sesuai dengan kebutuhan yang anda butuhkan. Banyak templete website Joomla yang bertebaran di internet, baik yang free ataupun berbayar. Pastikan sebelum mendownload templete sesuaikan dengan versi Joomla yang anda pakai. Selamat berkreatifitas!

4. PUBLIKASI WEBSITE

Keberadaan website tidak akan bermanfaat tanpa dikunjungi atau dikenal oleh masyarakat atau pengunjung internet. Karena efektif tidaknya suatu situs sangat tergantung dari besarnya pengunjung dan respon tertulis yang masuk. Untuk mengenalkan situs kepada masyarakat penting adanya publikasi atau promosi intensif dan massif.

Publikasi situs di publik dapat dilakukan dengan berbagai cara seperti dengan pamlet-pamlet, selebaran, baliho, kartu nama dan cara offline lainnya. Tetapi cara ini bisa dikatakan belum begitu efektif dan sangat terbatas, terutama keterbatasan sumberdaya anggaran. Cara lain yang bisa dilakukan, dan sejauh ini dinilai cukup efektif yang tak terbatas ruang atau waktu adalah secara online, yaitu publikasi langsung di internet melalui search engine (mesin pencari), seperti: Yahoo, Google, MSN, Search Indonesia, dsb), atau melalui Social Media (Facebook, Twitter, google plus, youtube, dll).

Cara publikasi di search engine ada yang gratis dan ada pula yang membayar. Yang gratis biasanya terbatas dan cukup lama untuk bisa masuk dan dikenali di search engine terkenal seperti Yahoo atau Google. Cara efektif publikasi adalah dengan membayar, walaupun harus sedikit mengeluarkan akan tetapi situs cepat masuk ke search engine dan dikenal oleh pengunjung.

C. STANDAR OPERASIONAL PROSEDUR (SOP) WEBSITE

Butuh disiplin yang tinggi untuk mengelola website Pemerintah. Ancaman dari pihak luar terhadap informasi yang ada pada website menuntut pengelola website (web master) perlu rutin melakukan langkah-langkah antisipatif melalui maintenance. Untuk itu diperlukan sebuah Standar Operasional Prosedur guna menjadi panduan pengelolaan maupun rutinitas rangkaian rencana kerja yang teratur dalam mengelola website yang dinamis. Rangkaian kerja ini meliputi: Proses kerja dan teknis kerja pengelolaan website yang akan dijelaskan pada konten isi.

Tujuan penyusunan Standar Operasional pengelolaan website ini adalah untuk memberikan pedoman umum bagi para pelaku pengelola website. Dengan diaturnya Standar Operasional ini, diharapkan kegiatan pengelolaan website dapat dilaksanakan oleh para pelaku dengan benar, teratur, terukur, efektif, efisien. Sehingga capaian yang menjadi ekspektasi sebuah website akan terpenuhi.

Penerapan Standar Operasional pengelolaan website terletak pada para pelaku di dalamnya yang terdiri dari berbagai peran yang saling terkait satu sama lain. Adapun pencapaian dari hasil terapan Standar Operasional ini sangat ditentukan oleh kualitas para pelaku pengelola website dalam perannya.

Dalam mengelola website dibutuhkan peran-peran pendukung agar pengelolaannya berjalan maksimal. Berikut adalah peran-peran pendukung beserta tugasnya:

1. PEMBUAT KONTEN (CONTENT CREATOR)

Merupakan user yang berperan dalam membuat konten untuk website. Kewajiban-kewajiban Content Creator adalah membuat artikel (berita), mengumpulkan materi sosialisasi yang dapat diunduh, membuat video, mengumpulkan foto-foto dan menambahkan atau menarik konten yang sekiranya diperlukan.

Konten mentah yang sudah jadi/terkumpul lalu diberikan ke tim Editorial untuk disunting kembali hingga menjadi konten baik.

2. EDITORIAL

Merupakan user yang berperan dalam pengeditan/ penyuntingan konten website. Konten mentah yang dibuat/ diberikan oleh Tim Content Creator dicek terlebih dahulu isinya. Jika sebuah artikel maka diperlukan penyuntingan tata bahasanya. Lalu jika konten berupa foto, maka editorial bertugas untuk memilih, memotong, dan mendesign ulang foto tersebut sehingga menjadi foto yang berkualitas.

Selanjutnya, konten diberikan ke Administrator Website dan juga ke Tim Redaksi untuk persetujuan apakah ditampilkan atau tidak dalam website.

3. REDAKTUR

Merupakan user yang menyeleksi konten-konten yang sudah siap diterbitkan di website. Setelah melalui tahap penyuntingan, tim Redaksi akan menerima mockup konten lalu memutuskan apakah konten tersebut dapat ditampilkan

di website atau tidak. Mudahnya, tim Redaksi adalah yang bertanggung jawab dalam pengelolaan website.

Jika tim Redaksi menyetujui konten, maka selanjutnya Administrator Website yang sebelumnya sudah menerima konten dari tim Editorial mempublikasikan konten di website.

4. ADMINISTRATOR

Merupakan user yang berperan dalam hal teknis website. Saat konten diterima dari tim Editorial, Admin segera mengkonversikan konten ke dalam bahasa pemrograman dan mempersiapkan segala hal teknisnya hingga siap publish di website. Hal-hal yang perlu diperhatikan sebagai Administrator Website adalah memastikan konten yang tampil sesuai dengan yang dikehendaki oleh tim-tim pengelolaan Website. Pengelolaan database konten yang sudah dipublikasikan di website harus memiliki duplikasi data, agar jika sesuatu terjadi pada website, data bisa di-restore kembali.

Selain masalah konten, Admin Website bertanggung jawab juga pada hal-hal teknis website, yakni memastikan segala fungsi dan sistem website berjalan dan bekerja dengan baik. Ada kalanya saat tim Pengelola website mau menambahkan atau mengurangi salah satu fungsi website, maka Admin website harus melakukan customize melalui pintu Back-End website. Seperti menggeser Position frame konten, meng-hide frame konten, mengganti fungsi mengganti Icon, meng-setup hyperlink text, dan mengecek security website.

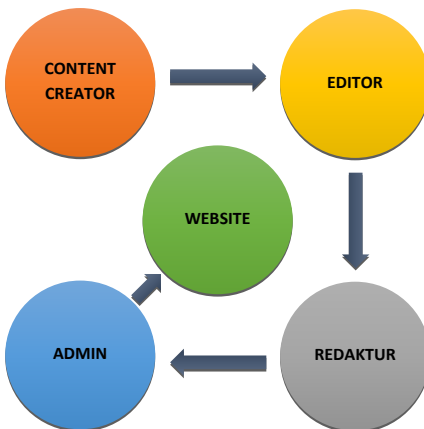
Dalam hal ketiadaan Sumber Daya Manusia (SDM) yang dapat ditempatkan pada masing-masing fungsi, maka keseluruhan peran yang tersebut diatas dapat dijalankan oleh 1 (satu) orang Webmaster. Dengan demikian, maka seorang webmaster dapat menjadi *Content Creator*, Editorial, Redaktur, atau menjadi Administrator sekaligus dalam satu kesempatan. Dengan catatan, webmaster tersebut memiliki kapasitas yang mumpuni atau mendapatkan pelatihan yang baik dan cukup.

Berdasarkan pengalaman Perludem dalam mendampingi KPU Provinsi mengelola website resminya pada momentum Pemilu 2014, peran dan fungsi diatas terbukti dapat dilaksanakan oleh 1 (satu) orang.

5. PROSES PENGELOLAAN

a. Alur Kerja

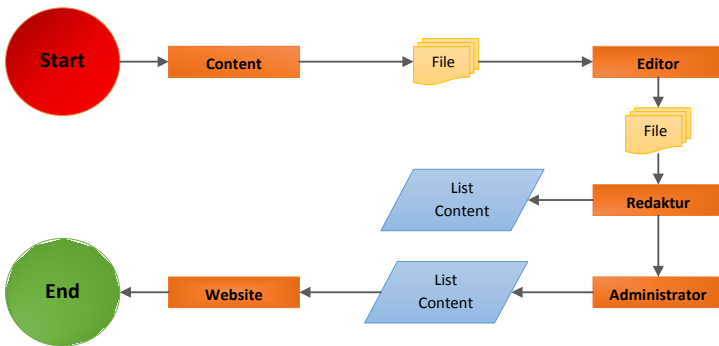
GAMBAR 27: ILUSTRASI ALUR KERJA WEBSITE.



Alur kerja diperlukan dalam pengelolaan website agar update konten terus bergulir sehingga website terpenuhi ekspetasinya. Tertib dalam tugas dan peran masing-masing sangat mempengaruhi kinerja website yang dinamis. Berikut adalah ilustrasi 1 tentang alur kerja yang baik pada website dinamis.

b. Teknis Kerja

GAMBAR 28: ILUSTRASI TEKNIS KERJA PENGELOLAAN WEBSITE.



Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya, pada proses ini merupakan saat di mana peran pengelola (tim pengelola) website untuk mengimplementasikan fungsinya masing-masing. Bagan diatas (Gambar 28) adalah alur teknis kerja pengelolaan website. Bagan tersebut menggambarkan bagaimana teknis kerja pada proses baku pengelolaan website. Secara bertahap, penjelasan terkait prosesnya adalah sebagai berikut:

- a. Berawal dari pengumpulan konten mentah oleh tim Content Creator. Konten mentah dapat berupa teks

- artikel (berita), foto dan video kegiatan dan dokumen-dokumen berupa file yang akan di publikasikan.
- b. Berikutnya, tim Editorial akan melakukan penyuntingan konten mentah menjadi konten yang baik dan siap dipublikasikan.
 - c. Jika konten tersebut dinilai cukup baik maka selanjutnya konten akhir akan diperiksa oleh tim Redaksi untuk memastikan bahwa konten memiliki standar kualifikasi untuk ditampilkan di website. Terutama sesuai dengan kebutuhan dan etika informasi kepemiluan.
 - d. Pada tahapan ini pun, tim Editorial sudah dapat mengirimkan konten kepada Administrator Website untuk dikonversi ke dalam bahasa pemrograman agar dapat tampil di website, meski oleh Admin (Administrator) website konten belum dipublikasikan (*unpublished*).
 - e. Pada tahap penyeleksian oleh tim Redaktur, sering kali terjadi bolak-balik pengerjaan dengan tim Editorial. Belum lagi, ketika isi atau kualitas konten dirasa sudah cukup baik oleh tim Editorial dan tim Redaksi, namun ternyata konten diputuskan belum saatnya tampil di website oleh berbagai sebab. Misalnya atas permintaan Anggota KPU Provinsi. Artinya, hasil akhir dari tampil atau tidaknya konten, ditentukan oleh tim Redaksi yang dalam hal ini adalah tim yang bertanggung jawab pada pengelolaan website.
 - f. Setelah mendapatkan izin dari Anggota KPU Provinsi,

berdasarkan informasi lanjutan dari Redaksi, maka konten yang sudah diinput atau yang sudah mengalami perubahan, dapat dipublikasi oleh Admin.

III. JURNALISTIK (PEMBERITAAN)

Pemilihan umum bagian penting dari proses demokrasi, dalam pemahaman demokrasi berarti pemilihan seseorang dari rakyat oleh rakyat dan untuk rakyat. Pemilu menjadi cara untuk menyampaikan suara dan menentukan nasib sebuah bangsa dalam sebuah negara demokrasi. Karenanya pemberian suara ini menjadi salah satu elemen penting dari demokrasi untuk melegitimasi suatu pemerintahan dalam suatu negara. Untuk menjadikan legitimasi ini menjadi penting maka dibutuhkan pengetahuan bagi rakyat dalam menentukan pilihan terbaik agar tidak salah memilih.

Pengetahuan ini bisa disampaikan dalam berbagai cara, media dan bentuk. Pengetahuan yang dimaksud adalah bagaimana mengenal, mengetahui dan memahami lebih jauh siapa saja yang mencalonkan diri untuk dipilih. Pengetahuan juga meliputi, bagaimana, dimana, kapan mereka dapat dipilih, dan bagaimana negara menyediakan fasilitas pemilihan umum, transparansi, akuntabilitas dan dapatkah dipercaya. Pengetahuan ini perlu digali dari sumber-sumber yang benar-benar mengetahui yakni penyelenggara pemilihan umum tersebut.

Sumber-sumber ini adalah pihak dimana mereka yang mampu menyediakan informasi seluas-luasnya untuk memberi pengetahuan kepada rakyat, dan media massa adalah medium yang paling tepat secara masif mampu

menyampaikan informasi tersebut kepada rakyat.

Media massa merupakan alat yang mampu menggerakkan proses kekuatan sosial ke arah satu tujuan yang telah ditentukan. Namun untuk mengetahui efektivitas media massa dalam penyampaian atau distribusi pengetahuan tersebut baik secara lisan, tulisan maupun audio visual, maka dibutuhkan perangkat yang mampu melaksanakannya maka disanalah jurnalisme bekerja. Jurnalisme yang sesuai aturan prinsipnya akan mampu mengantarkan informasi dan data yang akurat kepada publik. Unsur penting dalam jurnalisme tentu saja adalah jurnalis. Jurnalis yang tentu saja mampu secara rasional menjalankan prinsip-prinsip jurnalisme.

Meliput pemilu sama sulitnya dengan meliput berbagai aspek lain dari kehidupan, apalagi inti jurnalisme adalah bagaimana menyampaikan kebenaran, bagaimana mengedukasi masyarakat dan menjadi “anjing penjaga” bagi pemerintah. Dan dari semua itu inti jurnalisme adalah bagaimana menyampaikan suara-suara yang tak mampu disuarakan atau *voice of voiceless*. Jurnalisme, Pemilu dan Demokrasi merupakan bagian penting dari kehidupan manusia dalam bernegara.

Disinilah peran penyelenggara pemilu dalam hal ini Komisi Penyelenggara Pemilu dibutuhkan yakni menyampaikan informasi dan data seluas-luasnya kepada pemilih, fungsi KPU untuk pendidikan pemilih (*voters education*) menjadi penting untuk terselenggaranya pemilu yang jujur, adil, umum, bebas dan rahasia dapat dipenuhi.

A. PERSPEKTIF JURNALISME

Pemilihan Umum adalah salah satu kriteria untuk mengukur kadar kedemokratisasian suatu negara. Menurut Robert A. Dahl dalam bukunya *Dilema Demokrasi Pluralis*, 1985, pemilu merupakan sarana yang penting bagi terselenggaranya sistem politik yang demokratis. Disamping itu pemilu juga dapat memberi landasan legitimasi yang kukuh bagi setiap pemerintahan. Indonesia menganut demokrasi elektoral yaitu sebuah sistem konstitusional yang menyelenggarakan pemilu multipartai yang kompetitif dan teratur dengan hak pilih universal untuk memilih legislatif dan kepala eksekutif, demokrasi elektoral merupakan upaya konstruktif namun masih menyisakan sejumlah persoalan yang disebut Collier dan Levitsky dengan demokrasi prosedural yang diperluas. Di dalamnya lahir sistem pemilu proporsional dengan daftar calon terbuka. Untuk dapat melahirkan legitimasi kekuasaan inilah sistem pemilu yang proporsional perlu dijalankan secara transparan oleh penyelenggara pemilu.

Transparansi penting dalam proses pemilu oleh penyelenggara pemilu. Komisi Pemilihan Umum (KPU) sebagai penyelenggara memiliki kekuasaan yang diatur dalam Undang-Undang untuk melaksanakan tahapan-tahapan pemilu, agar sebuah proses pemilu berlangsung dengan baik, aman dan lancar serta transparan, maka KPU diwajibkan oleh undang-undang untuk menyampaikan sosialisasi dan informasi kepada publik untuk mendidik pemilih dan peserta pemilu agar memahami hak

konstitusinya. Pendidikan bagi pemilih ini menjadi kewajiban KPU agar warga negara yang memiliki hak memilih dapat melaksanakan hak konstitusinya itu. Dalam upaya transparansi tersebut KPU perlu menggunakan sejumlah sarana informasi yang dapat diakses pemilih.

Informasi, kini termasuk kebutuhan primer kita dalam menjalani hidup. Bahkan sejak pertama kali manusia hadir dimuka bumi. Naluri dasar manusia yang selalu ingin tahu memberi dorongan konsistensi sejarah yang menghadirkan peristiwa sebagai bagian dari kebutuhan pemuasan naluri ingin tahu, inilah yang menjadi bagian hak asasi manusia, hak untuk tahu. Disinilah pula kekuatan naluri ingin tahu membangun dimensi skeptik akan berbagai hal, lantas keraguan ini melahirkan rasa lain yakni mencari jawaban atas keraguan itu -yang dalam bahasa jurnalisme disebut verifikasi dan klarifikasi.

Ketika rasa ingin tahu itu dihambat, atau dengan kata lain ketika sumber informasi disumbat, ketika aliran berita disumbat, orang akan hidup dalam dunia kegelapan. Buta dalam arti sesungguhnya. Sebab pengetahuan menjadi penting bagi manusia untuk menuntun jalannya. Pengetahuan pulalah yang membuat manusia bisa mengambil keputusan-keputusan penting dalam hidup.

Berdasarkan itulah maka, mengedukasi masyarakat untuk mampu mengambil keputusan berdasarkan informasi yang diperoleh melalui media massa menyebabkan media massa penting. Jika dikaitkan dengan proses pemilu maka sudah barang tentu, media massa memiliki andil besar dalam proses itu. Pemilu adalah proses demokrasi dalam

pengalihan kekuasaan secara legal dan ini menjadi cara efektif memegang mandat kedaulatan rakyat. Masyarakat tentu saja haruslah menjadi subjek, bukan menjadi objek dalam proses berdemokrasi.

Bagi jurnalis, proses pemilu ini ibarat puncak karir dalam profesinya, kemampuan seorang jurnalis politik akan teruji jika mampu melakukan peliputan pemilu dengan hasil yang mampu membuat karya jurnalistiknya menjadi informasi yang berguna untuk mencerdaskan masyarakat.

Media massa memang penting untuk menjadi *watch dog* bagi proses pemilu agar dapat menjaga pesta rakyat ini tetap berlangsung secara bebas, adil dan damai. Namun media juga sering kali menjadi alat propaganda kepentingan oleh peserta pemilu, baik para calon legislatif, eksekutif maupun partai politik. Karenanya, media harus menjaga etika dan prinsip jurnalisme yang benar agar tidak menjadi bagian dari media partisan karena berpihak.

Selama ini, media sering kali hanya memposisikan liputan terfokus pada persaingan para kandidat maupun parpol, akibatnya media melupakan pendidikan bagi pemilih (*voters education*). Padahal, sesuai prinsip jurnalisme, media massa seharusnya memberi ruang perspektif pemilih lebih banyak dibanding kepentingan parpol dan kandidat. Maka peliputan suara pemilih (*voters voice reporting*) menjadi penting untuk dilakukan.

Bagaimana *voters voice reporting* ini menjadi penting, bagaimana mengejawantahkan dalam proses peliputan, bagaimana seorang jurnalis mampu menangkap isu-isu dalam proses pemilu untuk menjadi informasi penting dan

mencerdaskan pemilih?

Tentu saja, informasi mulai terdaftar atau tidaknya seorang warga negara sebagai pemilih, bagaimana seorang warga mencari terdaftar tidaknya ia sebagai pemilih, mampu menjaga agar suaranya tidak dimanipulasi hingga bagaimana cara melakukan pemilihan. Juga tentang kampanye pemilu, profil calon legislatif/kepala daerah/negara dan tetap bisa menjaga dirinya dari jebakan *money politics* atau politik uang.

Tentu saja narasumber utama dalam hal *voters voice reporting* ini adalah penyelenggara pemilu yang bukan lain adalah KPU. Sebagai lembaga resmi, penyelenggara pemilu negara ini, memang telah memiliki tahapan proses pemilu, namun bagaimana tahapan pemilu ini sampai ke pemilih, maka dibutuhkan berbagai media, baik media luar ruang, semisal billboard, poster, leaflet, maupun media massa seperti koran, televisi, radio, online dan sosial media. Meski begitu, jika data dan informasi ini tidak ditata sedemikian rupa akan terjadi tumpang tindih informasi yang menyebabkan kesalahan informasi yang sampai ke pemilih.

Pengelolaan informasi menjadi penting dalam lembaga sekomples KPU, mengapa kompleks karena sebagai lembaga penyelenggara pemilu begitu banyak hal yang harus ditangani langsung oleh KPU baik di tingkat pusat maupun daerah. Setiap komisioner harus menangani berbagai masalah tahapan pemilu, dengan staf KPU yang tidak memadai secara kuantitas, menyebabkan munculnya berbagai kesalahan dalam proses tahapan pemilu. Mulai

dari pendataan pemilih sementara yang tidak sesuai dengan data pemilih yang ada di tingkat RT/RW, hingga tahapan pemilu sosialisasi kepada pemilih. Kondisi ini menyebabkan KPU sering kali disorot tidak *becus* bekerja karena proses tahapan pemilu tidak berjalan sesuai yang diinginkan. Kendala KPU paling utama adalah terbatasnya staf KPU, dana pemilu yang terbatas, manajemen waktu yang belum efektif, hingga sumber daya manusia di lingkungan KPU yang belum memadai.

Di bidang kehumasan saja, staf KPU pengelola data informasi belum memahami secara mendalam terkait pelaksanaan teknis penyampaian data dan informasi semisal, Daftar Pemilih Sementara (DPS), Daftar Pemilih Tetap (DPT), pemutakhiran data pemilih, penyusunan daftar pemilih, pendaftaran peserta pemilu, hingga tahapan terakhir pemilu yakni pengumuman hasil pemilu. Informasi yang disampaikan bidang data dan informasi pemilu di KPU bahkan sering kali disampaikan secara tidak utuh kepada masyarakat pemilih. Tidak hanya tentang tahapan pemilu namun juga soal pelanggaran pemilu yang dilakukan peserta pemilu. Kurangnya keterbukaan penyelenggara pemilu terkait pelanggaran yang dilakukan oleh penyelenggara pemilu baik di tingkat terendah yakni Kelompok Penyelenggara Pemungutan Suara (KPPS) maupun tingkat tertinggi di KPU, juga menyebabkan proses distribusi informasi terhambat.

Selain Isu-isu sensitif, seperti konflik, agama, etnis, juga kelompok rentan seperti kaum disabilitas/difabel, perempuan dan masyarakat buta huruf atau buta aksara,

masyarakat adat yang tidak menguasai bahasa Indonesia, masyarakat pesisir, masyarakat terpencil juga tidak menjadi prioritas penyampaian informasi tahapan pemilu ini oleh KPU. Padahal, sudah menjadi hak konstitusional setiap warga negara untuk mendapatkan informasi seluas-luasnya.

Menghindari hal tersebut, maka dibutuhkan tata kelola informasi dan sosialisasi tahapan pemilu dengan perspektif *voters voice education* dengan penyiapan pusat media atau media center yang dapat melayani dan mensosialisasikan kebutuhan informasi bagi pemilih dan para peserta pemilu.

Untuk itu, seorang jurnalis yang bekerja untuk media center KPU harus memahami peran dan prinsip jurnalisme secara mendasar, aturan etika, *code of conduct*, serta aturan regulasi yang bisa menjatuhnya jika terjadi kesalahan informasi. Pedoman regulasi yang wajib dipahami dan dibaca sekurang-kurangnya adalah:

1. UU No. 40 Tahun 1999 tentang Pers.
2. UU No. 32 Tahun 2003 tentang Penyiaran.
3. UU No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.
4. UU No. 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik.

B. KERANGKA DASAR TEORI

Sistem Pemilu Indonesia. Indonesia menganut sistem proporsional dengan daftar calon terbuka. Sistem proporsional ini menjamin pluralisme, karena memberi

peluang partai-partai kecil untuk menempatkan wakil-wakilnya di parlemen. Kombinasi sistem proporsional dengan daftar calon terbuka, memberi kesempatan yang lebih besar bagi pemilih untuk menentukan siapa yang mewakili mereka di parlemen.

Aktor pemilu. Pemilu merupakan kompetisi, karenanya tentu saja harus ada aktor yang terlibat di dalamnya. Siapa saja mereka, bagi KPU mereka adalah para pihak yang terlibat langsung atau tidak langsung dalam proses pemilu ini. Pemilih atau *voters*, peserta pemilu yakni parpol dan para kandidat, pemerintah dalam hal ini penyelenggara pemilu maupun pemerintah, aparat keamanan, penegak hukum, pemantau independen dan atau Badan Pengawas Pemilu (BAWASLU).

Tahapan Pemilu. Seorang jurnalis yang meliput pemilu harus paham betul proses tahapan pemilu. Bagi jurnalis yang mengelola media center, maka informasi tahapan pemilu menjadi makanan utama yang harus disosialisasikan kepada pemilih dan peserta pemilih secara kontinyu, jika salah satu tahapan terputus maka dipastikan akan ada *missing link* informasi yang tak bisa disambung dengan mudah.

Jurnalisme Pemilu. Prinsip dasar jurnalisme adalah kebenaran. Tujuan utama jurnalisme menurut Bill Kovack dalam Sembilan Elemen Jurnalisme, 2001, adalah menyediakan informasi yang dibutuhkan warga agar bisa hidup merdeka dan mengatur diri sendiri. Jika menengok ke belakang dalam sejarah penciptaan konsep kemanusiaan hingga penciptaan demokrasi maka tidak dapat dipisahkan bahwa jurnalisme adalah pilar ke empat demokrasi. Semakin

demokratis suatu masyarakat, jurnalisme menjadi cara efektif menyuarakan kepentingan masyarakat pada negara. Salah satu kepentingan masyarakat dalam negara demokrasi adalah kedaulatan rakyat yang diimplementasikan dalam proses pemilu. Karenanya, jurnalisme pemilu semestinya bersandar pada kepentingan rakyat pemilih.

Voters Voice Reporting. Meliput pemilu dengan perspektif pemilih merupakan keharusan dasar dari mendidik pemilih (*voters education*) mengetahui hak konstitusinya sebagai warga negara.

Untuk memastikan pemilu berlangsung bebas dan adil, (*free and fair election*) maka tidak boleh ada pembatasan hak warga negara dalam hal ini pemilih untuk memperoleh informasi. Selama ini pemilih tidak menjadi prioritas atau subjek dalam penyampaian informasi, suara pemilih bahkan tidak didengar. Akibatnya berdampak pada para pemilih tidak merasa pemilu penting bagi kehidupannya, pemilih menilai pemilu tidak berdampak langsung bagi kehidupannya. Maka penting bagi jurnalis media centre KPU memastikan suara pemilih menjadi prioritas dalam tahapan pemilu.

C. MENJADI JURNALIS PEMILU

Untuk menjadi seorang Jurnalis Pemilu, maka penting bagi seseorang memiliki wawasan yang mumpuni dalam hal kepemiluan. Selain itu, jurnalis tersebut harus berperan aktif dalam dunia informasi kepemiluan dengan melahirkan produk-produk berita pemilu. Berikut ini akan dipaparkan

secara singkat pemahaman yang penting untuk dikuasai oleh jurnalis dan bagaimana melakoni perannya dengan baik.

1. MEMAHAMI SISTEM PEMILU INDONESIA

Seorang jurnalis semestinya memahami sistem dan pelaksanaan pemilu di Indonesia. Dengan pemahaman yang cukup dan memadai tentang sistem pemilu diharapkan dapat meliput proses pemilu dengan mudah. Indonesia menganut sistem proporsional dengan daftar calon terbuka. Sistem proporsional ini menjamin pluralisme, karena memberi peluang partai-partai kecil untuk menempatkan wakil-wakilnya di parlemen. Kombinasi sistem proporsional dengan daftar calon terbuka, memberi kesempatan yang lebih besar bagi pemilih untuk menentukan siapa yang mewakili mereka di parlemen. Hal ini termaktub dalam konstitusi kita Undang-Undang Dasar 1945.

Pada tahun 2001 dilakukan amandemen UUD 1945, masalah pemilu diatur secara tegas pada Bab VIIB tentang Pemilu. Pasal 22 E yang berbunyi sebagai berikut:

- a. Pemilihan umum dilaksanakan secara langsung, umum, bebas, rahasia, jujur, dan adil setiap lima tahun sekali;
- b. Pemilihan Umum diselenggarakan untuk memilih anggota DPR, DPD, Presiden dan Wakil Presiden dan DPRD;
- c. Peserta pemilu untuk memilih DPR dan DPRD adalah partai politik;
- d. Peserta pemilu untuk memilih anggota DPD adalah

- perorangan;
- e. Pemilu diselenggarakan oleh suatu Komisi Pemilihan Umum, yang bersifat nasional, tetap dan mandiri;
 - f. Ketentuan lebih lanjut tentang pemilu diatur dengan undang-undang. Dalam hal ini UU No. 22 Tahun 2007 tentang Komisi Pemilihan Umum (KPU).

Dalam ilmu politik, terdapat dua sistem pemilihan yaitu, sistem organis dan mekanis, sistem organis adalah sistem penunjukan atau pengangkatan langsung, dan pemilu adalah sistem mekanis, dimana rakyat dipandang sebagai individu-individu yang sama. Menurut Sri Soemantri M. dalam Pelaksanaan Pemilu Indonesia, individu inilah yang berfungsi sebagai pengendali hak pilih aktif yang biasa disebut satu orang satu suara (*one man, one vote*). Sistem pemilihan mekanis ini menggunakan dua sistem pemilu yaitu, sistem proporsional dan sistem distrik.

Indonesia menganut sistem pemilu proporsional yaitu suatu sistem pemilihan dimana kursi yang tersedia di parlemen dibagikan kepada partai politik sesuai imbang perolehan suara, karenanya sistem ini juga disebut sistem berimbang.

Segi positif dari sistem pemilu proporsional adalah, suara yang terbuang sangat sedikit, partai kecil besar kemungkinan mendapat kursi di parlemen. Sedangkan negatifnya adalah, sistem ini mempermudah fragmentasi parpol dan timbulnya parpol baru, kelemahan lain, adalah setiap calon parpol yang terpilih menjadi anggota parlemen

akan lebih loyal pada parpol daripada rakyat yang telah memilihnya. Selain itu kelemahan lainnya parpol bisa mempersulit dalam pembentukan pemerintah yang stabil. Terutama dalam sistem pemerintahan parlementer, karena pembentukan pemerintah atau kabinet harus didasarkan atas koalisi atau kerjasama antara parpol-parpol.

Karena sistem pemilu Indonesia menganut sistem proporsional terbuka maka peran parpol sangat besar dalam proses pemilu. Jurnalis mesti memahami ini sebagai pengetahuan dasar pelaksanaan pemilu.

Pasca reformasi, Indonesia telah melaksanakan empat kali pemilu dengan sistem ini yakni pemilu 1999, 2004, 2009 dan 2014. Pemilu 1999 belum dinilai berhasil karena perangkat perundang-undangan masih memihak status quo terhadap orde baru (orba). Pertama, karena pemilu tidak dipersiapkan secara matang karena baru mengalami masa transisi pemerintahan dari orde baru ke era reformasi. Kedua, karena perangkat perundangan yang belum memadai dan masih bias kepentingan partai orba. Tahun 2004, pemilu berlangsung dengan banyaknya jadwal pemilu mulai dari DPR, DPD, DPRD, hingga pilpres, namun berlangsung cukup baik. Pemilu 2004 juga mencatat sejarah hukum Indonesia dimana sengketa pemilu legislatif diselesaikan di Mahkamah Konstitusi (MK) sebanyak 273 kasus sengketa pemilu dan berhasil dituntaskan MK.

Lantas pemilu 2009, juga terdapat tiga pemilu yakni, pemilihan legislatif, pemilihan presiden dan pemilihan kepala daerah. Pemilu 2009 dinilai pemilu yang berlangsung dengan baik, karena tingkat partisipasi masyarakat yang

cukup tinggi. Namun pada pemilu 2009 tingkat perselisihan pemilu legislatif juga cukup tinggi. Terdapat 622 kasus yang diajukan parpol, 28 kasus diajukan calon DPD dan 40 permohonan sengketa hasil pilkada. Mahkamah Konstitusi berhasil menyelesaikan sebagian kasus tersebut dengan putusan final, sebagian menghasilkan putusan sela dan sebagian lagi ditolak.

Hasil evaluasi pemilu 2014 belum juga tuntas, namun secara umum, pemilu 2014 dinilai cukup menerima banyak kritikan dan menimbulkan banyak persoalan. Mulai dari daftar pemilih, persoalan distribusi logistik pemilu hingga sosialisasi yang kurang dilakukan penyelenggara pemilu. Pemilu 2014 juga disorot karena besarnya jumlah kasus yang dilimpahkan ke MK. Total perkara yang diterima MK sepanjang proses pemilu adalah 903 kasus khusus untuk pemilihan legislatif. Dari jumlah itu, 225 kasus gugatan untuk DPR, 181 kasus terkait DPRD provinsi, 461 kasus terkait DPRD kabupaten/kota, 34 kasus terkait DPD dan 2 perkara gugatan parpol untuk pemenuhan syarat ambang batas.

MEDIA MASSA DAN PEMILU

Pemilu Indonesia menganut luber atau langsung, umum, bebas, dan rahasia menunjukkan pemilu di Indonesia terbuka namun tetap menjaga hak asasi warga negara dalam kerahasiaannya memilih. Warga negara yang memiliki hak suara, dapat menyampaikan suaranya saat pemilu berlangsung. Untuk menggalang publik mau memberi hak suara ini dibutuhkan pembentukan opini publik dengan

komunikasi politik yang baik agar warga negara memahami hak konstitusinya.

Karenanya, perlu adanya sarana penyampai pesan kepada publik yaitu media massa. Dalam upaya menggalang partisipasi masyarakat dalam pemilu dibutuhkan terciptanya opini publik yang positif. Menurut Dan Nimmo dalam *Political Communication and Public Opinion*, 1981, komunikator politik terdiri dari politikus yakni para eksekutif dan legislatif serta parpol, aktivis merupakan pihak yang mengawal proses pemilu dan profesional yakni jurnalis dan penyelenggara pemilu. Peran komunikasi politik ini menurut Nimmo membawa pesan politik untuk diamini publik sebagai kebutuhan. Pesan tersebut yakni, meyakinkan dan membangkitkan partisipasi masyarakat, otoritas sosial, ungkapan personal dan diskusi publik.

Pemahaman yang kuat akan fungsi media massa sebagai bagian dari perangkat demokrasi, menyebabkan penyelenggara pemilu menggunakan komunikator politik untuk mendidik pemilih menggunakan hak politiknya. Media massa biasanya menggunakan simbol-simbol politik, melaksanakan strategi pengemasan pesan dan agenda setting media. Jika penyelenggara pemilu mampu memahami peran media ini maka dapat melakukan konstruksi dan dekonstruksi realitas politik sehingga terbangun citra politik tertentu yang dapat membentuk opini publik.

KPU sebagai penyelenggara pemilu semestinya menguasai teknik pembentukan opini publik yang positif untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pemilu. Pengelolaan informasi dari KPU ke publik melalui media

massa akan mampu menciptakan efek komunikasi politik yang baik. Itu sebabnya, kemampuan jurnalistik sedianya juga dimiliki oleh institusi seperti Penyelenggara Pemilu.

2. AKTOR PEMILU

Pemilihan Umum adalah sebuah kompetisi, ajang persaingan untuk memperebutkan kekuasaan. Dalam negara demokrasi, pemilu menjadi alat untuk pengambilan kekuasaan secara legal dengan cara-cara terhormat. Pada setiap pemilu ada para aktor yang terlibat dalam proses pemilu. Pemilih, peserta pemilu, penyelenggara pemilu, pemerintah, pengawas, pemantau pemilu atau aktivis yang bergerak dibidang kepemiluan, pekerja profesional (jurnalis, lembaga survey, dll) dan penegak hukum.

Dalam proses pemilu, para aktor pemilu ini memiliki perannya masing-masing yaitu sebagai berikut:

- a. *Pemilih*. Mereka adalah warga negara yang telah memiliki hak pilih dan dipilih dalam pemilihan umum, yakni yang telah mencapai usia 17 tahun atau dibawah itu namun telah menikah, pemilih memiliki hak politik yang diamanahkan dalam konstitusi. Persoalan mendasar dari setiap pemilu adalah daftar pemilih yang tidak pernah pasti, meski telah dilakukan verifikasi berulang kali. Sistem pendataan penduduk yang *carut-marut* menyebabkan banyak pemilih tidak terdaftar dalam daftar pemilih, atau sebaliknya mereka yang tidak memiliki hak pilih justru masuk dalam daftar pemilih, misalnya orang yang telah meninggal dunia atau pindah.

Masalah pendataan penduduk ini selalu menjadi persoalan dalam setiap pemilu. Padahal UU No. 10 Tahun 2008 telah mengamanatkan kepada pemerintah untuk menyediakan Data Penduduk Potensial Pemilih Pemilu (DP4) untuk diserahkan kepada KPU selambat-lambatnya satu tahun sebelum pemilu berlangsung. Persoalan pemilih lainnya adalah sikap apatis, tidak peduli dan pilihan Golput, kesadaran bahwa sebagai warga negara terlibat dalam pemilu merupakan hak konstitusi, tidak berlaku pada warga negara ini. Ketidakpedulian atau apatis terhadap pemilu ini tentu saja menurunkan tingkat partisipasi pemilih dalam pemilu, hal ini mempengaruhi perolehan suara dan berujung pada legitimasi hasil pemilu.

Selain itu pemilih juga terlibat melakukan pelanggaran pemilu dengan menerima politik uang atau menjual suaranya. Di sisi lain, sifat apatis juga ditunjukkan dengan tidak peduli pada pelanggaran yang terjadi di depan mata. Sering kali pemilih meski tahu bahwa ada pelanggaran yang dilakukan baik peserta pemilu maupun penyelenggara tidak bersedia melaporkan tindakan pelanggaran tersebut.

- b. *Peserta pemilu.* Partai politik yang telah dinyatakan lulus verifikasi dapat mengikuti pemilu, sesuai ketentuan parpol yang menjadi peserta pemilu dapat mengajukan calon anggota legislatif, calon presiden dan wakil presiden serta calon kepala daerah. Karenanya parpol menjadi peserta yang paling penting dalam pemilu, dibanding

calon perorangan untuk Dewan Perwakilan Daerah (DPD) atau calon independen untuk kepala daerah. Persoalan yang sering kali muncul dari peserta pemilu baik dari parpol, caleg, capres dan calon kepala daerah adalah *money politics* dan *black campaign*. Pelanggaran kampanye, manipulasi hasil suara, mobilisasi pemilih untuk mencoblos lebih dari satu kali, politik uang tidak hanya dilakukan kepada pemilih tapi juga kepada penyelenggara pemilu di tingkat rendah (KPPS). Peserta pemilu juga sering memberlakukan standar ganda dalam praktek pelanggaran pemilu. Di satu sisi menekan penyelenggara untuk menegakkan aturan namun di sisi lain peserta pemilu justru melanggar aturan.

- c. *Penyelenggara Pemilu*. Komisi Pemilihan Umum (KPU) beserta Jajarannya adalah lembaga negara yang secara resmi dibentuk untuk melaksanakan pemilihan umum dari unsur independen. Selain KPU, sesuai UU No. 22 Tahun 2007 juga mengatur tentang Badan Pengawas Pemilu (BAWASLU) sebagai bagian dari lembaga penyelenggara pemilu bidang pengawasan bersama-sama KPU menyelenggarakan pemilu. Undang-undang ini juga mengatur tugas dan wewenang KPU sampai tingkat terendah. Wewenang ini mencakup tujuh kelompok kerja yakni:
- (i) Menyusun peraturan pelaksanaan, tata kerja lembaga, standarisasi logistik pemilu.
 - (ii) Membuat perencanaan dan jadwal pemilu.
 - (iii) Melaksanakan tahapan-tahapan pemilu.

- (iv) Menetapkan setiap hasil tahapan pemilu.
- (v) Mengangkat dan menetapkan petugas pelaksana pemilu mulai dari KPU Provinsi dan KPU Kabupaten/ Kota yang membentuk PPK, PPS, PPSLN, KPPS, KPPSLN yang bersifat *adhoc*.
- (vi) Menangani pelanggaran peraturan pemilu dan kode etik.
- (vii) Menindak petugas pemilu yang melanggar kode etik.

Sementara Bawaslu juga diatur kewenangannya dalam undang-undang ini, yakni:

- (i) Mengawasi pelaksanaan tahapan pemilu.
- (ii) Menerima laporan dugaan adanya pelanggaran pemilu.
- (iii) Menangani kasus-kasus pelanggaran pemilu untuk diteruskan kepada yang berwenang.
- (iv) Mengawasi pelaksanaan rekomendasi pengenaan sanksi untuk anggota KPU Pusat atau KPU Daerah.
- (v) Mengawasi pelaksanaan sosialisasi tahapan pemilu.

Secara kelembagaan Bawaslu bersifat tetap, sedangkan Panitia Pengawas Pemilu (Panwaslu) bersifat *adhoc*. Sebagai penyelenggara pemilu, KPU dan Bawaslu menggunakan sumber daya keuangan yang berasal dari APBN, karenanya pertanggungjawaban publik atas penggunaan anggaran negara ini harus dilakukan.

Pelaksanaan audit dan penyampaian hasilnya secara transparan kepada publik merupakan upaya mencegah terjadi penyelewengan dana pemilu.

Persoalan yang perlu diperhatikan oleh penyelenggara negara adalah bagaimana membangun opini publik yang positif agar tingkat partisipasi pemilih meningkat. Kemampuan mengemas informasi yang dibutuhkan pemilih menyebabkan pemilih dapat memutuskan apa yang terbaik bagi dirinya. Selain itu memahami fungsi media massa dengan agenda setting dan pengemasan berita yang baik dapat pula menjadi sarana penyampaian informasi yang berkualitas dan tepat kepada masyarakat dan pemilih.

- d. *Pemerintah*. Meski bukan penyelenggara pemilu namun pemerintah yang selama ini berperan sebagai fasilitator, yang menyediakan sarana dan prasarana penunjang pelaksanaan pemilu, juga memegang peranan penting untuk menyukseskan pemilu. Dalam hal ini, terminologi Pemerintah merujuk kepada Presiden, sedangkan Pemerintah Daerah merujuk kepada Kepala Daerah.

Pemerintah, sesuai aturan UU No. 22 Tahun 2007 juga harus menyiapkan fasilitas kantor, infrastruktur lainnya, personalia hingga jika dimungkinkan oleh undang-undang dapat memberi dukungan dana saat kondisi terdesak, misalnya distribusi logistik ke kawasan terpencil yang membutuhkan fasilitas transportasi yang cepat. Pemerintah juga bersama-sama penyelenggara memastikan pelaksanaan pemilu dapat berjalan aman dan lancar, terutama di kawasan rawan konflik. Meski

menjadi fasilitator, pemerintah tidak bisa mengintervensi KPU sebagai lembaga independen.

- e. *Pemantau Pemilu Independen.* Untuk menghasilkan kualitas pemilu yang baik dan bersih, pemantau pemilu independen dibutuhkan untuk memastikan tidak terjadi pelanggaran, manipulasi, kecurangan, bahkan intimidasi dalam proses pemilu. Meski pengawas pemilu resmi seperti Bawaslu atau Panwaslu telah disiapkan oleh negara, namun dalam beberapa kasus pelanggaran turut melibatkan para pengawas. Pelanggaran yang melibatkan para pengawas dan penyelenggara resmi inilah yang menjadi penyebab menurunnya kualitas hasil pemilu.

Pemantau independen ini berasal dari lembaga swadaya masyarakat, seperti Jaringan Pemantau Pemilu untuk Rakyat (JPPR), Komite Independen Pemantau Pemilu (KIPP) atau lembaga negara independen lainnya seperti Komnas HAM, Komnas Perempuan dan lembaga independen dari kalangan akademisi seperti Forum Rektor.

Selain dari dalam negeri, lembaga pemantau pemilu independen juga berasal dari luar negeri atau perwakilan negara tetangga, yang ingin memastikan proses demokrasi berjalan sesuai ketentuan yang berlaku.

- f. *Aktivistis Pemilu.* Sebelumnya kalangan aktivis kemanusiaan, hak asasi manusia, gender, kaum feminis, aktivis masalah pendidikan, sosial, aktivis kaum marjinal dan disabilitas, seniman, budayawan, pelajar dan mahasiswa para pemilih pemula, dan lain-lain tidak banyak yang mau melibatkan diri dalam proses pemilu.

Namun, sejak pemilu 2009 dan 2014, para aktivis ini mulai melibatkan diri dalam pemilu, keterlibatan para aktivis ini bersinggungan langsung dengan masalah yang menjadi konsentrasi mereka. Aktivis kaum disabilitas misalnya, memperjuangkan hak kaum ini untuk menjadi perhatian penyelenggara pemilu, agar dapat memenuhi hak mereka sebagai pemilih. Hasil perjuangan para aktivis disabilitas ini kemudian perlahan meski belum maksimal mendapat perhatian penyelenggara pemilu, salah satunya adanya materi atau alat coblos yang dibedakan dari materi untuk pemilih umum. Aktivis perempuan misalnya yang memperjuangkan *afirmatif action*, persyaratan kuota 30 persen perempuan di parpol dan di parlemen, perjuangan para aktivis perempuan ini cukup membuahkan hasil dalam dua pemilu terakhir. Keterlibatan para aktivis ini memberi warna tersendiri dalam proses berdemokrasi di negara ini.

- g. *Profesional*. Kaum profesional yang terlibat secara tidak langsung dalam proses pemilu yang dimaksud adalah jurnalis dan lembaga survey yang marak bermunculan dalam 15 tahun terakhir. Jurnalis dan media massa, hadir menjadi bagian dari aktor pemilu karena peran media massa sebagai pembentuk opini publik. Peran jurnalis dan media massa, sebagai salah satu komunikator politik yang menghantarkan pesan kepada publik pemilih inilah yang kemudian dapat dimanfaatkan sebagai sarana penyampai pesan yang efektif untuk pembentukan opini publik yang positif untuk meningkatkan partisipasi pemilih dalam pemilu.

Karenanya penyelenggara pemilu semestinya harus mampu menggunakan media massa semaksimal mungkin dan bekerja sama membangun paradigma yang sama terkait tahapan pemilu.

Sementara itu, kehadiran lembaga survey yang selama tiga kali pemilu sejak 2004, 2009 dan kini 2014, menunjukkan perkembangan yang cukup signifikan dalam pelaksanaan berbagai survey terkait pemilu. Biasanya, hal ini turut mempengaruhi kiblat informasi dan pembentukan opini dari media massa bergerak ke hasil survey. Lembaga survey juga mampu menyihir perhatian masyarakat pemilih karena menggunakan metode ilmiah yang dapat dipertanggungjawabkan terkait perkiraan hasil pemilu. Di sisi lain, hasil survey juga kemudian menyebabkan kerancuan politik, karena masyarakat pemilih memiliki *second opinion* dari hasil survey tersebut. Jika sebelumnya, acuan masyarakat pemilih lebih kepada penyelenggara pemilu (KPU/Bawaslu) serta peserta pemilu (parpol/calon) yang diangkat sebagai narasumber utama media massa, kini bergeser kepada para peneliti/pengamat politik dari lembaga-lembaga survey ini.

- h. *Penegak Hukum*. Karena merupakan kompetisi, persaingan memperebutkan kekuasaan, maka proses pemilu sering kali melahirkan banyak ketidakpuasan. Para calon maupun parpol berupaya maksimal memperebutkan suara rakyat, akibatnya tindakan pelanggaran sering kali tak bisa dielakkan. Mulai dari intimidasi, jual beli suara, hingga kampanye hitam marak

mewarnai proses pemilu. Ini merupakan pelanggaran yang menjadi ranah penegak hukum, polisi, jaksa, hakim bahkan sampai ke tingkat mahkamah konstitusi.

Kasus pelanggaran pidana pemilu, berupa kasus manipulasi, ancaman, penyuapan, dan jual beli suara merupakan tindakan pidana yang ditangani polisi, jaksa dan hakim. Jika pelaku pelanggaran adalah penyelenggara maka Dewan Kehormatan Penyelenggara Pemilu (DKPP) yang akan mengambil tindakan, bahkan tak jarang hingga kepada tindakan pemecatan. Jika ada pihak yang dirugikan oleh keputusan KPU/KPUD maka dapat mengajukan ke Pengadilan Umum atau Pengadilan Tata Usaha Negara (PTUN). Sedangkan penyelesaian perselisihan atau sengketa hasil pemilu gugatan dapat diajukan ke Mahkamah Konstitusi.

3. TAHAPAN PEMILU

Bagian terpenting dari proses pemilu adalah tahapan pemilu yang harus diikuti tahap demi tahap secara kontinyu. Seorang jurnalis harus menguasai dan memahami setiap jadwal kegiatan dari tahapan pemilu yang telah diatur oleh KPU. Proses pemilu dapat berjalan lancar sesuai tahapan yang ditetapkan, jika ada yang terlewati maka dipastikan telah terjadi pelanggaran oleh KPU sebagai penyelenggara. Proses pemilihan umum di Indonesia merupakan proses yang rumit dan masif karena mencakup wilayah Indonesia yang luas.

Didik Supriyanto dari Perkumpulan Rakyat untuk Pemilu dan Demokrasi (Perludem) menyatakan pemilu

di Indonesia selalu ada variasi-variasi baru dalam sistem pemilu yang dikembangkan dari undang-undang. Wilayah Indonesia yang luas dengan kondisi geografi yang beragam menyebabkan pelaksanaan pemilu membutuhkan waktu persiapan dan pelaksanaan yang lama. Namun kenyataannya tidaklah demikian, pelaksanaan pemilu selalu dilakukan secara serempak dalam waktu yang pendek, membutuhkan sumber daya, dana dan manajemen kerja yang rapi. Selain itu jumlah pemilih yang besar juga menjadi sebab pelaksanaan pemilu Indonesia sangat rumit, setidaknya terdaftar lebih dari 150 juta pemilih di seluruh Indonesia.

Setiap tahapan pemilu memiliki tingkat kerumitan dan menimbulkan persoalannya masing-masing, sesuai kondisi daerah. Persoalan yang paling sering muncul biasanya pada daftar pemilih, verifikasi daftar pemilih dari seluruh wilayah di Indonesia, tahapan pemutakhiran data pemilih dan penyusunan daftar pemilih. KPU harus berupaya mengajak masyarakat terlibat memverifikasi sendiri data dirinya saat pemutakhiran dilakukan.

Penyelenggaraan Pemilu 2014 dimulai sejak dua tahun yang lalu, sebelum pelaksanaan pemilu 2014. Artinya, sejak tahun 2012 tahapan pemilu telah dimulai. Tahapan Pileg dan Pilpres dan perubahannya secara lebih rinci dapat dilihat pada aturan masing-masing sebagai berikut:

- a. PKPU No. 07 Tahun 2012 tentang Tahapan, Program, dan Jadwal Penyelenggaraan Pemilihan Umum Anggota DPR, DPD, dan DPRD Tahun 2014;
- b. PKPU No. 11 Tahun 2012 tentang Perubahan Atas PKPU No. 07 Tahun 2012 tentang Tahapan, Program, dan

- Jadwal Penyelenggaraan Pemilihan Umum Anggota DPR, DPD, dan DPRD Tahun 2014;
- c. PKPU No. 15 Tahun 2012 tentang Perubahan Kedua Atas PKPU No. 07 Tahun 2012 tentang Tahapan, Program, dan Jadwal Penyelenggaraan Pemilihan Umum Anggota DPR, DPD, dan DPRD Tahun 2014;
 - d. PKPU No. 18 Tahun 2012 tentang Perubahan Ketiga Atas PKPU No. 07 Tahun 2012 tentang Tahapan, Program, dan Jadwal Penyelenggaraan Pemilihan Umum Anggota DPR, DPD, dan DPRD Tahun 2014;
 - e. PKPU No. 06 Tahun 2013 tentang Perubahan Keempat Atas PKPU No. 07 Tahun 2012 tentang Tahapan, Program, dan Jadwal Penyelenggaraan Pemilihan Umum Anggota DPR, DPD, dan DPRD Tahun 2014;
 - f. PKPU No. 19 Tahun 2013 tentang Perubahan Kelima Atas PKPU No. 07 Tahun 2012 tentang Tahapan, Program, dan Jadwal Penyelenggaraan Pemilihan Umum Anggota DPR, DPD, dan DPRD Tahun 2014 Sebagaimana Telah Beberapa Kali Diubah, Terakhir Dengan PKPU No. 06 Tahun 2013;
 - g. PKPU No. 21 Tahun 2013 tentang Perubahan Keenam Atas PKPU No. 07 Tahun 2012 tentang Tahapan, Program, dan Jadwal Penyelenggaraan Pemilihan Umum Anggota DPR, DPD, dan DPRD Tahun 2014 Sebagaimana Telah Beberapa Kali Diubah, Terakhir Dengan PKPU No. 19 Tahun 2013;
 - h. PKPU No. 22 Tahun 2014 tentang Perubahan Ketujuh Atas PKPU No. 07 Tahun 2012 tentang Tahapan, Program,

dan Jadwal Penyelenggaraan Pemilihan Umum Anggota DPR, DPD, dan DPRD Tahun 2014 Sebagaimana Telah Beberapa Kali Diubah, Terakhir Dengan PKPU No. 21 Tahun 2013;

- i. PKPU No. 23 Tahun 2014 tentang Perubahan Kedelapan Atas PKPU No. 07 Tahun 2012 tentang Tahapan, Program, dan Jadwal Penyelenggaraan Pemilihan Umum Anggota DPR, DPD, dan DPRD Tahun 2014 Sebagaimana Telah Beberapa Kali Diubah, Terakhir Dengan PKPU No. 22 Tahun 2014;
- j. PKPU No. 04 Tahun 2014 tentang Tahapan, Program dan Jadwal Penyelenggaraan Pemilihan Umum Presiden dan Wakil Presiden Tahun 2014.

4. VOTERS VOICE REPORTING (MELIPUT PEMILU DENGAN PERSPEKTIF PEMILIH)

Meliput pemilu dengan perspektif pemilih (*voters voice reporting*) secara teknis memang sama seperti menginformasikan dan mensosialisasikan informasi tahapan pemilu, agar dapat dipahami secara menyeluruh oleh pemilih sesuai kebutuhannya. Suatu media center dari penyelenggara pemilu seperti KPU sangat penting untuk menjadikan suara pemilih sebagai sasaran utama untuk menyampaikan informasi. Baik sasaran utama sebagai narasumber maupun objek penerima pesan atau informasi yang ingin disampaikan. Media Center memiliki peran penting untuk mampu menyampaikan informasi tersebut kepada publik. Media center jugalah yang bisa mengkomunikasikan antara kepentingan penyelenggara dan kebutuhan pemilih.

Jembatan sinergitas ini dapat dibangun jika jurnalis yang mengelola informasi di media center mampu memastikan tidak ada tahapan yang hilang dari proses pemilu tersebut. Sekaligus dapat pula mengakomodir kebutuhan media massa, meredam isu negatif dan mengantisipasi terjadinya konflik kepentingan (*conflict of interest*) antara, pemilih, peserta dan penyelenggara.

Kebutuhan Pemilih

Untuk memastikan pemilu berlangsung bebas dan adil, (*free and fair election*) maka tidak boleh ada pembatasan hak warga negara, dalam hal ini pemilih, untuk memperoleh informasi. Selama ini pemilih tidak menjadi prioritas atau subjek dalam penyampaian informasi, suara pemilih bahkan kurang didengar. Akibatnya berdampak pada pemilih yang merasa pemilu tidak penting, karena pemilih menilai pemilu tidak berdampak langsung bagi kehidupannya. Minimnya informasi tentang hak konstitusi serta dampak nyata jika pemilih tidak menggunakan hak pilihnya karena kurang informasi (*not well informed*), menyebabkan minim pula partisipasi pemilih dalam pemilu. Akhirnya mendongkrak presentasi Golput menjadi semakin tinggi dalam pemilu. Untuk itulah informasi dalam perspektif pemilih penting bagi KPU.

Pemilih membutuhkan informasi sesuai tahapan secara kontinyu, pemilih memiliki hak untuk mengetahui segala proses pemilu secara transparan sehingga dapat turut mengawal suaranya agar tidak disalahgunakan.

Pendidikan kepada pemilih juga dapat dilakukan dengan upaya menghindarkan pemilih dari dampak politik uang (money politic). Informasi tentang dampak politik uang ini juga ikut menentukan kualitas peserta pemilu yang dipilih.

Meliput Pemilu Perspektif Pemilih

Jurnalis media center KPU dalam penyampaian informasinya harus memahami perspektif pemilih. Seluruh kebutuhan pemilih harus dipenuhi oleh KPU, karenanya jurnalis harus merekam segala hal yang dipikirkan, dirasakan, dikatakan, diinginkan dan dibutuhkan pemilih dalam pemilu.

Semua tahapan pemilu penting bagi pemilih, namun ada sejumlah tahapan yang menjadi prioritas untuk dipenuhi, yakni; tahapan pemutakhiran data pemilih, kampanye, sosialisasi, pemungutan dan penghitungan suara hingga tahapan rekapitulasi. Mengapa tahapan ini menjadi penting bagi pemilih, karena tahapan ini berkaitan langsung dengan suara pemilih.

Berikut isu penting yang wajib diinformasikan sesuai perspektif pemilih:

- a. Jadwal pasti pemutakhiran daftar pemilih, terdata tidaknya nama pemilih (DPS/ DPT/DPTb/DPK/DPKTb);
- b. Pendaftaran peserta pemilu dan siapa yang lolos verifikasi;
- c. Penetapan peserta pemilu (pileg/pilpres/pilkada);

- d. Penetapan jumlah kursi bagi pemilihan legislatif dan penetapan daerah pemilihan (dapil) untuk pemilu;
- e. Berapa banyak partai politik yang ikut dalam pemilu serta lambang dan nomor partai;
- f. Profil parpol;
- g. Profil lengkap (jejak rekam) capres, caleg), calon kepala daerah, baik gubernur, walikota maupun bupati;
- h. Visi misi calon dan jadwal kampanye masing-masing calon;
- i. Masa kampanye dan laporan dana kampanye;
- j. Sosialisasi cara pemungutan suara (pencoblosan) dan penghitungan suara di TPS;
- k. Rekapitulasi suara dari tingkat TPS hingga KPU;
- l. Penetapan hasil pemilu.

Selain itu, jurnalis dan media center KPU harus menguasai sejumlah isu sensitif perspektif pemilih yakni:

- a. Data pemilih disabilitas, pemilih pemula, pemilih buta aksara, pekerja nomaden/*freelance* yang berpindah-pindah, pemilih di rumah sakit, pemilih di rumah tahanan, pemilih di kapal penumpang, pemilih di kapal barang, pemilih di kapal ikan, pemilih di bandara, pemilih di pelabuhan, pemilih di wilayah adat atau terpencil.
- b. Cara mencoblos bagi pemilih disabilitas dan buta aksara serta fasilitas atau TPS yang mudah diakses

dan tidak menyulitkan pemilih.

- c. Kemudahan akses bagi pemilih di rumah sakit, di rumah tahanan, di kapal, di bandara, dan di pelabuhan.
- d. Isu politik uang, etnis, gender, agama, konflik kepentingan, sukuisme, budaya lokal (noken di Papua dan sasi di Maluku).

Informasi yang berimbang dan memberi pemahaman tentang perbedaan satu calon dengan calon lainnya dalam visi misi, janji dan program kerja masing-masing parpol atau calon akan membantu dan memudahkan pemilih menentukan pilihan di dalam bilik suara. Jurnalis yang independen memang sebaiknya menanyakan pertanyaan yang sama kepada masing-masing parpol atau calon, untuk mendapat jawaban yang berbeda atau mungkin sama dari peserta pemilu. Pertanyaan itu haruslah, mewakili suara pemilih.

Suara pemilih dari berbagai komunitas baik nelayan, petani, kaum buruh, kelompok rentan seperti disabilitas dan kelompok yang termarjinalkan menjadi penting ketika dilemparkan kepada para capres, caleg, calon kepala daerah, parpol, atau peserta pemilu. Seorang Jurnalis harus memastikan menerima jawaban dari pertanyaan tersebut.

Liputan kampanye adalah tahapan yang berat bagi jurnalis karena setiap calon dan parpol peserta pemilu akan menggunakan momentum kampanye untuk menjual mimpi kepada pemilih. Patut menjadi

perhatian jurnalis media center bahwa Calon atau Parpol Peserta Pemilu kerap mengobral janji. Bahkan terkadang menyampaikan visi misi yang kurang masuk akal serta tidak menyentuh langsung kebutuhan pemilih. Menghadapi fakta ini, jurnalis media center semestinya menjadi “polisi lalu lintas” untuk mengatur lalu lintas informasi ini dengan baik, agar menghindarkan pemilih dari tabrakan yang bisa saja terjadi. Artinya informasi yang sampai ke masyarakat atau pemilih adalah informasi yang logis dan rasional. Kalaupun janji kampanye tersebut ingin diinformasikan maka kemasan beritanya harus ditujukan untuk pengawalan janji kampanye di masa yang akan datang.

Pemilih adalah subjek pemilu, bukan objek pemilu. Kepentingan pemilih adalah untuk mengetahui apa yang akan dilakukan calon dan parpol jika pemilih memberikan suaranya kepada para calon dan parpol tersebut untuk mendapatkan legitimasi menjalankan negara.

5. ALUR PELIPUTAN PEMILU

Meliput pemilu sama halnya meliput berbagai informasi lain yang ada dalam kehidupan manusia. Namun meliput pemilu membutuhkan perhatian lebih karena persoalan kompleks yang melibatkan banyak aktor pemilu di dalamnya. Berbeda dengan jurnalis umum, jurnalis yang mengelola informasi di media center KPU harus memiliki pemahaman ekstra termasuk di dalamnya memahami agenda setting media massa terkait pemilu serta isu-isu yang dimainkan untuk pembentukan opini.

Persoalan pelanggaran yang dilakukan penyelenggara, soal memastikan tahapan berlangsung sesuai jadwal waktu yang telah ditentukan atau tidak, sering menjadi bola liar bagi media massa untuk dimainkan sebagai isu. Karenanya daya analisis menjadi keharusan bagi pengelola informasi di media center agar dapat mengimbangi isu yang dimainkan media massa. Kepentingannya untuk dapat menangkal isu-isu yang dimainkan media massa karena adanya kepentingan pihak lain yang ingin menjatuhkan kredibilitas KPU sebagai penyelenggara. Jurnalis media center KPU melalui situs resmi KPU dapat membentuk opini terbalik dari isu yang ramai dimuat di media massa. Untuk itu diperlukan kemampuan mengelola isu.

Perencanaan Peliputan Pemilu

Dalam perencanaan peliputan, tim media center harus memulai dari pemahaman secara mendalam tentang tahapan pemilu, sejak awal proses tahapan dilaksanakan. Perencanaan peliputan akan efektif dengan mempelajari tahapan pemilu, baik pemilihan legislatif, pemilihan presiden maupun pemilihan kepala daerah. Mulai dari pemutahiran data pemilih, penyusunan data pemilih, verifikasi data pemilih sementara hingga data pemilih tetap dan tambahan. Proses pendaftaran calon hingga proses akhir pelantikan calon terpilih. Siapkan agenda liputan berdasarkan jadwal pemilu tersebut. Seluruh proses dari tahap awal hingga akhir ini menyebabkan adanya kontinuitas informasi oleh penyelenggara dalam hal ini KPU kepada publik dan menghindarkan adanya

siklus yang hilang dari tahapan itu.

Dalam proses peliputan dengan perspektif pemilih, jurnalis media center KPU seharusnya memahami secara mendasar kebutuhan informasi pemilih, menganalisis strategi parpol, mengikuti dan mengetahui pasti profil dan jejak rekam para kandidat, mengikuti seluruh proses kampanye, mengawal data pemilih mulai dari DPS hingga DPT. Memberi informasi tentang perbandingan antara kandidat satu dengan lainnya. Serta secara adil, memastikan memberi porsi yang sama kepada setiap kandidat dalam peliputannya. Keberimbangan akan memudahkan media center menjadi barometer informasi bagi media massa, pemilih maupun peserta pemilu, karena setiap pihak diberi porsi yang sama.

Biasanya media center KPU hanya menyiapkan satu atau dua staf untuk mengcover seluruh kegiatan KPU, karenanya penting untuk menghasilkan perencanaan setiap bulan. Tim media center KPU dapat menghasilkan perencanaan peliputan melalui proses berikut ini:

a. Rapat

- Rapat bulanan bersama komisioner untuk menyiapkan agenda bulanan sesuai tahapan pemilu, apa yang penting dari setiap tahapan yang hendak dipublikasi baik melalui rilis kepada media massa atau melalui situs/media sosial KPU yang telah ada. Termasuk peliputan kegiatan komisioner.
- Rapat mingguan internal khusus staf media

center untuk menyiapkan berbagai agenda yang telah disepakati dalam rapat bulanan. Rapat mingguan dilakukan untuk pelaksanaan teknis kegiatan selama seminggu. Jurnalis media center harus menyiapkan data dan informasi harian untuk memastikan tidak ada informasi yang tidak dipublikasikan melalui situs KPU atau media sosial (Facebook, Twitter, google plus, youtube)

- Rapat harian khusus jurnalis dan kepala media center untuk mengedit dan memilih informasi apa yang akan dibutuhkan atau tidak dibutuhkan untuk dibuatkan dan dipublikasi rilisnya.

b. Menyusun agenda liputan

- Agenda liputan harus disesuaikan dengan tahapan pemilu, jurnalis media center harus menguasai atau mengetahui berbagai peraturan terkait pemilu, sistem pemilu, hukum pemilu, pengawasan pemilu, pemakaian survey/pendapat umum yang muncul di media massa, aturan iklan politik terkait media kampanye, dana kampanye.
- Mempelajari dan menganalisis pemberitaan media center untuk dapat mengatur jumpa pers terkait isu yang harus ditangkal oleh komisioner atau klarifikasi/hak jawab yang perlu dikirimkan ke media massa.
- Bekerja sama dengan media massa terkait informasi penting yang akan dimuat di sejumlah media. Pilihlah media massa dengan oplah besar

atau yang paling berpengaruh di daerah anda.

- Antisipasi setiap kemungkinan dari proses pemilu terkait konflik kepentingan calon atau parpol peserta pemilu agar dapat mengetahui cara menangkal pemberitaan miring terkait penyelenggaraan pemilu.
- Siapkan kondisi darurat. Selalu siapkan dokumentasi cadangan jika terjadi sesuatu hal yang tidak diinginkan. Jangan pernah lupa mengupload (mengunggah) foto atau video kegiatan ke situs resmi KPU dan media sosial, sebagai bukti kegiatan untuk mencegah kemungkinan digugat oleh calon atau parpol peserta pemilu.

c. Panduan Perencanaan Liputan Pemilu

- Jurnalis media center harus selalu menyiapkan bahan berita perhari minimal tiga berita dan maksimal tak terhingga, terkait agenda kegiatan komisioner dan tahapan pemilu.
- Bekerja sesuai gaya jurnalis pada umumnya, yaitu bekerja taat deadline dan memahami konteks masalah agar mudah menulis berita.
- Narasumber dapat berasal dari komisioner atau sekretaris KPU untuk menggali informasi tahapan pemilu. Wawancara dapat dilakukan via telepon untuk memastikan agenda yang berlangsung di daerah di luar jangkauan jurnalis.
- Isu khusus apa saja yang terjadi dalam tahapan pemilu yang sekiranya membahayakan posisi

penyelenggara, harus segera ditangkal sesuai aturan yang berlaku, karena pemberitaan media center tidak dapat dilepas sepenuhnya dari perspektif KPU sebagai penyelenggara. Tetap taat aturan agar dapat mengklarifikasi pemberitaan miring tersebut.

- Harus membuat berita dan memuat lebih dulu di situs KPU agar menjadi barometer informasi baik oleh publik maupun media massa. Media massa yang mengutip berita KPU tentu saja akan menjadikan situs KPU sebagai acuan pemberitaan media massa. Cara ini efektif meredam pemberitaan miring yang dibuat oleh jurnalis di media massa tersebut.

Pahami Isu dan Agenda Setting Media Massa

Dalam meliput pemilu hal yang mesti diwaspadai juga adalah terjadinya pelanggaran yang dilakukan oleh para peserta. Pada posisi ini jurnalis media center harus membuka perspektif penyelenggara dengan menyampaikan regulasi baik terkait undang-undang pemilu maupun aturan-aturan yang berlaku, dengan memosisikan aturan regulasi sebagai primadona berita.

Peliputan pemilu yang mencapai titik krusialnya pada saat mengcover persoalan DPS hingga DPT. Selain itu peliputan proses pemungutan suara, peliputan dana politik dan kampanye, hingga peliputan proses rekapitulasi. Persoalan biasanya akan muncul pada saat pembahasan DPS/DPT/DPK/DPK**T**b, pemungutan

suara, hingga proses rekapitulasi dari TPS ke tingkat KPU. Maka media center harus mampu mengantisipasi serangan pemberitaan media massa maupun protes pemilih. Isu lain yang menarik adalah adanya kampanye hitam dan *money politics*. Isu yang juga tidak bisa dilupakan adalah isu perempuan serta isu perdamaian dalam pemilu. Kedua isu ini menjadi penting karena menyangkut kesetaraan gender (yang saat ini dimaknai sebagai kuota 30 persen untuk perempuan) dan pentingnya meminimalisir munculnya konflik.

Yang patut diperhatikan terkait isu-isu yang biasa dimainkan oleh media massa adalah :

- a. Akurasi pemutakhiran data pemilih, DPS/DPT/DPTb/DPK/DPKTb;
- b. Pembiaran pelanggaran kampanye oleh parpol/calon;
- c. Sosialisasi pemilu untuk pemilih;
- d. Kebutuhan pemilih (jejak rekam dan visi/misi parpol/calon);
- e. Debat kandidat;
- f. Distribusi logistik;
- g. Transparansi detail dana kampanye parpol/calon yang harus dibuka;
- h. Kesiapan penyelenggara pemilu pada hari pemungutan suara;
- i. Proses rekapitulasi hasil pemilu dari TPS hingga KPU;
- j. Penetapan hasil pemilu;
- k. Sengketa pemilu;

- l. Harmonisasi kerja antara KPU dan Bawaslu;
- m. Isu hak perempuan, kaum disabilitas, pelanggaran HAM, juga konflik warga yang harus diwaspadai penyelenggara pemilu.

Media center KPU harus mampu menangkal isu-isu yang biasa dimainkan media massa dengan lebih dahulu menyampaikan informasi tersebut secara terbuka, sesuai aturan yang ada kepada publik melalui situs KPU. Dengan Tetap berpegang pada aturan perundang-undangan, media center dapat menghindarkan KPU agar tidak terjebak dalam pengalihan opini publik yang dilemparkan ke media massa.

Etika dan Prinsip Jurnalisme dalam peliputan pemilu

Meski bukan jurnalis umum yang bekerja pada media massa profesional, namun kode etik dan prinsip jurnalisme tetap menjadi hal penting dalam peliputan pemilu bagi jurnalis media centre KPU. Kode etik jurnalistik ditetapkan oleh Dewan Pers melalui Peraturan Dewan Pers Nomor: 6/Peraturan-DP/V/2008 tentang Pengesahan Surat Keputusan Dewan Pers Nomor 03/SK-DP/III/2006 tentang Kode Etik Jurnalistik Sebagai Peraturan Dewan Pers. Dalam peraturan tersebut, terdapat 11 pasal yang di dalamnya turut memuat aturan etika, prinsip dasar peliputan, kode perilaku jurnalis serta keamanan jurnalis dalam peliputan pemilu.

Dengan memahami aturan etika dan prinsip

jurnalisme, serta menguasai berbagai aturan yang mengatur kerja jurnalis seperti; UU No. 40 Tahun 1999 tentang Pers, UU No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE), dan UU No. 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran, maka jurnalis akan dengan mudah memahami apa yang boleh dan tidak boleh dilakukan media massa dalam peliputan. Sehingga dapat mengetahui bagaimana menyelesaikan masalah jika terkait pemberitaan miring terhadap penyelenggara pemilu.

6. TEKNIK PENULISAN BERITA

Aturan Umum

- a. Taat pedoman Ejaan Yang Disempurnakan;
- b. Tidak menggunakan akronim/singkatan;
- c. Singkat, padat, berisi (subjek/predikat/objek) jelas;
- d. Tidak membuat kata berulang dalam satu kalimat.

Aturan Khusus :

- a. Menentukan nilai berita, jenis berita (hard news/soft news) sesuai rubrik media, berita utama /berita pendamping;
- b. Menyusun komposisi berita berdasarkan prinsip yang berlaku umum (5W1H, piramida terbalik, sistematika bahasa, alur);
- c. Memeriksa akurasi dan menaati deadline;
- d. Menerapkan Kode Etik Jurnalistik, memastikan

struktur berita, narasumber, judul, lead/teras, tubuh berita, memeriksa EYD, akurasi data, etika bahasa.

Kelayakan Berita diukur berdasarkan nilai-nilai berita berikut ini:

- a. Penting;
- b. Aktual;
- c. Unik;
- d. *Proximity* (asas kedekatan);
- e. *Prominence* (asas keterkenalan);
- f. *Magnitude* (unsur kedahsyatan);
- g. *Human Interest*;
- h. Konflik;
- i. *Trend*.

Menguasai Rumus 5W1H:

- a. *What*/apa: apa yang terjadi?;
- b. *Where*/dimana: dimana hal itu terjadi?;
- c. *Who*/siapa: siapa pelakunya?;
- d. *When*/kapan: bilamana itu terjadi, pagi tadi, baru saja, atau kapan waktunya?;
- e. *Why*/mengapa: apa penyebabnya mengapa bisa terjadi?;
- f. *How*/bagaimana: kronologis terjadinya, bagaimana itu terjadi?.

Formula Berita:

- a. *Accuracy* (akurasi/ketepatan);
- b. *Brevity* (keringkasan);
- c. *Clarity* (kejelasan);
- d. *Sincerity* (kejujuran);
- e. *Simplicity* (Kesederhanaan);
- f. *Security* (keamanan).

Prinsip Berita

- a. *Check and Recheck*;
- b. *Balancing* (keseimbangan);

Kirim Formulir C1 ke KPU RI, KPU Buru Koordinasi PPK

AMBON – Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kabupten Buru mulai berkoordinasi dengan Panitia Pemilihan Kecamatan (PPK) di wilayah tersebut, untuk pengiriman formulir C1 atau hasil penghitungan suara pemilu presiden dan wakil presiden (Pilpres) di Tempat Pemungutan Suara (TPS) ke situs resmi KPU RI.

Formulir C1 itu berfungsi untuk mengontrol validitas data rekapitulasi tingkat bawah agar tidak terjadi kecurangan di tingkat atasnya. Formulir tersebut discan dan dikirim KPU kabupaten/kota ke situs KPU RI.

Komisioner KPU Buru Munir Soamole menyatakan, untuk mempercepat pengiriman formulir C1 tersebut, pihaknya terus berkoordinasi dengan PPK se Kabupaten Buru agar secepatnya menyampaikan formulir tersebut ke KPU Buru.

"Intinya kita menjemput bola, kita koordinasi ke PPK agar secepatnya menyampaikan formulir C1 ke kita, karena KPU Buru akan segerah scan formulir untuk dikirim ke KPU RI," kata Munir saat dihubungi Media Center KPU Maluku, Kamis (10/7).

Saat ini menurut Munir, proses rekapitulasi hasil Pilpres berlangsung di Panitia Pemungutan Suara (PPS) dan setelah itu dilakukan rekap ditingkat PPK. Namun Munir menyatakan, PPK sudah bisa mendapatkan formulir C1, karena formulir tersebut diperoleh di tingkat TPS yang sudah tersedia.

"Kami tidak ingin lagi seperti saat Pemilu Legislatif dimana formulir C1 terlambat dikirim karena alasan teknis di PPK, saat ini kan rekap berjalan lancar saja jadi formulir tersebut juga harus cepat dikirim,"katanya. **UC3P**

- c. *Cover both ide*, atau sekarang *cover all side*.

7. CONTOH BERITA DENGAN PERSPEKTIF PENYELENGGARA PEMILU

Bawaslu Periksa Komisioner KPU Tual, Terkait Pelanggaran Pemilu

AMBON – Badan Pengawas Pemilu (Bawaslu) Maluku memeriksa Ketua KPU Kota Tual, Husen Renwaren terkait pelanggaran prosedur pelaksanaan Pemilu. Selain Husen, Bawaslu juga memeriksa komisioner KPU Kota Tual lainnya, Hamra Renleew dalam kasus yang sama dan seorang aparat Kepolisian yang mengawal kotak surat dari Kota Tual ke Kota Ambon.

Pemeriksaan dilakukan tim gabungan dari Bawaslu, penyidik Polda dan Kejaksaan Tinggi Maluku yang tergabung dalam sentra penegakan hukum terpadu (Sentra Gakkumdu) yang berlangsung di Kantor Bawaslu Maluku pada Senin (28/4) malam.

Komisioner Bawaslu Maluku Lusya Peilouw menyatakan pemeriksaan kepada dua komisioner KPU Kota Tual terkait dugaan pelanggaran pemilu yang dilakukan KPU Kota Tual, yakni merubah dokumen rekapitulasi hasil Pileg di daerah tersebut, sesuai Pasal 287 UU Nomor 8 Tahun 2012 tentang Pemilu.

Selain itu, pemeriksaan keduanya juga terkait diinapkannya kotak suara hasil pleno di sebuah kamar hotel di Ambon selama dua hari yang dilakukan komisioner KPU Kota Tual, serta pergeseran kotak suara tanpa sepengetahuan Panwaslu setempat.

“Kita meminta klarifikasi ketua dan seorang komisioner KPU Kota Tual terkait sejumlah pelanggaran yang dilakukan KPU Kota Tual dalam pelaksanaan Pileg. Pemeriksaan dilakukan oleh tim dari Bawaslu, penyidik kepolisian dan kejaksaan yang tergabung dalam Sentra Gakkumdu,” kata Lusya kepada Media Center KPU Maluku, Selasa (29/4).

Menurut Lusya, pemeriksaan dilakukan karena saat rekapitulasi hasil Pileg yang disampaikan KPU Kota Tual dalam rapat pleno di KPU Maluku pada Minggu (27/4) ditemukan sejumlah kecurangan, dan pergeseran angka-angka baik milik caleg maupun partai politik (Parpol) peserta pemilu. KPU Maluku atas rekomendasi Bawaslu Maluku kemudian melakukan penghitungan satu tingkat dibawa hasil pleno KPU Kota Tual, yakni tingkat Panitia Pemilihan Kecamatan (PPK).

“Karena itu kami meminta klarifikasi kepada komisioner KPU Kota Tual, karena telah terjadi pergeseran angka-angka hasil pileg, yang diduga dilakukan anggota KPU, siapa yang melakukan itu menjadi materi pemeriksaan yang tidak bisa kita buka,” katanya.

Sedangkan anggota Polres Malra yang mengawal kotak suara dimintai keterangan sebagai saksi terkait pergeseran kotak suara yang tidak sesuai prosedur.

Lusya menyatakan, jika terbukti melakukan pelanggaran, komisioner KPU Kota Tual terancam pidana penjara 1 tahun dan denda pidana paling banyak Rp 12 juta, berdasarkan Pasal 287 UU Nomor 8 Tahun 2012 tentang Pemilu. Sedangkan pelanggaran etika akan terungkap setelah hasil pemeriksaan yang dilakukan Sentra Gakkumdu itu. Pelanggaran etika akan ditindaklanjuti ke Dewan Kehormatan Penyelenggara Pemilu (DKPP) di Jakarta.

Sementara komisioner Bawaslu Maluku Fadli Silawane menyatakan, pihaknya belum bisa membuka hasil pemeriksaan terhadap dua komisioner KPU Kota Tual tersebut. Karena hingga tim Sentra Gakkumdu masih mengkaji hasil pemeriksaan komisioner dan oknum polisi tersebut.

Bawaslu Maluku menurut Fadli akan melakukan pleno membahas hasil pemeriksaan tersebut. "Kita belum bisa membuka terkait dengan materi pemeriksaan kepada komisioner KPU Kota Tual karena masih didalami dan belum dilakukan pleno tingkat Bawaslu," katanya. Ia menyatakan, pemeriksaan juga akan dilakukan kepada komisioner KPU Kota Tual lainnya terkait kasus yang sama. Saksi parpol juga diperiksa terkait kasus ini. **(NT)**

KPU Papua Kunjungi KIP Aceh

Banda Aceh, Komisi Independen Pemilihan (KIP) Aceh, Senin (1/12) menerima kunjungan kerja yang dilakukan oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU) provinsi Papua Barat yang dipimpin oleh ketua KPU Adam Ariso yang didampingi beberapa komisioner lainnya serta beberapa staf yang bertugas di sekretariat KPU Provinsi Papua.

Selain melakukan studi banding ke KIP Aceh dalam kesempatan tersebut, rombongan juga berkesempatan melakukan diskusi dengan beberapa anggota DPRD dan sekretaris daerah Prov Aceh.

Adapun tujuan studi banding yang dimaksud dalam kunjungan tersebut, menurut Adam akan membahas tentang beberapa hal mengenai Otsus yang didapat oleh kedua Provinsi yang berada di ujung timur dan barat Indonesia serta tentang keberadaan partai politik lokal di Aceh yang menjadi aroma dan warna baru dalam pelaksanaan pesta demokrasi yang telah berjalan di Aceh dalam beberapa periode yang lalu. **(Hus)**

Tahapan Pilkada Serentak Dimulai

JAKARTA— Komisi Pemilihan Umum (KPU) dan Badan Pengawas Pemilu (Bawaslu) telah menggelar rapat koordinasi menindaklanjuti Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang (Perppu) Nomor 1 Tahun 2014 tentang Pemilihan Gubernur, Bupati, dan Wali Kota. Kedua lembaga ini menyepakati untuk segera menindaklanjuti perppu tersebut dan memulai tahapan persiapan pelaksanaan pilkada serentak pada 2015.

"Rapat koordinasi KPU dan Bawaslu tadi malam (Senin, 20/10) menghasilkan bahwa kami memiliki pemahaman yang sama tentang arti penting penindaklanjutan atas apa yang diatur dalam Perppu 1/2014 dan Perppu 2/2014. Di mana pada pokoknya perppu tersebut adalah payung hukum penyelenggaraan pemilu langsung," kata Ketua KPU Husni Kamil Manik saat menggelar jumpa pers bersama Bawaslu, di kantor KPU, Jakarta, Selasa (21/10).

Husni memperkirakan, pilkada serentak 2015 dilakukan pada bulan September. "Kita mempersiapkan bulan yang paling tepat dan yang paling banyak didiskusikan adalah bulan September," ujar Husni.

Meski begitu, menurutnya, masih belum diputuskan tanggal pelaksanaannya. KPU perlu

berkoordinasi terlebih dahulu dengan Kementerian Dalam Negeri.

Sebab, lanjut Husni, dalam hitungan KPU, pilkada yang diselenggarakan pada 2015 merupakan pemilihan kepala daerah yang masa jabatannya berakhir tahun 2015 dan awal 2016. Namun, Perppu 1/2014 menyebutkan pilkada serentak pada 2015 bagi kepala daerah yang masa jabatannya berakhir sepanjang tahun 2015.

Dalam hitungan awal KPU, pilkada serentak tahun 2015 akan digelar di 240 kabupaten/kota dan tujuh provinsi. Namun, jika merujuk pada kepala daerah yang masa jabatannya berakhir tahun 2015, jumlah pilkada serentak tahun 2015 berkurang, yaitu menjadi 181 kabupaten/kota dan tujuh provinsi.

Adapun tujuh provinsi itu, yakni Jambi, Kalimantan Tengah, Kalimantan Selatan, Sumatra Barat, Kepulauan Riau, Sulawesi Utara, dan Bengkulu.

Komisiner Bawaslu Muhammad mengatakan, penetapan tanggal pemungutan suara harus dilakukan terlebih dahulu. Agar KPU bisa menyusun rangkaian kegiatan pra, saat, dan pascapemungutan suara.

Untuk melakukan pengawasan dan evaluasi dari rencana tahapan, Bawaslu juga membutuhkan kepastian tahapan yang ditetapkan KPU. Bawaslu juga membutuhkan kepastian tanggal untuk menyusun peraturan Bawaslu terkait pelaksanaan pilkada serentak.

Menurutnya, hal-hal yang menjadi kesepakatan bersama KPU dan Bawaslu agar bisa segera dilaksanakan. Menyangkut aspek-aspek yang harus melibatkan pemangku kepentingan lainnya, Bawaslu mengharapkan agar segera mendapatkan respons.

"Terutama, menyangkut kepastian hukum dan penganggaran pilkada serentak 2015," kata Muhammad.

Kesepakatan KPU dan Bawaslu ini menjawab keraguan di daerah soal persiapan tahapan pilkada serentak 2015. Misalnya, DPRD Kabupaten Bantul, Yogyakarta, meminta KPU setempat menghentikan tahapan dalam persiapan penyelenggaraan pilkada di kabupaten tersebut. Hal itu disebabkan belum pastinya payung hukum terkait pelaksanaan pilkada.

"Kami minta KPU Bantul jangan melakukan apa pun ataupun tahapan terkait pilkada Bantul. Hentikan dulu (jika sudah melakukan tahapan) supaya tidak membuang-buang anggaran," kata Ketua Komisi A DPRD Bantul, Amir Syarifuddin, Ahad (19/10).

Polemik pelaksanaan pilkada bermula dari disahkannya UU Nomor 22/2014 tentang Pilkada oleh DPR pada akhir September lalu. Dalam UU tersebut, pemilihan kepala daerah diserahkan kembali pada DPRD.

Menyusul maraknya penolakan atas UU tersebut, Presiden SBY mengeluarkan Perppu Nomor 1 Tahun 2014 tentang Pilkada Langsung. Salah satu isinya menganulir pengembalian pemilihan kepala daerah ke DPR. Selain itu, diatur juga bahwa pemilihan gubernur, bupati, dan wali kota yang masa jabatannya berakhir tahun 2015 dilakukan serentak pada hari dan bulan yang sama pada 2015. **(Ari)**

Warga Kabupaten Yahukimo Papua Terancam Tak Mencoblos Besok

Liputan6 – Komisi Pemilihan Umum (KPU) Papua memastikan Kabupaten Yahukimo tak dapat mengikuti pemilu legislatif pada 9 April besok. Ini dikarenakan sebanyak 35 dari 51 distrik yang berada di kabupaten itu logistiknya belum disalurkan.

Ketua KPU Papua, Adam Ariso, mengatakan keterlambatan disebabkan helikopter dan pesawat ke daerah itu penuh oleh penerbangan yang melayani kabupaten lainnya untuk pengiriman logistik pemilu juga

"Dropping logistik untuk Yahukimo dilakukan melalui 2 tempat, yakni dari Wamena, Kabupaten Jayawijaya dan dari Dekay, ibukota Kabupaten Yahukimo. Selain minimnya alat angkut, cuaca buruk, berkabut dan hujan terus melanda daerah tersebut," katanya di Markas Kodam XVII/Cenderawasih, Jayapura, Selasa (8/4/2014).

Pihaknya juga telah menyurati KPU Pusat terkait masalah ini dan telah diketahui pula oleh Gubernur Papua Lukas Enembe, Kapolda Papua Irjen Pol Tito Karnavian dan Panglima Kodam XVII/Cenderawasih Mayjen TNI Christian Zebua.

"Ini situasional dan kami sudah memberitahukan KPU Pusat. Di dalam surat tersebut kami mengusulkan agar Kabupaten Yahukimo ditunda pencoblosannya, karena baru beberapa distrik yang logistiknya terkirim dan masih ada puluhan yang belum terkirim," ujarnya.

Sementara untuk Kabupaten Nduga, tinggal 4 distrik yang belum tersalurkan dari 22 distrik yang ada di kabupaten tersebut. Ariso menyebutkan, 4 distrik di Nduga baru dapat didistribusikan logistiknya esok hari. **(Yus Ariyanto)**

Rapat Koordinasi Persiapan Pemilukada Tahun 2015

Medan – Gubernur Sumatera Utara memfasilitasi kegiatan Rapat Koordinasi Persiapan Pemilukada Tahun 2015 antara KPU Provinsi Sumatera Utara, Bawaslu Provinsi Sumatera Utara, KPU Kabupaten/Kota dan Bupati/Walikota yang akan melaksanakan Pemilukada di Tahun 2015.

Kegiatan yang dilaksanakan di Ruang Rapat Kenanga Lt. 8 Kantor Gubernur Sumatera Utara, Selasa (25/11), mengundang 14 KPU Kabupaten/Kota dan 14 Kabupaten/Kota (Medan, Serdang Bedagai, Tapanuli Selatan, Toba Samosir, Binjai, Asahan, Labuhanbatu, Sibolga, Pakpak Bharat, Humbang Hasundutan, Pematang Siantar, Samosir, Simalungun dan Labuhanbatu Utara) dan turut hadir pihak-pihak terkait diantaranya perwakilan BPKP (Badan Pemeriksa Keuangan dan Pembangunan) Provsu.

Acara dibuka oleh Pelaksana Tugas (Plt) Sekda Provsu, Bapak Hasiholan Silaen, yang memaparkan Perppu Nomor 1 Tahun 2014 dan pembahasan anggaran dimana Pemilukada ini menggunakan anggaran belanja daerah (APBD) Kabupaten/Kota yang berkaitan dengan dana hibah.

Disamping itu, Ketua KPU Provinsi Sumatera Utara, Mulia Banurea, mengatakan KPU Provinsi Sumatera Utara dalam hal Pemilukada Tahun 2015 ini, mengacu pada Surat Edaran KPU Nomor 1600/KPU/X/2014 tentang Pelaksanaan Tahapan Pemilukada Tahun 2015 (Menunda Pelaksanaan Jadwal Tahapan sampai disahkannya Undang-Undang tentang Pemilukada dan Wakada oleh Presiden) dan Surat Edaran KPU Nomor 1667/KPU/XI/2014 tentang Pelaksanaan Pemilukada Serentak Pasca Perppu Nomor 1 Tahun 2014 (agar KPU Kabupaten/Kota berkoordinasi dengan Pemda terkait penyediaan anggaran).

Dalam rapat tersebut turut hadir Anggota Komisioner KPU Sumut Ir. Benget Silitonga, Evi Novida Ginting dan Nazir Salim Manik, Sekretaris KPU Sumut Drs Abd. Rajab Pasaribu, MM, Ketua Bawaslu Sumut Syafrida R. Rasahan, Anggota Bawaslu Sumut Hardi Munthe dan

Sekretaris Bawaslu Iwan Tezo, Para Ketua dan Sekretaris dari KPU Kabupaten/Kota, Bupati/Walikota atau yang mewakili, Kepala Kesbangpolinmas Provsu Edi Sofyan, Kepala Perwakilan BPKP Provsu Mangarasy dan Bapak M.Harahap

Berikut daftar Kabupaten/Kota yang akan melaksanakan Pemilu Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah Tahun 2015 dan tanggal berakhirnya Masa Jabatan Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah:

1. Medan tanggal 26 Juli 2015
2. Serdang Bedagai tanggal 09 Agustus 2015
3. Tapanuli Selatan tanggal 12 Agustus 2015
4. Toba Samosir tanggal 12 Agustus 2015
5. Binjai tanggal 13 Agustus 2015
6. Asahan tanggal 19 Agustus 2015
7. Labuhanbatu tanggal 19 Agustus 2015
8. Sibolga tanggal 26 Agustus 2015
9. Pakpak Bharat tanggal 25 Agustus 2015
10. Humbang Hasundutan tanggal 26 Agustus 2014
11. Pematang Siantar tanggal 23 September 2015
12. Samosir tanggal 15 September 2015
13. Simalungun tanggal 28 Oktober 2015
14. Labuhanbatu Utara 15 November 2015. **(Jam)**

D. STANDAR OPERASIONAL (SOP) JURNALISTIK

Untuk memastikan keberlangsungan proses jurnalisme pada Media Center, maka penting untuk menetapkan standarisasi operasionalnya. Standar operasional ini turut menentukan eksistensi website dan intensitas pencari informasi mengunjungi situs penyelenggara.

Beberapa unsur SOP sudah dijelaskan secara terperinci dalam narasi sebelumnya. Namun dalam rumusan yang lebih sederhana untuk memenuhi standar secara keseluruhan, maka penting bagi Jurnalis Media Center KPU menjadikan standar di bawah ini sebagai pedoman, yaitu:

1. Meliput dan menulis sekurang-kurangnya 3 berita dalam

- sehari dan melengkapi setiap liputan dengan foto & audio (rekaman jika dibutuhkan).
2. Melakukan liputan sesuai hasil rapat redaksi atau rapat harian.
 3. Berita artikel, foto, dan audio diberikan minimal 2 jam sebelum deadline.
 4. Syarat utama laporan harus BENAR. Pengertian benar bukan dalam pengertian filosofis tapi kebenaran fungsional seperti keakuratan laporan, semua informasi yang disuguhkan tidak kurang, tidak berlebihan, sumber-sumber jelas, angka, waktu, jarak, ukuran tempat.
 5. Berita harus mengikuti kaidah dan etika jurnalistik dengan standar akurasi, proporsional, komprehensif, relevansi, *fairness*, dan berimbang.
 6. Menjalankan prinsip etika jurnalisisme.
 7. Memperkenalkan diri dan institusi sejelas-jelasnya ketika melakukan wawancara.
 8. Tidak boleh mengutip sumber tanpa izin sang narasumber.
 9. Dokumen-dokumen harus didapatkan secara legal kecuali dokumen-dokumen yang sengaja disembunyikan dari masyarakat dan harus didiskusikan sebelumnya dengan redaktur atau pada saat rapat redaksi.
 10. Jurnalis harus netral, tidak menjadi alat golongan atau pihak manapun yang ingin mendapatkan keuntungan dari pemberitaan.
 11. Jurnalis tidak menggunakan kedudukannya untuk

mencari keuntungan pribadi dan merusak citra KPU terkait.

IV. MEDIA SOSIAL RESMI PENYELENGGARA PEMILU

A. MINDSET MEDIA SOSIAL

1. KONSEP WEB 1.0

Web 1.0 merupakan world wide web di masa-masa awal ketika halaman web masih berupa halaman statis. Interaksi di web 1.0 terbatas pada interaksi satu arah dari pemilik dan pengelola web kepada pengguna web.



2. KONSEP WEB 2.0



Istilah Web 2.0 dipopulerkan oleh Tim O'Reilly di tahun 2004 dideskripsikan sebagai situs world wide web yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi dan berkolaborasi sebagai kreator konten. Hal ini

berkebalikan dengan web 1.0 yang hanya menempatkan pengguna untuk melihat web tersebut tanpa bisa berinteraksi di dalamnya. Beberapa contoh web 2.0 diantaranya situs media sosial, blog, wiki, situs berbagi video, situs berbagi foto. Friendster, Facebook, Youtube, Twitter, Instagram, Google Plus, Flickr, Wikipedia, merupakan beberapa merek yang diasosiasikan sebagai web 2.0.

3. PENGGUNA MEDIA SOSIAL DI INDONESIA

Indonesia merupakan pengguna media sosial yang cukup dominan. Hal ini mengacu pada jumlah pengguna media sosial yang besar dan terus bertambah secara cepat dibandingkan negara lain. Perkembangan gadget smartphone yang lebih terjangkau menjadi salah satu alasan mengapa situs media sosial begitu populer di Indonesia.

GAMBAR 29: JAKARTA, IBUKOTA TWITTER DUNIA.



Twitter situs media sosial yang diluncurkan pada tahun 20 secara cepat diadopsi oleh warga Indonesia, khususnya di perkotaan. Layanan yang mengandalkan penyebaran status singkat 140 karakter ini digunakan oleh lebih dari 1 juta pengguna di Kota Jakarta. Setiap harinya update status dari Jakarta menyumbang 2,4% dari status Twitter dari seluruh dunia.

GAMBAR 30: PROFIL PENGGUNA INTERNET DAN MEDIA SOSIAL DI INDONESIA.

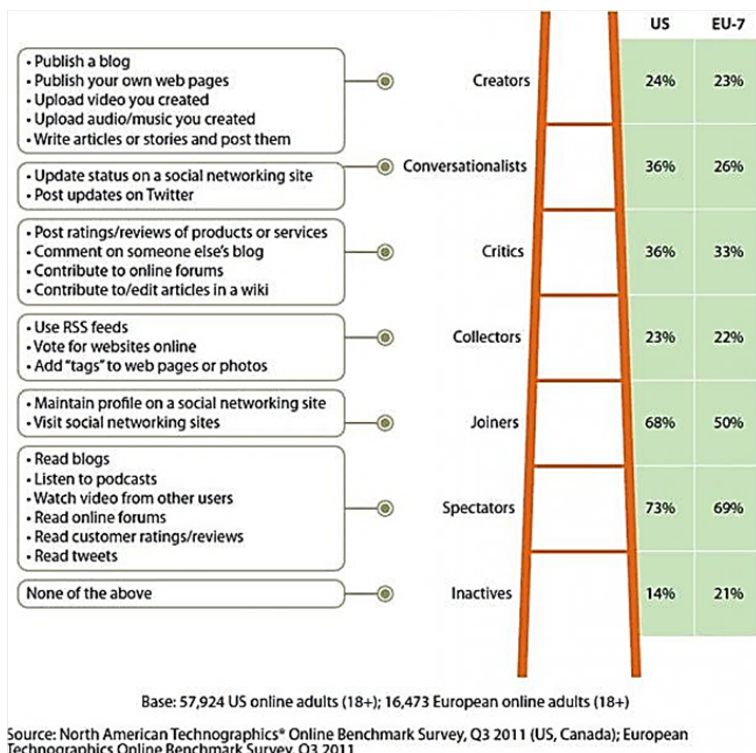


Situs media sosial paling populer di Indonesia adalah Facebook dengan jumlah pengguna lebih dari 40 juta dari seluruh Indonesia. Angka yang besar ini didapat meski penetrasi internet di Indonesia baru berada di sekitar 21%. Mayoritas situs internet saat ini diakses melalui paket data mobile, sekitar 60% dari Handphone dengan sambungan internet.

4. TIPOLOGI PENGGUNA MEDIA SOSIAL.

Ciri utama web 2.0 adalah keterlibatan user sebagai kreator konten. Dalam praktiknya tidak semua pengguna media sosial memiliki kemampuan sebagai kreator konten. Mayoritas pengguna media sosial hanya berperan sebagai pembaca konten saja atau paling tidak hanya rajin mengisi profil maupun konten yang terkait dengan diri sendiri.

GAMBAR 31: SOCIO TECHNOGRAPHICS LADDER PENGGUNA MEDIA SOSIAL.



Grafik di atas menunjukkan *Socio Technographics Ladder* pengguna media sosial dari *Forrester*. Tangga tersebut menunjukkan hierarki pengguna media sosial dari mulai yang tidak aktif hingga yang paling aktif. Pengguna yang aktif dan mampu menciptakan konten yang menarik bagi orang banyak biasanya lebih didengar dan sanggup mengumpulkan ceruk penggemar tersendiri.

5. MEDIA SOSIAL DAN GERAKAN.

Media sosial beberapa kali telah dipergunakan untuk mengajak keterlibatan publik dalam suatu gerakan bersama. Kemampuan media sosial untuk menyambungkan netizen sekaligus mengirimkan pesan tanpa batas menjadi keunggulan yang dimanfaatkan untuk menyebar gagasan. Selain itu, penetrasi internet khususnya berbasis mobile di kota-kota besar turut menjadi faktor yang memungkinkan media sosial digunakan sebagai media untuk mengkoordinasikan gerakan.

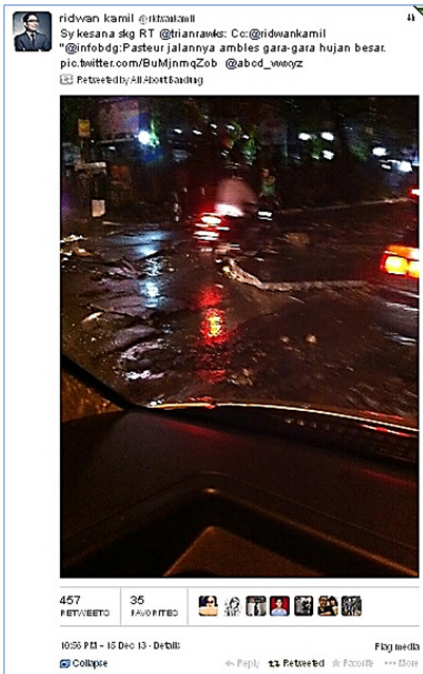
Pada tahun 2010, peran media sosial diyakini menjadi salah satu faktor dibalik gerakan demonstrasi besar-besaran di Timur Tengah yang dikenal sebagai Arab Spring. Di Mesir, media sosial digunakan untuk mengkoordinasikan peserta demonstrasi dalam skala masif sekaligus menyebarkan gagasan tentang perubahan terhadap rezim Husni Mubarak. Hal serupa juga kemudian menyebar ke daerah lain seperti Libia dan Suriah. Bahkan hampir merambah ke Turki dan Arab Saudi, sebelum pergerakannya dihambat oleh pemerintah melalui pembatasan akses internet.

Di Indonesia, media sosial dimanfaatkan untuk

melakukan protes secara maya terhadap kasus hukum yang dihadapi seorang netizen, Prita Mulyasari, ketika melayangkan surat protes secara terbuka di media sosial terhadap Rumah Sakit Omni tahun 2009. Gerakan tersebut berujung pada penggalangan dana secara masif ‘Koin Prita’ sebagai bentuk kepedulian terhadap hukuman denda yang dijatuhkan terhadap Prita.

6. MEDIA SOSIAL DAN PEMERINTAHAN (STUDI KASUS RIDWAN KAMIL)

GAMBAR 32: SCREEN CAPTURE TWEET RIDWAN KAMIL MERESPON CEPAT KELUHAN WARGA TENTANG JALAN RUSAK.



Seiring populernya media sosial di Indonesia, beberapa kepala daerah mulai berinovasi memanfaatkan media sosial sebagai cara melayani publik. Media sosial tidak hanya efektif dalam menyebarkan informasi, namun juga efektif dalam menyerap aspirasi. Dengan demikian, media sosial dapat diubah menjadi *call center* yang efektif guna mencari permasalahan yang banyak dibahas saat ini.

Salah satu kepala daerah yang telah mengoptimalkan penggunaan media sosial adalah Walikota Bandung, Ridwan Kamil (@ridwankamil). Awalnya Ridwan Kamil menggunakan Twitter untuk menggerakkan program Indonesia Berkebun, kini beliau memanfaatkan Twitter untuk membantu tugasnya selaku Walikota Bandung. Tidak hanya memanfaatkan akunnya sebagai Walikota, Ridwan Kamil juga menginstruksikan SKPD bahkan kelurahan untuk membuka akun Twitter sebagai langkah penyerapan aspirasi dari warga.

Twitter bagi Ridwan Kamil tidak hanya digunakan sebagai sarana promosi diri sebagaimana politisi pada umumnya, namun juga sarana untuk bekerja. Beberapa keluhan yang masuk melalui Twitter langsung mendapat respon dari Ridwan Kamil sesuai dengan derajat kegentingan permasalahan tersebut. Mulai dari pertanyaan yang bersifat candaan akan dibalas dengan candaan, namun untuk persoalan serius juga ditanggapi secara serius.

Salah satu contoh nyata penerapan Twitter untuk menanggulangi kejadian genting adalah ketika terjadi kerusakan jalan di Pasteur yang mengakibatkan kemacetan yang parah. Berita tersebut berasal dari laporan warga

melalui Twitter. Warga yang berada di daerah sekitar Pasteur maupun yang kebetulan melewati jalan tersebut menjadi saksi kerusakan jalan yang terjadi akibat aspal yang terangkat. Warga kemudian melaporkan kejadian tersebut melalui Twitter hingga sampai ke akun @ridwankamil (lihat Gambar 32).

Tak berselang lama, Ridwan Kamil langsung merespon keluhan tersebut dengan datang ke lokasi. Dalam akun Twitternya, Ridwan Kamil menjelaskan langkah-langkah yang bersifat darurat hingga jangka panjang yang diambilnya untuk mengatasi kerusakan jalan dan mengatasi kemacetan yang terjadi akibat kerusakan jalan.

GAMBAR 33: RESPONS LANJUTAN WALIKOTA BANDUNG, RIDWAN KAMIL, TERHADAP LAPORAN WARGA.



Keluhan yang masuk melalui media sosial terkadang tidak mengenal waktu. Bahkan dalam tempo 24 jam ada saja keluhan warga yang disampaikan. Dalam kasus Ridwan Kamil di kota Bandung, warga mengeluh kerusakan jalan dan kemacetan parah di jalan Pasteur pada hari Minggu jam 10 malam. Kantor pemerintah pada umumnya sudah tutup pada waktu tersebut. Namun, melalui media sosial permasalahan tersebut dapat disampaikan kepada walikota secara langsung. Tentu akan besar sekali harapan publik bahwa kepala daerah akan segera turun tangan mengatasi permasalahan.

B. MEMILIH MENGGUNAKAN MEDIA SOSIAL

1. MEMILIH AKUN SOSIAL MEDIA.

GAMBAR 34: HASIL SURVEY TENTANG BUDAYA KETERTARIKAN NETIZEN TERHADAP MEREK DI MEDIA SOSIAL.



Meskipun memiliki kesamaan dalam hal kebebasan mengkreasikan konten, namun media sosial memiliki perbedaan dan *style* yang berbeda satu sama lain. Beberapa media sosial lebih masuk ke kalangan muda maupun *early adopter*. Namun ada juga media sosial yang masuk ke semua kalangan serta kalangan yang lebih senior.

Sebuah riset pasar mengungkapkan bahwa beberapa mereka lebih bisa diterima di media sosial Facebook dibandingkan dengan Twitter. Ini mengidentifikasi bahwa memang terdapat perbedaan dalam interaksi oleh pengguna yang berbeda di kedua media sosial tersebut. Tentu hal ini perlu dipandang dalam kerangka perumusan strategi komunikasi di media sosial yang berbeda. Cara komunikasi di Facebook misalkan, perlu dibedakan dengan komunikasi di Twitter yang berisi pesan singkat. Demikian pula media sosial berbasis foto seperti instagram.

Jika dibandingkan antara Facebook, Twitter dan google plus, kita dapat lihat beberapa poin pembeda utama. Facebook, lebih memungkinkan untuk mengkomunikasikan pesan yang lebih komprehensif berisi tulisan narasi disertai gambar maupun video dalam satu pesan yang sama. Hal berbeda didapati pada Twitter yang dibatasi dengan 140 karakter untuk setiap pesan. Dengan demikian, komunikasi di Twitter harus dibuat sesingkat mungkin, atau dipisah dalam beberapa pesan yang saling melengkapi. Twitter di sisi yang lain memiliki kelebihan karena lebih mudah untuk disebarkan oleh publik dan relative lebih banyak dipergunakan dalam smartphone dibandingkan Facebook. Sedangkan Google Plus, dalam beberapa hal

memiliki kesamaan dengan Facebook, akan tetapi memiliki keunggulan dalam fitur video streaming yang lebih baik dan sangat mudah untuk digunakan dibandingkan media sosial lainnya.

GAMBAR 35: PERBEDAAN MENDASAR ANTARA FACEBOOK, TWITTER DAN GOOGLE PLUS.



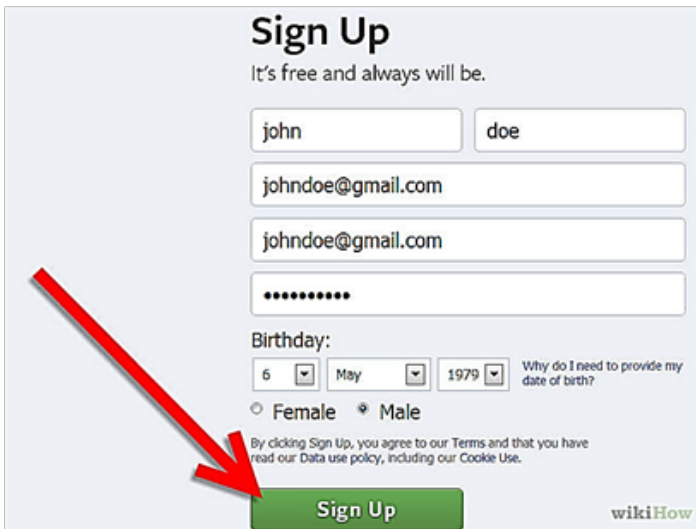
2. MENGELOLA AKUN FACEBOOK

Facebook merupakan media sosial yang paling populer saat ini. Jumlah pengguna Facebook di dunia dapat melebihi jumlah penduduk satu benua Eropa. Sedemikian banyaknya pengguna Facebook hingga pejabat negara pun sering memanfaatkan Facebook sebagai sarana komunikasi, tak terkecuali Presiden Amerika Serikat Barack Obama serta Presiden Keenam Republik Indonesia, Susilo Bambang Yudhoyono.

a. Membuka Akun Facebook

Membuka akun Facebook cukup mudah. Pengguna tinggal masuk ke laman www.Facebook.com lalu mengisi data diri di halaman depan bagi yang belum memiliki akun. Selanjutnya Facebook akan mengarahkan pengguna untuk melengkapi data lain hingga merekomendasikan teman untuk disambungkan dalam jejaring pengguna.

GAMBAR 36: TAMPILAN BOX SIGN-UP FACEBOOK.

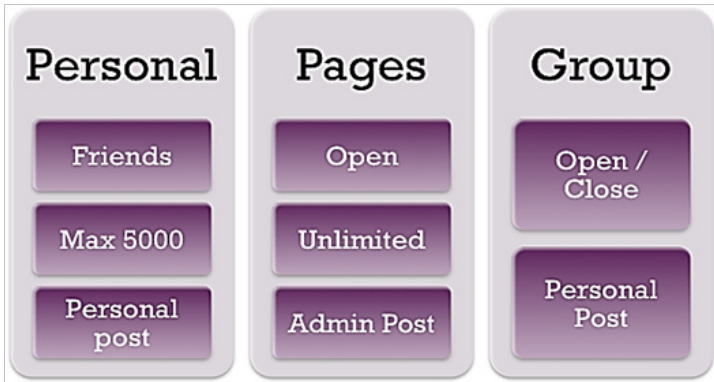


The image shows the Facebook Sign Up form. At the top, it says "Sign Up" and "It's free and always will be." Below this are several input fields: a first name field containing "john", a last name field containing "doe", an email field containing "johndoe@gmail.com", and a password field containing "johndoe@gmail.com". There is also a field for a confirmation password represented by dots. Below these is the "Birthday:" section with dropdown menus for day (6), month (May), and year (1979). There is a link "Why do I need to provide my date of birth?". Below the birthday section are radio buttons for "Female" and "Male", with "Male" selected. At the bottom, there is a green "Sign Up" button. A large red arrow points from the left towards the "Sign Up" button. Below the button, there is a small text: "By clicking Sign Up, you agree to our Terms and that you have read our Data use policy, including our Cookie Use." The "wikiHow" logo is visible in the bottom right corner of the form area.

Facebook hanya akan menampilkan update terbaru dari teman yang telah berada dalam jejaring pertemanan saja dan tidak akan menampilkan status terbaru dari mereka yang berada di luar jejaring pertemanan. Meski demikian terdapat fitur yang memungkinkan pengguna

melihat komentar yang dilontarkan teman terhadap pengguna lain yang berada di luar jaringan pertemanan.

b. Fitur Facebook



Secara umum, fitur utama dalam Facebook dibagi ke dalam tiga tipe pengguna, yaitu Personal, Pages, maupun Group. Pada dasarnya semua akun mulai dari akun personal, namun akun ini dapat membuka akun Pages maupun Group yang memiliki cara komunikasi yang berbeda.

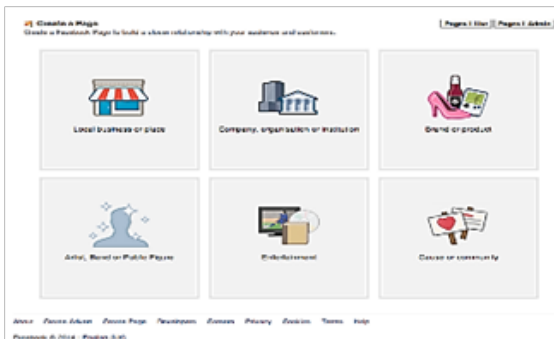
PERSONAL. Akun personal digunakan oleh mayoritas pengguna Facebook dan merupakan fitur utama. Bahkan semua harus mulai dari akun personal terlebih dahulu sebelum membuat akun lain. Akun personal menampilkan halaman yang berisi update terbaru dalam jejaring pertemanan pengguna serta halaman yang berisi update terbaru dari pengguna.

GAMBAR 38: FITUR PERSONAL PADA FACEBOOK.



Karena ingin memposisikan diri sebagai situs pertemanan, Facebook telah membatasi jumlah jejaring pertemanan sebanyak 5.000 jejaring saja untuk satu akun. Ini dimaksudkan agar pengguna dapat memiliki kualitas konten sesuai jejaring pertemanan yang ada di dunia nyata. Jika ingin menambah jejaring, banyaknya pengguna membuat akun Pages.

- Ikuti petunjuknya dan pilih nama yang tepat dan bagus untuk Pages Anda, untuk menentukannya pakai pertimbangan kebutuhan jangka panjang.
- Isi status Pages Facebook dengan konten sebelum mengundang orang lain.
- Sebar informasi Pages Facebook ke mitra maupun jejaring yang dimiliki, baik melalui akun Facebook, email maupun iklan di Facebook.
- Perbaharui konten secara rutin di Pages Facebook.
- Tambahkan aplikasi *banner* sebagai halaman depan Pages, isi dengan informasi terkini.
- Pantau aktivitas Pages melalui statistik yang telah disediakan.



Facebook membutuhkan informasi mengenai kegunaan halaman agar dapat dikelompokkan sesuai dengan bidang masing-masing. Misalkan halaman artis akan dikelompokkan ke dalam halaman *Public Figure*, sedangkan akun brand atau produk memiliki kategorinya sendiri.

Pejabat publik juga dapat memiliki akun pages dalam rangka berkomunikasi dengan jejaring yang luas. Beberapa pejabat publik yang telah memiliki akun pages diantaranya, Presiden Keenam RI Susilo Bambang Yudhoyono, Ketua Dewan Pembina Partai Gerindra, Prabowo Subianto serta Walikota Bandung Ridwan Kamil.

GAMBAR 40: AKUN PAGES RIDWAN KAMIL.

PEMBANGUNAN & PELAYANAN PUBLIK DI KOTA BANDUNG TIDAK BERES? Laporkan semuanya melalui **lapor.ukp.go.id** BDG <spasi> isi aduan SMS ke **1708**

Ridwan Kamil Untuk Bandung
136,144 likes · 31,228 talking about this

Public Figure
Walikota Bandung 2013-2018.

136k Likes
Instagram
Twitter: Ridwan K...

Post Photo / Video
Write something on Ridwan Kamil Untuk Bandung's Page...

Ridwan Kamil Untuk Bandung
30 March · Edited · Public

Alhamdulillah, Kota Bandung memenangkan Juara 1 untuk konsep Eco-District di area Tamansari-Cikapundung yang akan dibangun dengan bantuan hibah dari Perancis. Kota Bandung berhasil menyisihkan 140 kota lainnya di Indonesia. Semoga tahun depan pekerjaan besar ini bisa segera dimulai.

394 Friends
Like Ridwan Kamil Untuk Bandung

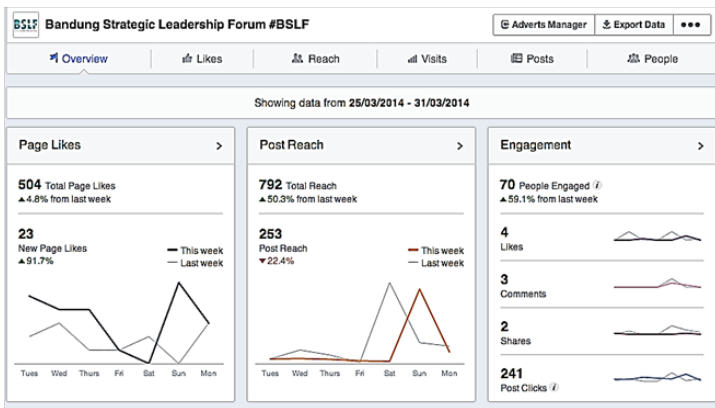
Invite Your Friends to Like this Page
Type a friend's name... Invite

- Buriza Tea Invite
- Jansfin DapDap Nadapdap Invite
- Prima Kharisma Invite

Recent Posts by Others on Ridwan Kamil Untuk Bandung See All

Kelebihan lain Pages dibandingkan akun Personal adalah adanya halaman yang berisi uraian statistik pengguna yang masuk ke dalam Pages. Dengan demikian, pengelola atau admin pages dapat memantau konten apa yang menarik bagi para penggemar atau massa yang mengikuti Pages. Data ini dapat menjadi bahan berharga dalam meramu strategi komunikasi yang lebih efektif di Facebook.

GAMBAR 41: HALAMAN STATISTIK PAGES YANG MENUNJUKKAN KINERJA PAGES.



GROUP. Serupa dengan akun Pages Facebook, akun Group Facebook memungkinkan komunikasi ke banyak orang yang ikut serta dalam grup. Perbedaannya dengan Pages Facebook, pola komunikasi di Group adalah orang ke orang atau antar individu. Sehingga Group lebih cocok jadi sarana komunikasi internal. Sedangkan untuk akun

resmi lembaga ke publik lebih cocok menggunakan Pages.

Untuk membuat Group, langkah-langkahnya adalah sebagai berikut:

- Masuk ke halaman Profil Anda;
- Pada menu yang terdapat di bawah banner profil, klik More dan pilih Groups;
- Tepat dibawah menu profil, terdapat tombol Create Group. Klik tombol tersebut dan silahkan isi Nama Group yang diinginkan;
- Add akun teman Anda yang ingin diajak bergabung dan tentukan jenis Privacy Groups (Public, Closed, Secret). Keterangan lebih lanjut, Open membuat grup terbuka, Close membuat grup bisa ditemukan namun harus melalui persetujuan admin jika mendaftar, dan Secret membuat grup tidak bisa ditemukan dan hanya bisa masuk melalui undangan.

GAMBAR 42: POSISI TOMBOL MEMBUAT GROUPS PADA HALAMAN PROFIL.



c. Strategi Konten Facebook

Konten Facebook dapat divariasikan antara konten tulisan, foto dan video. Facebook tidak mengenal batasan jumlah karakter dalam tulisan konten. Namun perlu diperhatikan agar konten tidak terlalu banyak. Cukupkan dengan maksimal 5 paragraf dan masing-masing paragraf terdiri dari 5 kalimat.

Konten foto yang dimasukkan dalam akun Facebook upayakan merupakan konten foto yang mengandung nilai cerita. Tidak sebatas acara seremonial. Tambahkan keterangan gambar, maksimal satu paragraf yang terdiri dari 5 kalimat.

Facebook memberi peluang untuk membagikan konten video dengan mengunggah ke situs Facebook. Akan tetapi, lebih disarankan untuk mengunggah konten terlebih dahulu ke situs Youtube, baru kemudian membagi tautannya di Facebook.

3. MENGELOLA AKUN TWITTER

Akun Twitter hanya memungkinkan untuk satu tipe akun berbeda, dengan Facebook yang memungkinkan adanya akun personal, pages, maupun group. Pada dasarnya akun Twitter merupakan akun yang terbuka untuk publik. Kecuali disetting secara tertutup dalam pengaturan Privacy. Setelah akun dibuat, segera publikasikan akun tersebut agar dapat diikuti oleh publik.

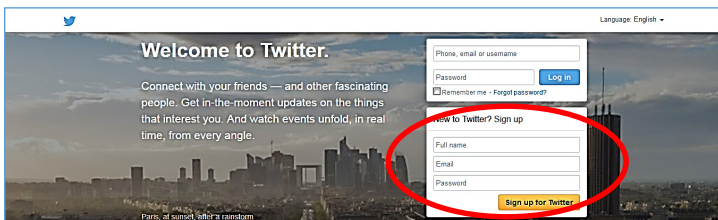
Dalam Twitter, masing-masing pengguna memiliki kebebasan mengikuti akun yang dipilih. Tidak ada batasan

seberapa banyak akun yang dapat diikuti oleh pengguna maupun seberapa banyak akun yang mengikuti suatu akun tertentu. Oleh sebab itu, Twitter merupakan medium yang tepat untuk menyiarkan berita secara terbuka. Publik hanya dapat melihat konten terbaru dari akun yang telah diikuti (follow). Konsep ini serupa dengan konsep langganan Koran, radio maupun stasiun televisi.

a. Buka Akun Twitter

Membuka akun Twitter sesederhana membuka akun Facebook. Pengguna cukup mengunjungi situs www.twitter.com lalu memilih menu register dan mengisi data diri. Selanjutnya Twitter akan mengarahkan pengguna untuk memilih akun yang akan diikuti.

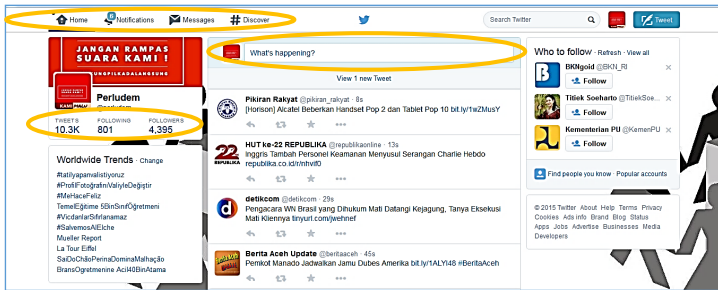
GAMBAR 43: HALAMAN REGISTRASI PADA SITUS WWW.TWITTER.COM



b. Fitur Twitter

Meskipun terkesan sederhana, Twitter memiliki fitur yang fokus pada penyampaian pesan secara singkat dan cepat. Semua pesan tersebut akan disajikan di lini massa (*timeline*) pengguna sesuai dengan akun yang diikuti.

GAMBAR 44: HALAMAN WWW.TWITTER.COM PENGGUNA SETELAH LOG IN



Update Status, merupakan fitur utama Twitter dimana pengguna dapat membuat konten tulisan secara singkat. Jumlah karakter (huruf termasuk spasi) yang dimungkinkan untuk satu update hanya 140 karakter.

Follower, merupakan akun yang mengikuti akun pengguna. Dengan demikian akun ini dapat melihat setiap update terbaru dari pengguna. Besarnya jumlah follower dapat menunjukkan seberapa populer sebuah akun.

Following, merupakan akun yang diikuti oleh akun pengguna. Update terbaru dari akun ini akan masuk ke dalam lini masa pengguna. Semakin banyak akun yang diikuti, akan menambah serta mempercepat jumlah update di lini masa.

Mentions, merupakan sarana utama untuk berkomunikasi antar akun di Twitter. Mention dapat dibaca oleh umum.

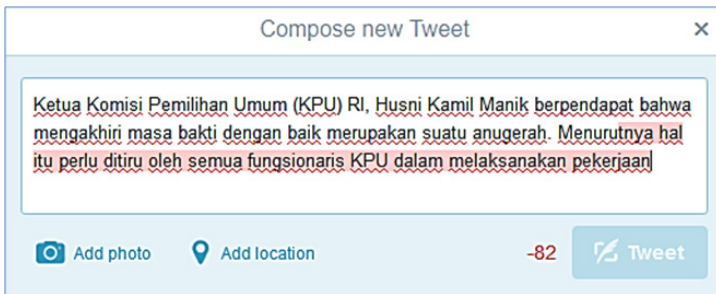
Direct Message, merupakan sarana komunikasi antar

akun namun hanya bisa dilakukan secara privat. Kedua akun hanya dapat melakukan Direct Message jika kedua akun sudah saling mengikuti satu sama lain.

c. Strategi Konten Twitter.

Berbeda dengan Facebook, Konten Twitter hanya dibatasi maksimal 140 karakter atau huruf. Untuk itu diperlukan kecermatan dalam pemeringkatan konten. Jika tidak bisa menguraikan konten tulisan dalam 140 karakter, maka lebih baik membagi tulisan yang ingin diposting dalam dua tweet atau lebih.

GAMBAR 45: MESSAGE BOX UNTUK MENULIS STATUS, DIMANA KARAKTER TULISAN TELAH MELEBIHI 82 HALAMAN DARI 140 KARAKTER YANG DIPERBOLEHKAN.



Twit yang dibuat berseri, biasanya dinamakan kultwit. Dan biasanya diberi nomor dan *hashtag* (#) untuk mempermudah pembaca mengikuti serial tersebut. Melalui kultwit, pengguna dapat menguraikan gagasannya kepada follower secara lebih komprehensif. Akan tetapi, harus diwaspadai jika masing-masing tweet

tersebut dapat dipotong dan menimbulkan makna yang berbeda bagi follower yang tidak mengikuti dari awal. Untuk merangkum sebuah kultwit dari awal sampai akhir, pengguna dapat menggunakan fasilitas gratis dari www.chirpstory.com.

GAMBAR 46: KULTWIT SEORANG PUBLIK FIGURE DI TWITTER



Konten gambar juga dimungkinkan dalam Twitter. Perhatikan ketika mengunggah gambar, batas 140 karakter akan berkurang karena Twitter menyertakan

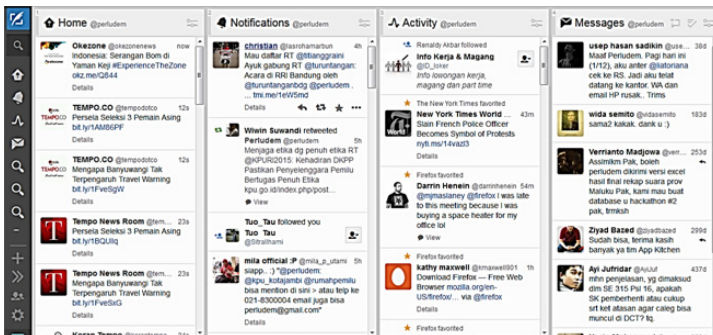
tambahan tautan untuk melihat gambar. Misal dalam status akan tertulis *pic.twitter/6667889* sebagai pengganti gambar.

Konten video sebaiknya dibagikan dalam bentuk tautan ke alamat di youtube beserta judul singkat. Sebab layanan video yang dimiliki Twitter sangat terbatas hanya sekian detik.

d. Aplikasi Twitter

Salah satu keunggulan Twitter dibandingkan Facebook adalah, banyaknya aplikasi pihak ketiga yang membantu pengguna. Selain Chripstory yang memungkinkan pengguna merangkum rangkaian kultwit yang panjang, terdapat juga Tweetdeck yang memungkinkan pengguna memonitor beberapa akun secara sekaligus. Aplikasi ini berguna bagi pengguna yang kerap menjadi admin bagi beberapa akun lain yang dimiliki institusi atau perusahaan.

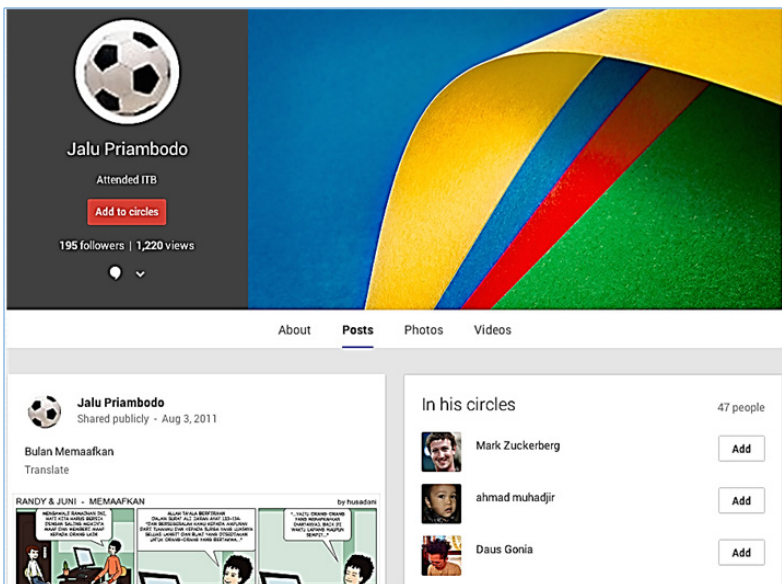
GAMBAR 47: HALAMAN DEPAN APLIKASI TWEETDECK.TWITTER.COM.



4. MENGELOLA AKUN GOOGLE PLUS

Meski tidak sepopuler Facebook dan Twitter, namun Google Plus merupakan media sosial yang dikelola Google dengan berbagai kelebihan. Kelebihan utama Google Plus adalah konektivitas dengan layanan lain yang dimiliki oleh Google seperti Gmail, Youtube, Android Play Store dan banyak lagi. Bahkan, setiap pengguna Gmail pada dasarnya juga telah memiliki akun Google Plus dengan membuka pilihan menu di kanan atas untuk masuk ke akun GPlus. Selain itu, GPlus juga memiliki keunggulan dalam hal video streaming kepada publik maupun video conference ke jejaring.

GAMBAR 48: HALAMAN MUKA GOOGLE PLUS

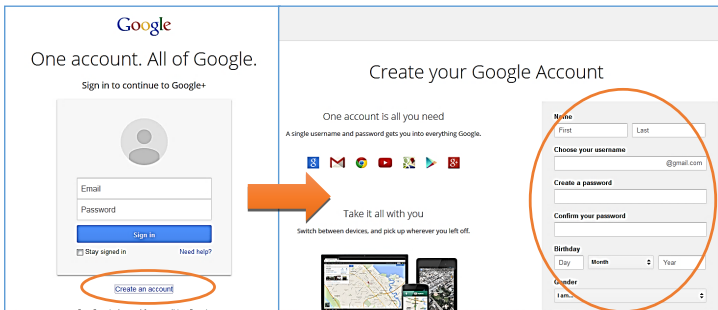


a. Membuka Akun Google Plus.

Membuka akun Google Plus sama seperti langkah membuka email di Google. Pada dasarnya Google Plus merupakan perluasan dari email Google menjadi media sosial, yaitu sebagai berikut:

- Buka halaman www.mail.google.com, atau dapat langsung ke halaman www.plus.google.com.
- Buka halaman registrasi.
- Isi data diri.
- Setelah masuk, buka halaman Plus di sudut kanan atas untuk mulai menggunakan Google Plus.

GAMBAR 49: HALAMAN PERTAMA YANG MUNCUL UNTUK MELAKUKAN REGISTRASI (KIRI), HALAMAN REGISTRASI SETELAH MENKLIK LINK CREATE AN ACCOUNT (KANAN).



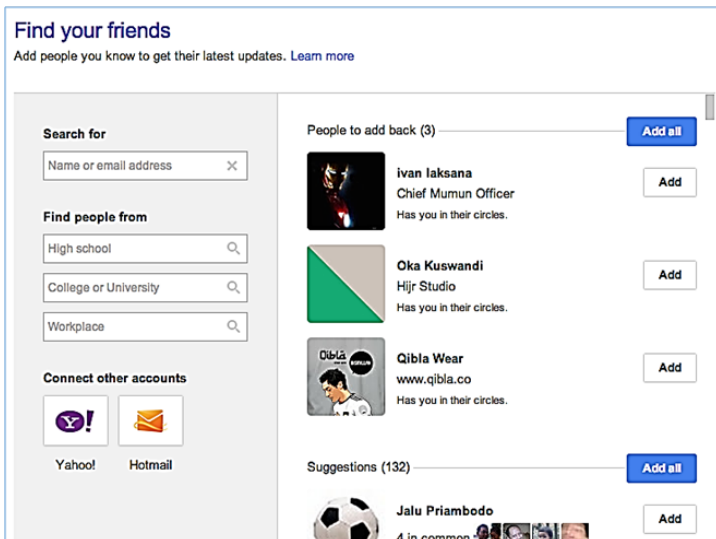
b. Fitur Google Plus.

Circle. Merupakan fitur yang serupa dengan pertemanan dalam Facebook maupun follower

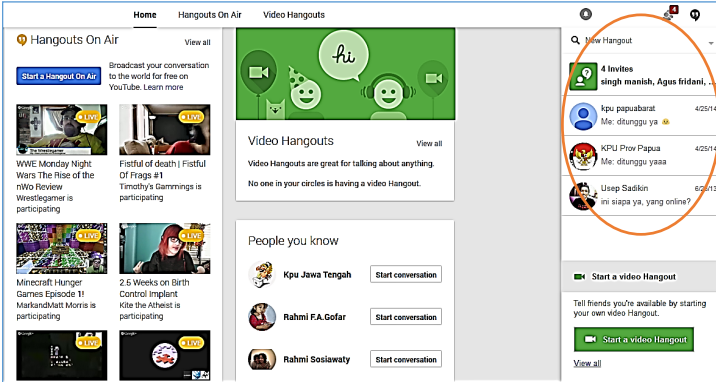
dalam Twitter. Dalam Google Plus, pengguna bebas menambah circle atau lingkaran pertemanan dan mengelompokkannya ke dalam lingkaran lingkaran tertentu. Dengan demikian, pengguna dapat membagi konten ke lingkaran pertemanan yang lebih spesifik dibandingkan Facebook maupun Twitter.

Hangouts. Merupakan fitur unggulan Google Plus yang memungkinkan pengguna melakukan *teleconference* dengan pengguna lain dalam satu jejaring pertemanan tanpa biaya tambahan, alias gratis. Fungsinya serupa seperti Skype, yaitu memfasilitas komunikasi audio visual jarak jauh.

GAMBAR 50: FITUR GOOGLE PLUS UNTUK MENCARI DAN MENAMBAH PERTEMANAN (CIRCLE)

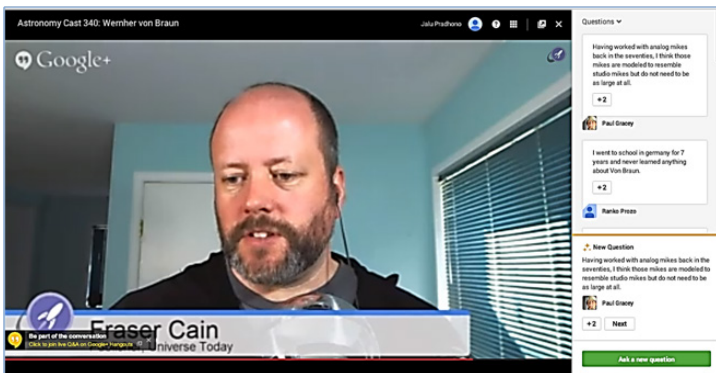


GAMBAR 51: HALAMAN GOOGLE PLUS YANG SUDAH DIAKTIFKAN DAN SIAP UNTUK HANGOUTS.



Hangouts on Air. Merupakan fitur unggulan Google Plus yang memungkinkan user melakukan siaran *video streaming* kepada publik secara gratis.

GAMBAR 52: VIDEO STREAMING SECARA INTERNASIONAL.



c. Strategi Konten di Google Plus.

Tak ubahnya seperti Facebook, mengelola konten di Google Plus hampir serupa berupa update status dalam bentuk gambar, tulisan maupun video. Ciri khas Google Plus adalah adanya fitur *Hangouts*. Di fitur ini pengguna dapat melakukan *video conferrence* dengan teman atau melakukan *Live Streaming* untuk publik dalam bentuk *Hangouts On Air*. *Hangouts On Air* memungkinkan setiap pengguna Google Plus menyaksikan siaran kita secara langsung tanpa harus berteman terlebih dahulu.

5. MENGELOLA AKUN YOUTUBE

Kepemilikan akun Youtube menjadi pilihan yang sangat strategis bagi Media Center KPU. Berdasarkan penjelasan sebelumnya, dari beberapa penelitian yang telah dilakukan oleh banyak pihak, berita atau informasi dengan konten audio visual yang bergerak menjadi salah satu tujuan pengguna mengakses internet.

Dengan fenomena ini, ada dugaan bahwa video streaming akan melekat dengan komunikasi data, sehingga video call dan video blogging pun kian menjadi lumrah. Bahkan telah mulai ada indikasi bahwa media televisi digital akan menggantikan televisi konvensional, karena masyarakat lebih suka menonton Youtube dan bentuk-bentuk mutakhir dari video on demand lainnya.

Dalam penyebaran informasi kepemiluan, khususnya berita yang memuat informasi situasi, fenomena ini sangat menguntungkan Media Center KPU dari sisi aspek

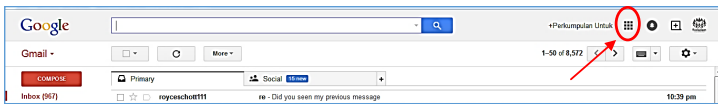
pemberitaan. Apalagi berita yang bersifat video dapat menangkap dan menyajikan peristiwa yang terjadi dengan lebih jelas dan gamblang dibandingkan dengan berita tulisan.

a. Membuat akun Youtube

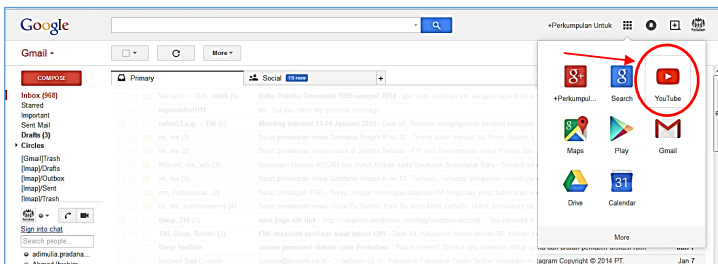
Seperti halnya Google Plus, Youtube juga merupakan salah satu produk Google yang kepemilikannya telah diintegrasikan ke dalam 1 akun. Oleh karena itu, jika sudah memiliki email Google, dipastikan kita sudah memiliki akun Youtube secara otomatis.

Apabila sudah memiliki email dari Google (Gmail), maka Anda tinggal membuka akun Youtube melalui proses berikut:

GAMBAR 53: HALAMAN DEPAN AKUN GMAIL SETELAH LOG IN, APLIKASI YOUTUBE DAPAT DIAKSES PADA TOMBOL BERTANDA MERAH.

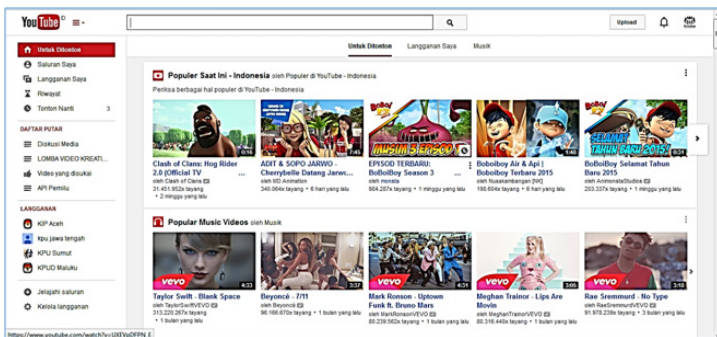


GAMBAR 54: HALAMAN DEPAN AKUN GMAIL SETELAH TOMBOL APLIKASI DIKLIK, TAMPAK MENU UNTUK YOUTUBE (BERTANDA MERAH).



Setelah mengakses aplikasi Youtube, maka Anda akan dibawa ke halaman muka situs Youtube secara otomatis, dan sudah berstatus pengguna Youtube sebagaimana gambar dibawah ini:

GAMBAR 55: HALAMAN DEPAN AKUN YOUTUBE



Apabila sama sekali belum memiliki akun Gmail atau akun Google, maka proses yang harus dilalui untuk mendapatkan akun Youtube adalah dengan membuka situs www.youtube.com. Ikuti proses sebagaimana pada Gambar 49 di halaman 81. Jangan khawatir, Anda tidak akan menemukan kesulitan karena tampilan halamannya serupa. Setelah berhasil masuk, jangan lupa mengatur profil Anda sesuai dengan kebutuhan. Dalam hal ini profil KPU.

b. Fitur di Youtube

Ada banyak fitur saluran yang tersedia untuk membantu KPU menyesuaikan saluran dan mendukung

promosi akun KPU. Berbagai fitur tersebut tersedia bagi semua pembuat konten yang telah memverifikasi akun dan memiliki reputasi baik.

Di bawah ini, Anda akan menemukan daftar fitur bagi pembuat konten, bersama dengan deskripsi, kriteria, dan tautan ke petunjuknya. Untuk melihat fitur apa yang saat ini layak Anda gunakan, kunjungi laman Fitur Akun.

TABEL 2: FITUR-FITUR UMUM YOUTUBE.

NO.	FITUR SALURAN	DESKRIPSI	KRITERIA LAIN
1	Monetisasi	Dengan fitur ini, Anda dapat memperoleh uang dari video Anda.	Syaratnya, Anda harus memenuhi kriteria monetisasi
2	Video berdurasi lebih panjang	Dengan fitur ini, Anda dapat mengupload video berdurasi lebih panjang dari batas standar 15 menit.	
3	Anotasi eksternal	Dengan fitur ini, Anda dapat menautkan anotasi ke situs eksternal atau mitra dagang.	
4	Gambar mini khusus	Dengan fitur ini, Anda dapat memilih gambar mini video.	
5	Langganan berbayar	Dengan fitur ini, Anda dapat memperoleh uang dengan menerapkan biaya langganan kepada pengguna yang ingin menonton video Anda.	Tercantum di sini di bagian bawah laman
6	Banding Content ID	Dengan fitur ini, Anda dapat mengajukan banding atas sengketa Content ID yang ditolak.	Syaratnya, Anda harus memiliki akun lebih lama dari 30 hari
7	Video tidak tercantum dan pribadi	Dengan fitur ini, Anda dapat membuat video menjadi tidak tercantum atau pribadi.	
8	Siaran langsung	Dengan fitur ini, Anda dapat membuat acara streaming langsung.	Syaratnya, Anda harus memiliki minimal 100 pelanggan
9	Daftar putar berseri	Dengan fitur ini, Anda dapat membuat daftar putar dari video Anda.	Tercantum di sini di bagian bawah laman

10	Penyesuaian saluran	Dengan fitur ini, Anda dapat menyesuaikan saluran dengan hal-hal seperti spanduk bermerek dan cuplikan saluran.	
11	Siaran Hangouts	Dengan fitur ini, Anda dapat membuat acara Siaran Hangouts langsung.	Syaratnya, Anda harus memiliki profil Google+

c. Strategi Konten di Youtube

Video adalah media canggih untuk menjangkau pengguna melalui visual, audio, dan gerakan. Untuk mengoptimalkan kinerja video KPU di Youtube, pertimbangkan praktik terbaik berikut ini:

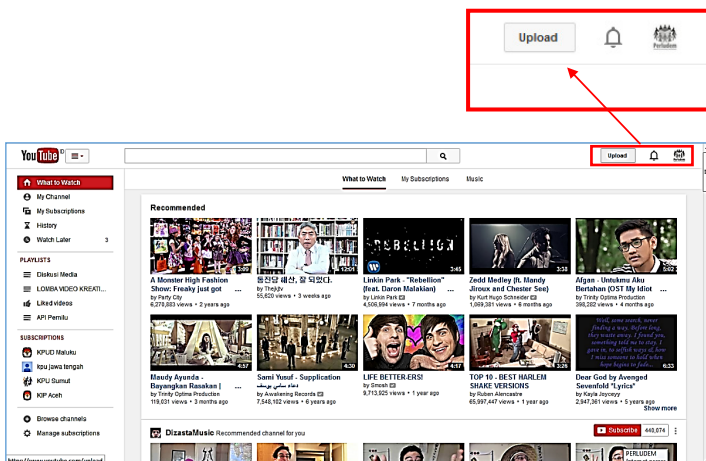
- Media Center KPU harus memahami bahwa pengguna datang ke Youtube untuk belajar, menonton, dan mencari hiburan. Jadi, buat video yang menampilkan konten asli.
- Media Center KPU yang paling menguasai informasi tentang KPU. Cobalah buat video yang menginformasikan atau melibatkan masyarakat dan pemilih (pengguna Youtube) mengenai kapasitas KPU dalam hal kepemiluan.
- Buat pesan yang sederhana dan singkat. Tolok ukur yang baik adalah berusaha agar durasi video KPU selalu dua menit atau kurang.
- Gunakan Laporan retensi pemirsa untuk melihat bagian video mana yang paling melibatkan pengguna Youtube KPU. Berdasarkan data keterlibatan pengguna, optimalkan konten video Media Center KPU agar pengguna terus menonton.
- Perbarui konten KPU secara rutin. Pengguna

Youtube yang pada umumnya telah berhasil, selalu memperbarui pesan mereka dengan pembaruan rutin pada saluran mereka.

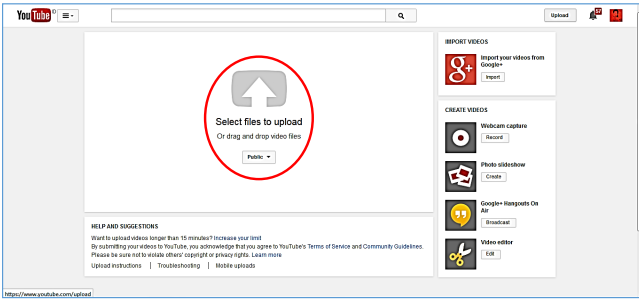
- Baca komentar pengguna Youtube KPU di laman video dan saluran KPU sendiri serta laman dan saluran video serupa untuk mendapatkan ide.

Mengingat ada proses yang harus dilalui dalam mengupload (mengunggah) video ke akun Youtube KPU, maka berikut ini akan dijelaskan tahapan upload video melalui gambar di bawah ini:

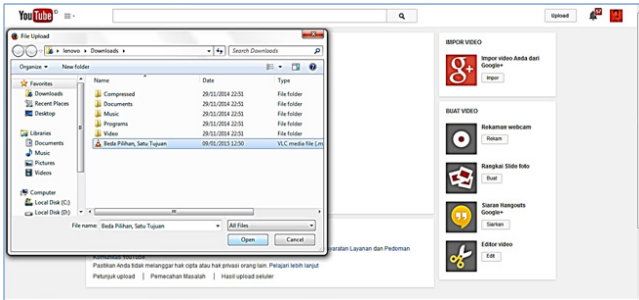
GAMBAR 55: KLIK TOMBOL UPLOAD PADA HALAMAN DEPAN SITUS YOUTUBE (SETELAH LOG IN).



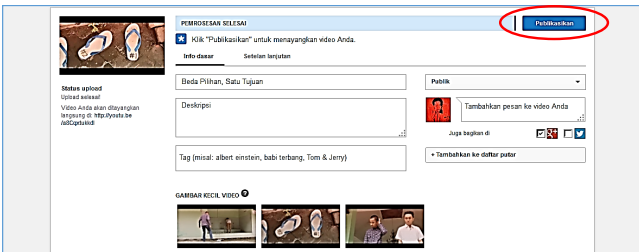
GAMBAR 56: MUNCUL HALAMAN UNTUK MENGUPLOAD VIDEO ANDA, LALU KLIK PADA TANDA PANAH (YANG DILINGKAR MERAH).



GAMBAR 57: KEMUDIAN MUNCUL BOX PESAN UNTUK MEMILIH FILE YANG AKAN DIUPLD, PILIH FILENYA DAN KLIK OPEN.



GAMBAR 58: BERIKUTNYA PEMROSESAN AKAN BERLANGSUNG HINGGA SELESAI, LALU LENGKAPI INFORMASI YANG INGIN DISAMPAIKAN, SETELAH ITU KLIK TOMBOL PUBLIKASIKAN.



C. MENGOLAH KONTEN MEDIA SOSIAL

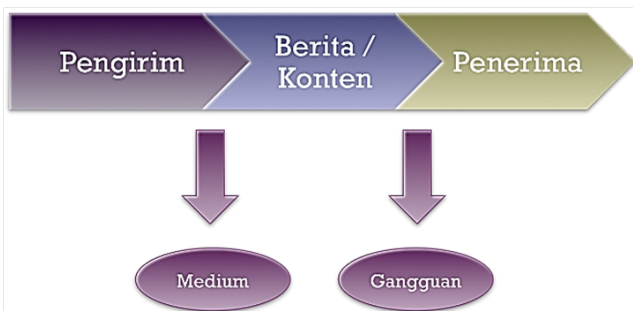
1. KONTEN MEDIA SOSIAL

Konten media sosial pada dasarnya terbagi menjadi konten tulisan, konten gambar dan konten video. Ketiga jenis konten tersebut biasanya merupakan yang paling banyak dibagikan di media sosial. Oleh sebab itu, keterampilan menampilkan ketiga tipe konten ini menjadi salah satu kunci berkomunikasi secara baik di media sosial.

2. PRINSIP KOMUNIKASI

Media sosial pada dasarnya merupakan sarana komunikasi kepada khalayak. Oleh sebab itu, pendekatan untuk memahami bagaimana cara berkomunikasi secara efektif di media sosial juga perlu memperhatikan bagaimana skema komunikasi dilakukan. Di satu sisi ada pengguna media sosial yang menyebarkan konten di sisi lain ada pengguna media sosial yang menangkap konten. Di antara pengirim dan penerima itulah terdapat media sosial beserta kelebihan dan kekurangannya.

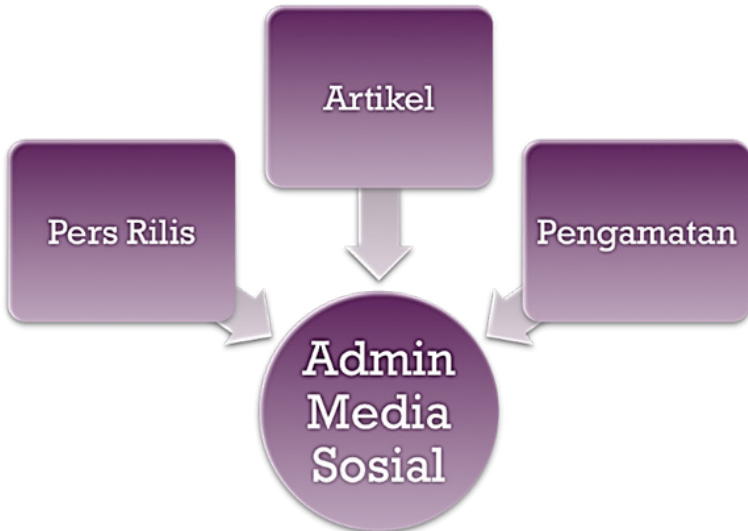
GAMBAR 59: SKEMA KOMUNIKASI.



3. MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIUM

Media sosial sebagai medium komunikasi sebenarnya tidak berdiri sendiri. Seorang admin media sosial biasanya memperoleh masukan untuk membuat konten dari berbagai sumber lain, misalkan dari rilis pers, artikel surat kabar maupun pengamatan langsung. Keterampilan seorang admin media sosial akan nampak dari bagaimana dia memperlakukan konten berita dan mengolahnya kembali dalam media sosial. Tidak semua rilis pers maupun artikel dapat dicopy-paste begitu saja dalam status media sosial. Hal ini kembali terkait dengan kelebihan dan kekurangan media sosial tersebut.

GAMBAR 60: INFORMASI-INFORMASI YANG HARUS DIKELOLA DAN DIPERLAKUKAN SECARA KHUSUS UNTUK DISAMPAIKAN OLEH ADMIN MELALUI MEDIA SOSIAL.



4. PRAKTEK MEDIA SOSIAL

Beberapa keterampilan dasar yang perlu dimiliki seorang admin media sosial berasal dari bagaimana akun media sosial tersebut akan dikelola. Akan tetapi, ada beberapa keterampilan dasar yang paling tidak harus dimiliki semua admin media sosial yang mewakili lembaga:

a. Meringkas Berita tanpa mengubah makna.

Sering kali lembaga atau institusi akan mengeluarkan rilis pers maupun membuat klipng berita tentang lembaga tersebut. Seorang admin media sosial perlu keterampilan untuk menyajikan informasi ini dalam akun media sosial yang terbatas. Akun Twitter hanya dibatasi 140 karakter, sedangkan akun FB meski tidak dibatasi namun akan menimbulkan kejenuhan ketika dibaca terlalu panjang. Prinsipnya adalah mengutarakan poin penting bisa dalam satu konten maupun membaginya dalam beberapa update konten, lalu menyertakan tautan yang berisi informasi yang lebih lengkap.

b. Membuat caption foto.

Berita foto merupakan salah satu yang sering dimuat oleh institusi. Oleh sebab itu, admin media sosial perlu melengkapi berita foto tersebut dengan memberi keterangan. Keterangan yang baik dapat menjawab 5W1H dalam foto tersebut sekaligus agar menghindari salah persepsi dalam foto.

c. Membuat kultwit dari pengamatan.

Selain berita yang telah diolah dalam bentuk rilis maupun klipng, seorang admin media sosial terkadang harus melakukan reportase sendiri. Misal dalam rangka liputan secara live maupun rilis secara live. Sebaiknya admin memanfaatkan Twitter sebagai sarana menampilkan poin-poin secara live maupun menggunakan fitur Hangouts di Google Plus untuk live streaming.

5. GANGGUAN KOMUNIKASI DALAM MEDIA SOSIAL.

Sebagaimana halnya prinsip komunikasi, media sosial juga memiliki hambatan yang dapat mengganggu pesan yang ingin disampaikan. Beberapa hambatan yang biasa muncul dalam media sosial di antaranya:

a. Keterbatasan Medium

Misalnya batasan 140 karakter yang ada dalam Twitter. Maupun kejenuhan yang mungkin muncul dalam Facebook akibat tulisan yang terlalu panjang.

b. Keterbatasan Waktu

Tidak semua waktu efektif dalam membagikan konten media sosial. Terdapat waktu-waktu utama seperti pagi dan sore hari ketika sebagian besar pengguna media sosial sedang dalam perjalanan dan belum memulai pekerjaan. Pada waktu siang biasanya akses pengguna ke Media Sosial menurun.

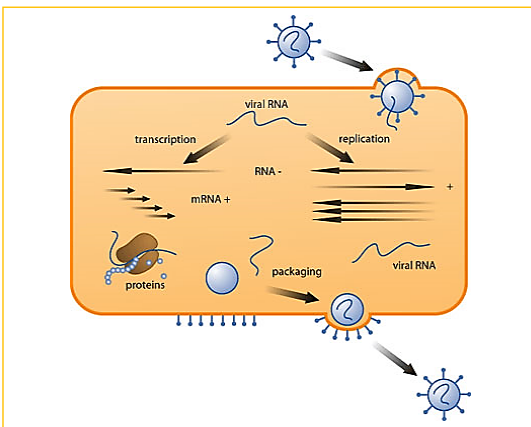
c. Prasangka dan Penafsiran

Penerima dan pengirim berada pada ruang dan waktu yang berbeda oleh sebab itu sangat dimungkinkan terjadi beda tafsir. Untuk mencegah hal ini, admin media sosial perlu proaktif menanyakan apakah pengguna telah memahami maksud sebuah pesan serta memberi koreksi jika ada yang salah ditangkap.

6. STRATEGI VIRAL

Seperti halnya virus, pesan viral merupakan pesan yang terus menerus dikomunikasikan melalui Media Sosial meskipun pesan tersebut telah lama dikirimkan. Strategi viral perlu diperhatikan jika admin Media Sosial ingin mengkomunikasikan pesan yang terus menerus disampaikan dari waktu ke waktu pada jumlah masa yang banyak.

GAMBAR 61: ILUSTRASI PERKEMBANGBIAKAN VIRUS VIRAL YANG CEPAT DAN MASIF



Prinsip dalam pesan viral adalah terdapat keterkaitan antara pesan yang disampaikan dengan pengguna serta kaitannya dengan tren yang terjadi di masyarakat pada saat itu.

D. MENGUKUR HASIL DI MEDIA SOSIAL

1. JUMLAH MASSA

Jumlah massa merupakan salah satu parameter untuk mengukur seberapa terkenal suatu akun media sosial. Jumlah masa biasanya bisa dilihat di semua media sosial dengan istilah yang berbeda, di antaranya:

- *Follower*
- *Friends*
- *Fans*

2. PERCAKAPAN

Percakapan merupakan salah satu fitur kunci media sosial. Oleh sebab itu, berapa banyak percakapan berlangsung merupakan parameter bahwa media sosial telah digunakan secara optimal. Jika hanya terjadi percakapan satu arah, maka strategi media sosial perlu diperbaiki. Istilah percakapan di beberapa media sosial antara lain:

- *Mentions*
- *Comments*
- *Response Rate*

3. PENGARUH

Pengaruh ditunjukkan dengan seberapa kuat sebuah konten yang berisi pesan beredar di antara pengguna. Pesan yang kuat dapat menjadi sebuah pesan viral yang diteruskan dari pengguna ke pengguna lain secara terus menerus. Beberapa istilah yang terkait dengan kekuatan pengaruh di media sosial di antaranya:

- *Share*, seberapa banyak yang membagikan pesan dari kreator konten.
- *Second Degree Reach*, pesan yang diteruskan oleh pendengar 1 (yang langsung memperoleh dari akun content creator) ke pendengar 2.
- *Viral Pass a Long*, seberapa sering konten dibagikan kembali oleh pengguna media sosial.
- *Total Impression*, berapa banyak akun yang melihat konten secara keseluruhan, termasuk yang tidak menerima langsung dari kreator konten.

4. KECENDERUNGAN

Tidak semua pesan atau konten yang dibagikan itu memiliki makna positif di mata pengguna. Ada juga konten yang dibagikan namun memiliki dampak negatif sebab dimaksudkan sebagai sarana sindiran maupun protes. Oleh sebab itu, perlu diperhatikan apakah konten tersebut sebenarnya bermakna positif atau dukungan atau berupa cemoohan bernada negative. Beberapa parameter dalam menilai kecenderungan di antaranya:

- *Sentiments.*
- *Like/Favorite.*

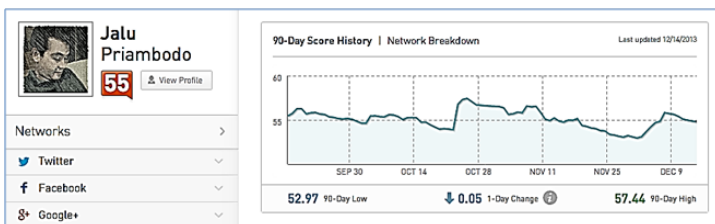
5. PERANGKAT KECENDERUNGAN

Selain melihat data yang disediakan oleh situs media sosial. Admin media sosial juga dapat memanfaatkan pengolahan data lanjutan yang lebih lengkap untuk mengukur keberhasilan komunikasi di media sosial. Sarana ini banyak tersedia, baik yang gratis maupun berbayar, buatan luar negeri maupun dalam negeri. Perangkat ini memberi data advance yang dapat membantu admin media sosial mengolah informasi mengenai akun yang dikelola saat ini. Dengan demikian admin dapat mengukur keberhasilan maupun merancang perbaikan strategi.

Beberapa sarana pengukuran yang disediakan gratis di internet untuk mengukur media sosial di antaranya:

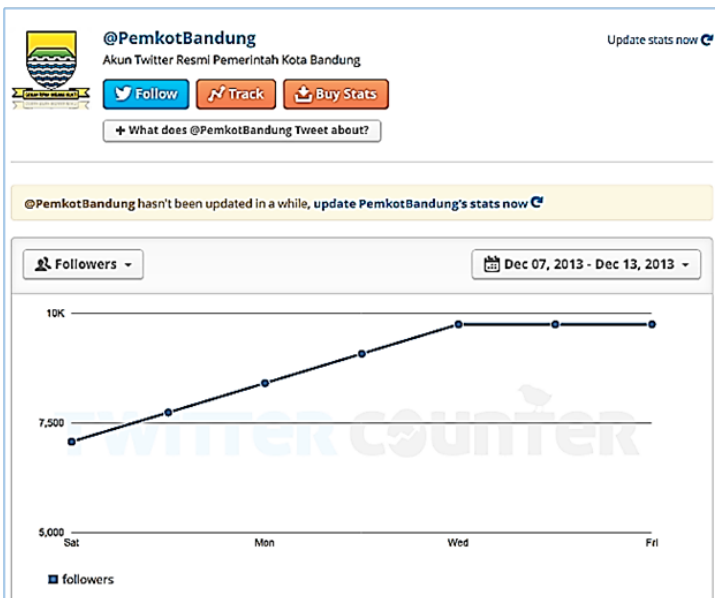
- a. Twitter counter. Merupakan sarana untuk melihat pertumbuhan pengikut suatu akun media sosial. Akses aplikasi ini di <http://twittercounter.com>.

GAMBAR 62: TAMPILAN HASIL ANALISA TWITTER COUNTER.



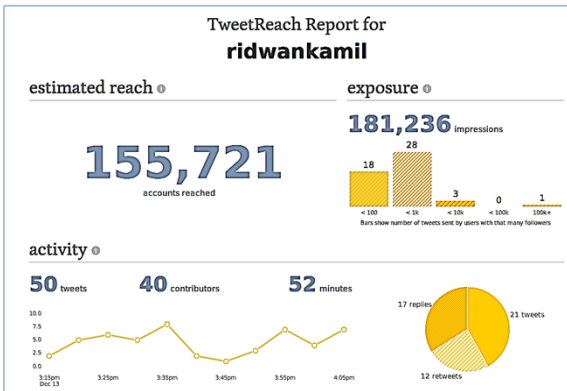
- b. Klout. Merupakan sarana untuk mengukur seberapa efektif pengaruh suatu akun di media sosial yang berbeda. Melalui Klout akan diperoleh skor total pengguna media sosial yang memiliki akun di Twitter, Facebook, Google Plus, maupun Linked In. Klout dapat diakses melalui situs <https://klout.com/home>.

GAMBAR 63: TAMPILAN SCORING PADA KLOUT



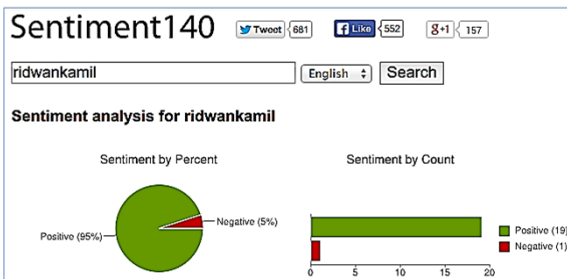
- c. Tweet Reach. Merupakan sarana untuk melihat sebagai baik suatu pesan disampaikan oleh akun media sosial. Termasuk seberapa besar yang membaca konten tersebut. Untuk mengaksesnya dapat mengunjungi halaman <http://tweetreach.com>.

GAMBAR 64: TAMPILAN PAPAN ANALISA PADA TWEETREACH



- d. Sentiment140. Merupakan sarana untuk menilai seberapa baik akun media dilihat oleh pengguna lain. Kecenderungan yang dapat dilihat antara positif atau negatif. Kelemahannya adalah bahasa yang menjadi acuan masih bahasa Inggris sehingga sulit menangkap sentimen dalam bahasa Indonesia. Silahkan kunjungi halaman <http://www.sentiment140.com>.

GAMBAR 65: TAMPILAN ANALISA PADA SENTIMENT140.



- e. Faker Score atau Fakers Status People. Merupakan sarana untuk melihat seberapa banyak pengikut palsu suatu akun media sosial Twitter. Sarana ini mengidentifikasi pengguna yang aktif dan pengguna tak aktif yang terhubung dengan akun media sosial. Situsnya dapat dikunjungi di <http://fakers.statuspeople.com>.

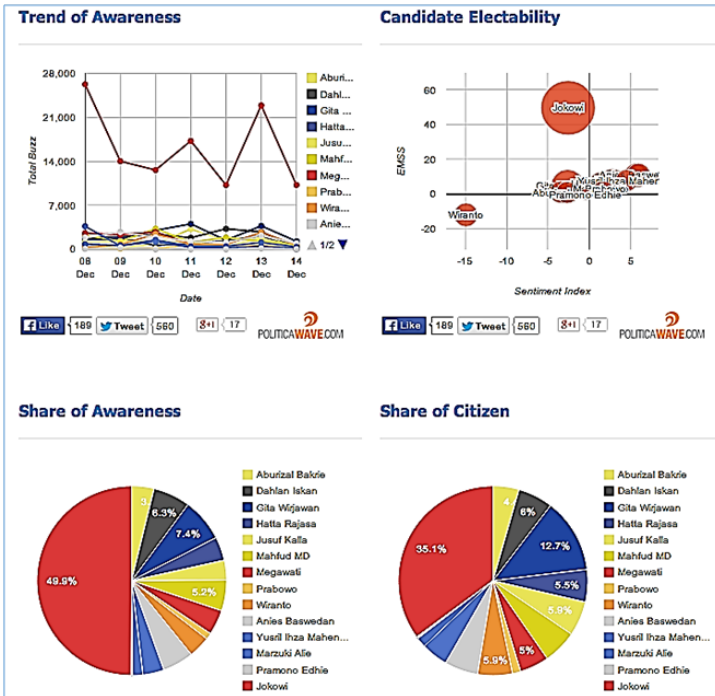
GAMBAR 66: TAMPILAN ANALISA PADA FAKER STATUS PEOPLE



- f. Selain sarana pengukuran buatan luar negeri yang bisa digunakan secara gratis, terdapat pula sarana pengukuran buatan dalam negeri. Kelebihan alat pengukuran ini adalah lebih mampu memahami bahasa Indonesia sehingga dapat menganalisa hasil secara lebih akurat. Beberapa di antaranya telah digunakan dalam memantau pemilihan umum seperti Politicawave. Situsnya dapat

dikunjungi di <http://www.politicawave.com/indonesia>.

GAMBAR 67: TAMPILAN HASIL ANALISA DARI POLITICAWAVE.



Selain sarana-sarana pengukuran di atas masih banyak lagi sarana pengukuran lain baik gratis maupun berbayar yang tersedia untuk mengukur akun media sosial secara lebih akurat. Alat ini dapat membantu admin media sosial untuk mengukur keberhasilan serta merancang strategi komunikasi yang lebih baik di media sosial.

V. KANAL VIDEO STREAMING PENYELENGGARA PEMILU

Streaming adalah sebuah teknologi untuk memainkan file video atau audio secara langsung ataupun dengan pre-recorder dari sebuah mesin server (web server). Dengan kata lain, file video ataupun audio yang terletak dalam sebuah server dapat secara langsung dinikmati pada browser saat proses buffering mulai berjalan. File video atau audio pada stream akan berbentuk sebuah buffer di komputer client, dan data audio visual tersebut akan mulai di download ke dalam buffer yang telah terbentuk pada mesin client. Dalam waktu sepersekian detik, buffer telah terisi penuh dan secara otomatis file video audio langsung dijalankan oleh sistem. Sistem akan membaca informasi dari buffer dan tetap melakukan proses download file, sehingga proses streaming tetap berlangsung ke computer client.

A. CARA KERJA VIDEO STREAMING

Video Streaming adalah serangkaian system yang menangkap, memproses dan menyajikan gambar visual melalui perangkat tertentu. Secara mendetail, penjelasan klasifikasi dan penjelasan proses Video Streaming adalah sebagai berikut:

1. SERVER AND CLIENT

Video streaming terbentuk hanya karena terdapat server (memiliki jaringan serta ruang penyimpanan yang besar) dan klien (PC pribadi) yang dapat berkomunikasi dalam

bentuk bit. Video Streaming bukanlah tentang bagaimana Anda dapat membaca file video yang sebenarnya, namun lebih merupakan metode pengiriman media antara dua komputer.

2. MENTRANSFER BIT DAN BYTES

Server menyimpan file video yang berisi beberapa bit dan byte-byte kode. Kode-kode ini berisi petunjuk agar pada saat yang sama komputer.

3. MEMBACA DAN MENERIMA FILM

Setelah server melakukan koneksi dengan remote client (komputer pribadi), ia mulai mentransfer instruksi untuk memutar video di komputer dalam bentuk kode stream yang berukuran kecil. Kode-kode tersebut ditransfer dalam suatu paket melalui jaringan dan di-load dalam memory komputer. Komputer memproses kode-kode video dan kemudian menampilkannya pada layar.

4. MEMERLUKAN BUFFER

Komputer menyimpan dan mengolah kode-kode video dalam file buffer, sehingga tidak harus terus menerus harus tersambung ke server. Jika koneksi terputus untuk sementara maka server akan mengetahui sampai sejauh mana file berhasil dibuffer, untuk kemudian server akan mengirimkan kode-kode selanjutnya untuk memutar video. Komputer mendownload dan menyimpan kode-kode video dalam buffer dengan baik secara terus menerus hingga video

siap dimainkan di layar.

5. FORMAT DAN MEDIA PLAYER

Untuk membaca kode-kode file yang diterima dari server tersebut, diperlukan suatu cara. Jika kita langsung membukanya pada komputer, Anda tidak akan tahu bahwa file tersebut adalah file video. Jadi komputer menggunakan suatu perangkat lunak yang disebut media player untuk menampilkan kode-kode tersebut pada layar. Ada banyak aplikasi player yang ada, namun sebelumnya kedua server dan PC client harus mempunyai persetujuan mengenai perangkat lunak yang dapat digunakan untuk menampilkan video

B. PENGOPERASIAN VIDEO STREAMING

Berdasarkan penjelasan di atas, maka dibutuhkan seperangkat peralatan guna memfasilitasi dan mendukung terlaksananya sistem yang telah dijelaskan sebelumnya. Persiapan-persiapan yang dibutuhkan adalah sebagai berikut:

1. PERSIAPAN PERALATAN STREAMING

a. Alat Syuting

Alat syuting adalah alat-alat yang digunakan untuk menangkap gambar audio visual. Alat syuting terdiri dari:

- Kamera

- Tripod
- Microphone
- Lighting

GAMBAR 68: ALAT SYUTING UNTUK MENANGKAP GAMBAR AUDIO VISUAL



b. Koneksi Internet

Koneksi internet bisa menggunakan;

- Modem Wireless (Mobile – Low – Medium)
- Fixed Atau Leased (Medium – High – HD – Full HD).

Koneksi internet tergantung dari kebutuhan kualitas gambar yang diinginkan, penyesuaian antara kualitas gambar yang diinginkan dengan standar minimum

kecepatan internet adalah sebagai berikut:

- Full HD: Video 5.2 Mbit/s, Audio 192 Kbit/s
- HD: Video 2.2 Mbit/s, Audio 128 Kbit/s
- High: Video 1.4 Mbit/s, Audio 96 Kbit/s
- Medium: Video 796 Kbit/s, Audio 96 Kbit/s
- Low: Video 446 Kbit/s, Audio 48 Kbit/s
- Mobile: Video 273 Kbit/s, Audio 48 Kbit/s

Sejauh ini, salah satu rekomendasi layanan internet di Indonesia yang masih cukup baik adalah layanan WIFI.ID. berdasarkan informasi yang diperoleh selama pelaksanaan agenda VEMC, Kementerian Kominfo Periode 2009-2014 mengadakan kerja sama dengan Pihak Telkomsel Speedy untuk menyediakan pemasangan perangkat WIFI.ID gratis di instansi Pemerintahan dan Pemerintahan Daerah. Namun untuk menghidupkan koneksinya, harus berlangganan sebagaimana biasa, dengan paket-paket internet yang ditawarkan oleh WIFI.ID secara berbayar.

c. Streaming Broadcast Media

Untuk streaming broadcast, peralatan yang akan digunakan perlu disesuaikan dengan tingkat mobilitas kebutuhan penyajian gambar. Berdasarkan perangkat Video Streaming Encodernya, pemrosesan data streaming dapat bisa dilakukan dengan 2 metode; (i) menggunakan dukungan blackmagic dan software streaming, atau (ii) menggunakan dukungan Teradek.

Untuk metode pertama, maka peralatan yang dibutuhkan adalah:

- Notebook (Hardware)
- Blackmagic (Hardware)
- Wirecast (Software)
- Quicktime – Flash Streaming Encoder (Software)

Untuk metode kedua, maka peralatan yang dibutuhkan adalah:

- Streambox (Teradek) – Video Streaming Encoder (Hardware)

Perbedaan kedua metode ini, untuk metode pertama kita dapat mengkonfigurasi tampilan yang akan muncul di video streaming, sifat tampilannya dinamis. Misalnya dengan menambah judul video pada layar, informasi tanggal, dll. Namun metode kedua sifat tampilannya statis. Tampilan layarnya sebagaimana yang ditangkap oleh handycam atau kamera recorder.

GAMBAR 69: PERANGKAT VIDEO STREAMING DARI KIRI KE KANAN; LAPTOP; BLACKMAGIC DESIGN, LOGO WIRECAST, LOGO QUICKTIME, STREAMBOX (TERADEK).



d. Server Streaming

Server streaming adalah layanan penyimpan data streaming media. Hasil capture video akan ditransfer ke Server Streaming untuk dapat ditayangkan melalui alamat IP tertentu dalam bentuk video online. Video yang masuk ke Server Streaming dapat diembed dan disaksikan dari website apa saja, sepanjang melekatkan alamat Server Streaming ke website tersebut.

Server Streaming biasanya disewakan pertahun, dengan harga sekitar Rp.4.500.000. Server Streaming yang populer di Indonesia diantaranya:

- www.juraganstreaming.com
- www.indostreamer.com
- Dan lain-lain

2. PERSIAPAN STREAMING DENGAN STREAMBOX (HARDWARE)

Sebagaimana telah dijelaskan sebelumnya, bahwa streaming dapat dilakukan dengan 2 metode. Berikut ini akan dijelaskan bagaimana kegiatan streaming dilakukan dengan metode kedua, yaitu hanya menggunakan dukungan alat Streambox, dalam hal ini Teradek.

Perlu dijelaskan bahwa perbedaan Streambox dengan perangkat yang menggunakan Blackmagic dan software streaming terletak pada bentuk perangkat dan fungsi advancenya. Pada Teradek fungsi software streaming dan hardware blackmagic (alat penterjemah data-data audio visual yang ditangkap oleh kamera (handycam) untuk

diteruskan ke server streaming sudah disatukan, namun sifatnya statis. Langkah-langkah menyiapkan Streambox adalah:

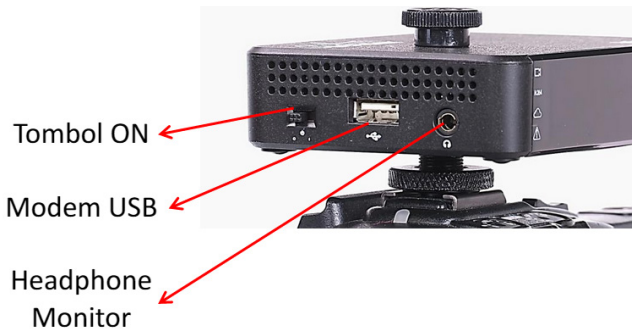
a. Setup Streambox sesuai dengan posisi kamera

GAMBAR 70: LANGKAH 1, SETUP STREAMBOX.



b. Nyalakan Tombol ON

GAMBAR 71: LANGKAH 2, SETUP STREAMBOX.



c. Perhatikan posisi alat setelah tombol ON dinyalakan

Lampu indikator H264 akan menyala



d. Masukkan Kabel HDMI dari kamera ke HDMI IN Streambox

GAMBAR 73: LANGKAH 4, SETUP STREAMBOX.



e. Posisi alat setelah kabel HDMI dimasukkan

GAMBAR 74: LANGKAH 5, SETUP STREAMBOX

Lampu indikator Kamera akan menyala



3. SETUP KONEKSI STREAMING

a. Set koneksi internet sesuai dengan sumber koneksi yang digunakan (Modem, LAN atau WIFI)

GAMBAR 75: LANGKAH 6, SETUP STREAMBOX.



b. Untuk Koneksi WIFI, Pilih Mode AP untuk Acces Point atau Client untuk ke Wifi

GAMBAR 76: LANGKAH 7, SETUP STREAMBOX.



Note: AP digunakan apabila kita akan Ma-remote setting Streambox dari device lain

c. Scanning Wifi Networks

GAMBAR 77: LANGKAH 8, SETUP STREAMBOX



d. Pilih Wifi yang terdeteksi

GAMBAR 78: LANGKAH 9, SETUP STREAMBOX.



e. Tampilan WIFI ketika sudah tersambung

GAMBAR 79: LANGKAH 10, SETUP STREAMBOX.



4. SETUP BROADCAST SETTING

a. Masuk Ke menu Setup Broadcast

GAMBAR 80: LANGKAH 11, SETUP STREAMBOX.



b. Pilih Kualitas Broadcast Streaming

GAMBAR 81: LANGKAH 12, SETUP STREAMBOX.



GAMBAR 82: LANGKAH 13, SETUP STREAMBOX.



c. Pilih server Streaming yang diinginkan

GAMBAR 83: LANGKAH 14, SETUP STREAMBOX.



GAMBAR 84: LANGKAH 15, SETUP STREAMBOX.



d. Streambox dalam posisi standby streaming

GAMBAR 85: LANGKAH 16, SETUP STREAMBOX.



e. Streambox dalam posisi on streaming

GAMBAR 86: LANGKAH 17, SETUP STREAMBOX.



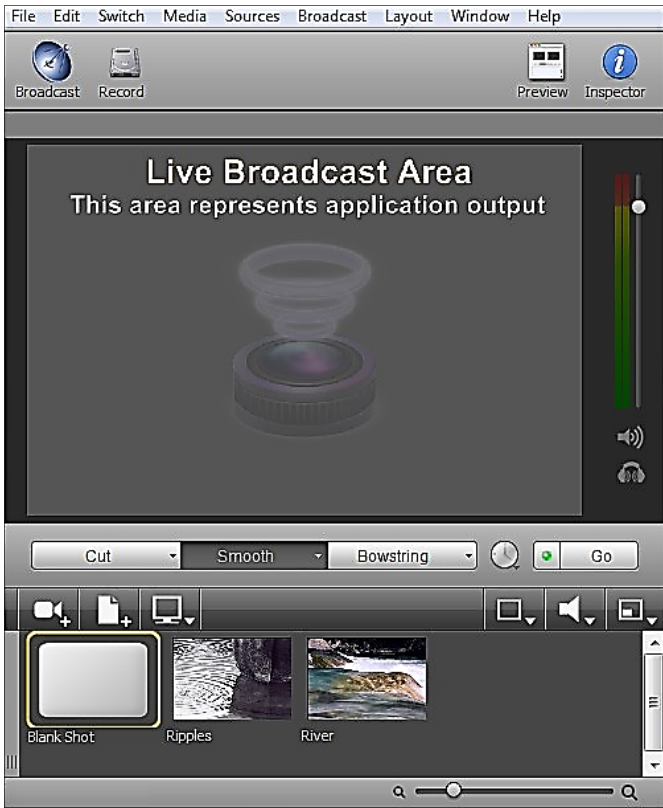
5. SET UP SOFTWARE STREAMING

a. Main Window Layout

Wirecast dirancang untuk segera digunakan dengan beberapa klik mouse. Namun, setelah Anda memahami lebih lanjut tentang bagaimana Wirecast bekerja, Anda mungkin ingin lebih fleksibel.

Wirecast memungkinkan Anda untuk memilih fungsi yang ditampilkan di jendela utama. Sebagian besar fungsi-fungsi ini ditambahkan atau dihapus dari jendela utama menggunakan menu Layout.

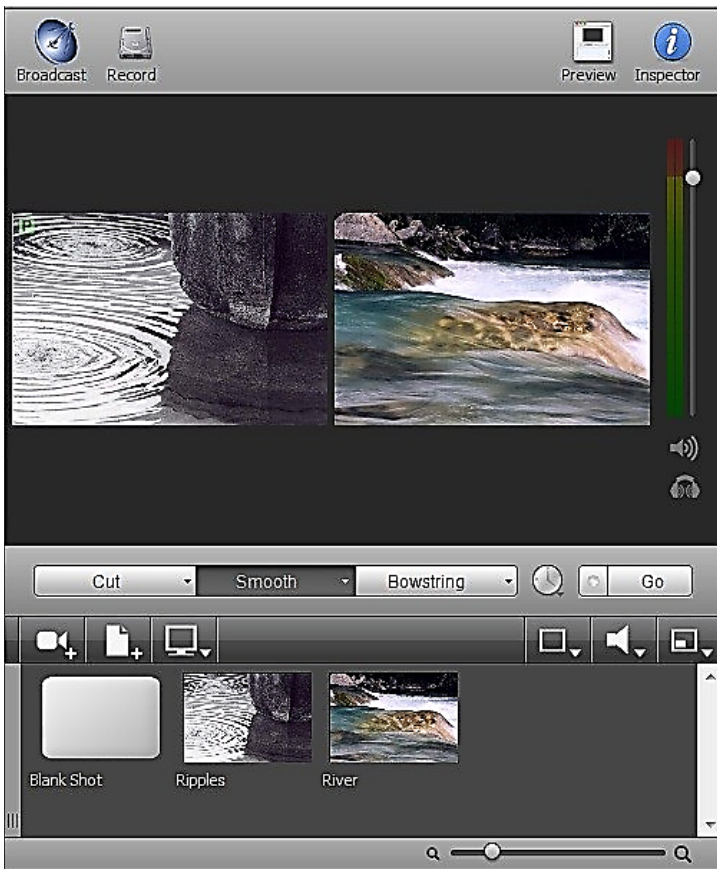
GAMBAR 87: MAIN WINDOW WIRECAST LAYOUT.



b. Preview

Preview menampilkan bagaimana tampilan video jika Anda mengklik tombol Go. Ini hanya berguna ketika fungsi AutoLive tidak aktif. Untuk menampilkan Preview, klik menu Layout dan pilih Preview.

GAMBAR 88: PREVIEW VIDEO ON WIRECAST WINDOW



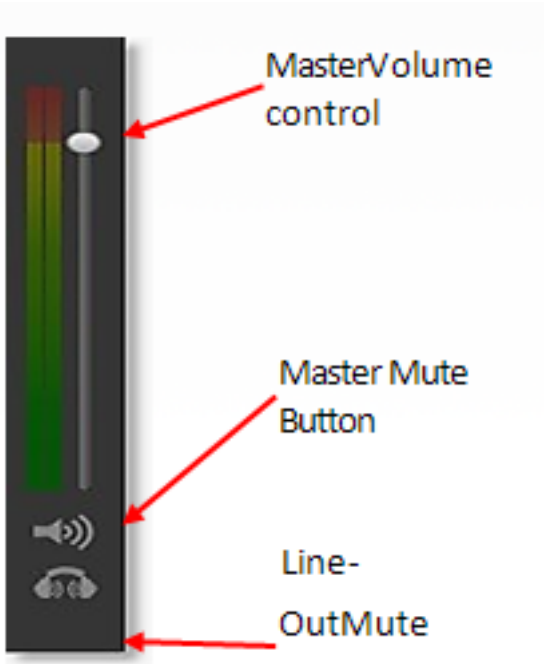
c. Master Audio

Panel Master Audio memungkinkan Anda untuk mengontrol tingkat volume output, output audio mute, dan mematikan line feed-out.

Untuk menampilkan Master Audio, klik Layout> Master Audio. Line-Out tombol Mute mengontrol apa

yang Anda dengar. Ketika line-out bisu, audio tidak dikirim ke headphone atau speaker, tapi pemirsa Anda masih mendengar.

GAMBAR 89: WIRECAST MASTER AUDIO.



d. Main Shot List

Biasanya, window utama menampilkan Shot List di bagian bawah jendela. Namun, Anda dapat menyembunyikan tampilan Shoot List dengan memilih Main Shoot List dari Layout Menu. Ini berguna jika Anda ingin membuka beberapa Shot List yang ingin ditembak ke jendela Layer.

GAMBAR 90: WINDOW UTAMA DENGAN SHOT LIST YANG DISEMBUNYIKAN.



e. Layer Panel

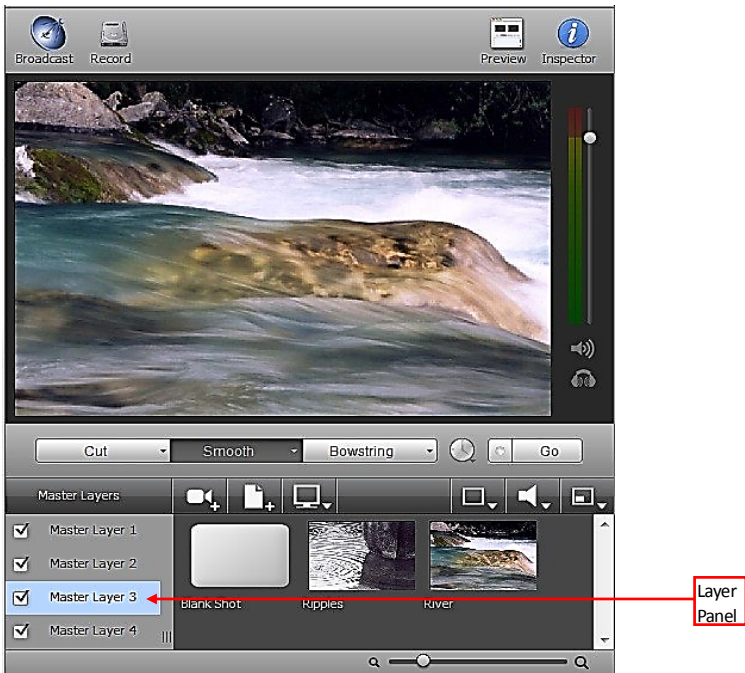
Untuk membuka Panel Layer, pilih Panel Layer dari menu Layout di bagian atas jendela utama. Anda juga dapat membuka panel Layer dengan mengklik di atas panel abu-abu yang posisinya agak sempit di sisi kiri bawah area Shot List. Tahan sampai Wirecast menampilkan panah ganda, kemudian klik dan tarik ke kanan sampai menampilkan Layer

GAMBAR 91: WINDOW UTAMA DENGAN SHOT LIST YANG
DISEMBUNYIKAN.



Click and drag to
the right

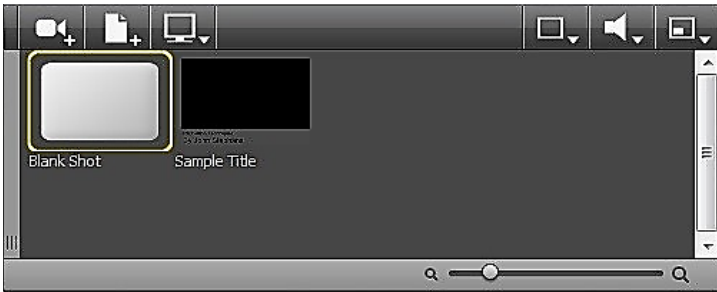
GAMBAR 92: TAMPILAN WINDOWS DENGAN MASTER LAYER.



f. Layer Windows

Anda dapat membuka Shot List di jendela terpisah. Pilih Window> New Layer untuk menampilkan jendela. Anda dapat membuka.

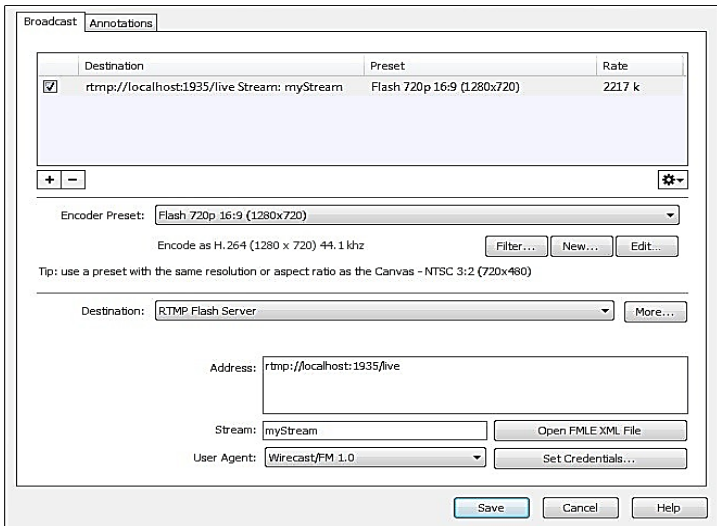
GAMBAR 93: MEMBUKA SHOT LIST SECARA TERPISAH



6. LANGKAH INSTALASI SOFTWARE STREAMING

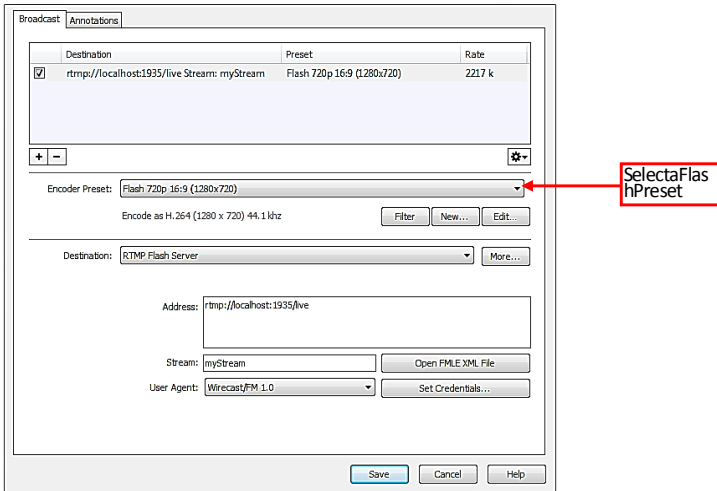
Tampilan setup software streaming

GAMBAR 94: LANGKAH INSTALASI SOFTWARE STREAMING 1.



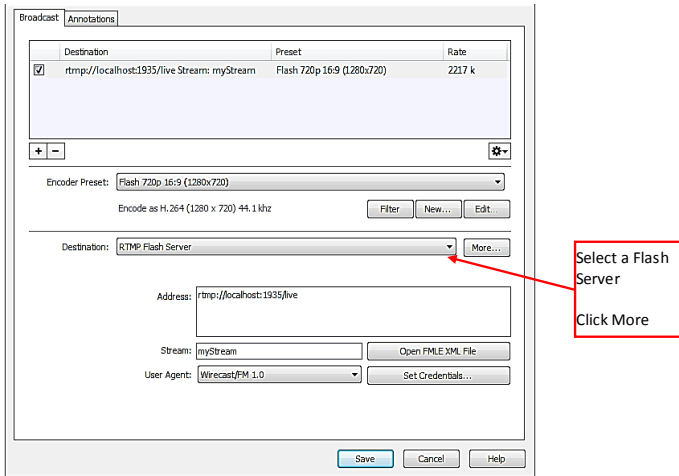
Tentukan Menu “Flash” yang diinginkan dari Encoder Preset Menu

GAMBAR 95: LANGKAH INSTALASI SOFTWARE STREAMING 2.



Pilih Destination > RTMP Flash Server

GAMBAR 96: LANGKAH INSTALASI SOFTWARE STREAMING 3.



Masukkan alamat server ke RTMP server.

DAFTAR PUSTAKA

- APJII .2012. *Profil Internet Indonesia 2012*. Jakarta: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII).
- Arianto, Bismar. 2011. *Analisis Penyebab Masyarakat Tidak Memilih Dalam Pemilu*. Kepulauan Riau: Program Studi Ilmu Pemerintahan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Maritim Raja Ali Haji.
- Benedanto, Pax, Ignatius Haryanto dan E. Pudjiachirusanto. 1999. *Pemilihan Umum 1999: Demokrasi atau Rebutan Kursi?* Jakarta: Lembaga Studi Pers dan Pembangunan (LSPP).
- Fleming, Gina. 2012. *Global Social Technographics Update 2011: US And EU Mature, Emerging Markets Show Lots Of Activity*. Forrester, 4 Januari 2012, dilihat 8 Januari 2015. <http://blogs.forrester.com/gina_sverdlov/12-01-04-global_social_technographics_update_2011_us_and_eu_mature_emerging_markets_show_lots_of_activity>.
- Google. 2014. *Fitur saluran untuk pembuat konten YouTube*. Google Support, 9 Januari 2014, dilihat 9 Januari 2014. <<https://support.google.com/youtube/answer/2498474?hl=id>>.
- Google. 2014. *Strategi pengoptimalan & praktik terbaik untuk konten video di YouTube*. Google Support, 9 Januari 2014, dilihat 9 Januari 2014. <<https://support.google.com/partners/answer/173989?hl=id>>.
- Franonikolopoulos, Christos A., Ioannis Chapsos. 2012. *Explaining the Role and the Impact of the Social Media in the Arab Spring*. Thessaloniki: Global Media Journal - Mediterranean Edition.

- Imawan, Riswandha. 1997. *Membedah Politik Orde Baru*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar (Anggota IKAPI).
- Kovach, Bill and Tom Rosenstiel. 2012. *Blur: How to Know What's True in the Age of Information Overload*. New York: Bloomsbury USA.
- Nugroho, Nunung Dwi. 2014. *Media Sosial Sebagai Sarana Perubahan - Geliat Aktivisme Generasi Muda Dalam Media Baru: Mengubah Indonesia Melalui Petisi Online change.org*. Kompasiana, 24 Oktober 2014, dilihat 8 Januari 2015. <<http://media.kompasiana.com/new-media/2014/10/24/media-sosial-sebagai-sarana-perubahan-geliat-aktivisme-generasi-muda-dalam-media-baru-mengubah-indonesia-melalui-petisi-online-changeorg-687221.html>>.
- O'Reilly, Tim. 2005. *Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software*. Oreilly, 30 September 2005, dilihat 8 Januari 2015. <<http://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html>>.
- Semiocast. 2012. *Jakarta Masih Jadi 'Ibukota Twitter'*. Detikinet, 31 Juli 2013, dilihat 8 Januari 2014. <<http://inet.detik.com/read/2012/07/31/105434/1979088/398/jakarta-masih-jadi-ibukota-twitter>>.
- Socialbakers. 2012. *Top 10 Biggest Facebook Cities*. Socialbakers, 14 Juni 2012, dilihat 8 Januari 2015. <<http://www.socialbakers.com/blog/647-top-10-biggest-facebook-cities>>
- Suranto, Hanif, Judy Ramjodo dan Bambang Wisudo. 2008. *Kritis Meliput Pemilu*. Jakarta: Lembaga Studi Pers dan Pembangunan (LSPP).