

# Caleg Pakai Data Digital

Sejumlah calon legislator dan partai politik memakai data raksasa untuk menyusun strategi kampanye. Popularitas diri jadi tujuan utama caleg berkampanye di media sosial.

KOMPAS - 30 JAN 2019 (1)

JAKARTA, KOMPAS — Sejumlah partai politik dan calon anggota legislatif menggunakan data raksasa (*big data*) yang antara lain bersumber dari media sosial untuk menyusun kampanye digital. Meski efektivitasnya belum teruji secara pasti di Indonesia, kampanye digital ditengarai lebih murah dibandingkan dengan kampanye konvensional, seperti dengan memakai alat peraga kampanye.

Partai Golkar menjadi salah satu partai yang serius memanfaatkan data raksasa. Data raksasa itu diolah dan dianalisis, lalu dipakai untuk menyusun strategi serta konten kampanye yang spesifik untuk setiap pemilihan.

Dewan Pimpinan Pusat Partai Golkar mulai melakukan hal itu sejak Mei 2018 untuk menyosialisasikan citra partai. Pada Oktober 2018, metode ini diperkenalkan kepada caleg Golkar dan diterapkan secara masif.

Wakil Koordinator Bidang Penggalangan Khusus Partai Golkar Rizal Mallarangeng saat



BACA JUGA HLM 2,4

dihubungi dari Jakarta, Selasa (29/1/2019), mengatakan, DPP Partai Golkar menanggung semua biaya pembelian hingga pengolahan data digital serta pembuatan konten kampanye.

Di bawah koordinasi Rizal, ada tim digital yang terdiri atas ratusan orang. Saat ini, di setiap daerah pemilihan (dapil), baik tingkat DPR maupun DPRD provinsi dan kabupaten/kota, minimal ada dua caleg yang kampanye digitalnya difasilitasi tim dari DPP.

## Perubahan sikap

Golkar memperoleh data digitalnya dari media sosial (medsos) seperti Facebook. Aplikasi yang sering dipakai untuk me-

nyebarkan pesan kampanye adalah Facebook dan Instagram. "Perubahan sikap (pemilih) bisa terjadi lewat Facebook dan Instagram. Kalau Twitter, pengaruhnya tidak besar," ujar Rizal.

Meski belum ada jaminan terkait efektivitas, menurut Rizal, kampanye digital berbasis data raksasa punya potensi cukup baik. Ia mencontohkan, jumlah pemilih milenial Golkar terus meningkat sejak kampanye ini digencarkan tahun 2018. Pemilih milenial rata-rata menggunakan medsos secara intens dan jumlahnya hampir 50 persen dari total pemilih Pemilu 2019 yang mencapai 192,8 juta orang.

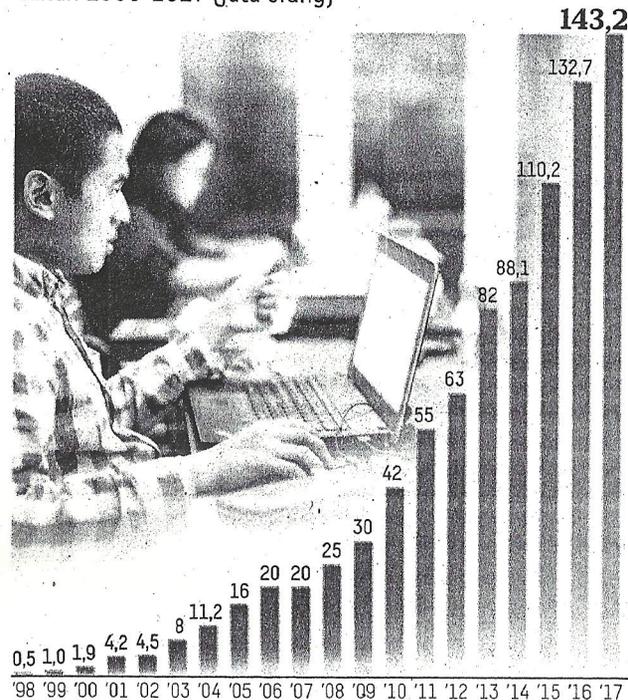
"Ini cara baru, belum tentu (berhasil). Namun, kalau bisa memanfaatkan teknologi secara efektif, kami yakin hasilnya akan sangat kuat," ujarnya.

Ketua DPR Bambang Soesatyo, yang kembali maju di Pileg 2019 dari Dapil Jawa Tengah X, juga meyakini hal

(Bersambung ke hlm 11 kol 1-2)

## Pengguna Internet di Indonesia

Tahun 1998-2017 (juta orang)



Sumber: Litbang Kompas/DEW/TPN, dari APJII