

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Umum Tentang Kampanye

1. Pengertian Kampanye

Kampanye menurut kamus bahasa Indonesia adalah serentak mengadakan gerakan bisik- gerakan dengan jalan menyiarkan kabar angin kampanye. Menurut Rice dan Paisley menyebutkan bahwa kampanye adalah keinginan untuk mempengaruhi kepercayaan dan tingkah laku orang lain dengan daya tarik yang komunikatif. Kampanye politik adalah bentuk komunikasi politik yang dilakukan seseorang atau sekelompok orang atau organisasi politik dalam waktu tertentu untuk memperoleh dukungan politik dari masyarakat.

Pengertian kampanye berdasarkan Undang - Undang Nomor 1 Tahun 2015 tentang Pemilihan Umum Anggota Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan Perwakilan Daerah, Dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah pada pasal 1 angka 26 adalah kegiatan Peserta Pemilu untuk meyakinkan para pemilih dengan menawarkan visi, misi, dan program Peserta Pemilu.

Menurut Antar Venus arti kampanye adalah upaya yang ditujukan untuk menciptakan perubahan dan dampak tertentu dalam kehidupan bermasyarakat yang dilakukan dalam kurun waktu tertentu⁶

Pada pemilihan umum tidak terlepas dari kegiatan kampanye. Kampanye dan pemilu bagai dua sisi mata uang yang tidak bisa dipisahkan satu sama lain. Kampanye adalah sebuah tindakan doktrin bertujuan mendapatkan pencapaian dukungan. Usaha kampanye bisa dilakukan perorangan atau sekelompok orang

⁶ Drs. Antar Venus, MA, *Manajemen Kampanye*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2009, hal.34

yang terorganisir untuk melakukan pencapaian suatu proses pengambil keputusan didalam suatu kelompok, kampanye juga bisa dilakukan guna untuk mempengaruhi, penghambatan, pembelokan pencapaian.

Menurut pasal 1 ayat 26 Undang-Undang Nomor 10 tahun 2008 tentang pemilihan umum DPR, DPD, DPRD yang disebut kampanye adalah kegiatan peserta pemilu untuk meyakinkan para pemilih dengan menawarkan visi, misi dan program peserta pemilu. Jadi berdasarkan pada definisi diatas arti kampanye adalah sebuah *purpose to something*.

Kampanye adalah aktivitas komunikasi yang ditujukan ntuk memengaruhi orang lain agar ia memiliki wawasan, sikap dan perilaku sesuai dengan kehendak atau keinginan penyebar atau pemberi informasi⁷

Sedangkan menurut Imawan mengungkapkan kampanye adalah upaya persuasive untuk mengajak orang lain yang belum sepaham atau belum yakin pada ide-ide yang kita tawarkan, agar mereka berseia bergabung dan mendukungnya.

Sementara pengertian kampanye yang dikemukakan oleh Kotler dan Roberto adalah sebagai berikut: "*campaign is an organized effort conducted by one group (the change agent) which intends to persuade other (the target adopters), to accept, modify, or abandon certain ideas, attitudes, practices and behavior.* (kampanye ialah sebuah upaya yang dikelola oleh satu kelompok, (agen perubahan) yang ditujukan untuk mempersuasi target sasaran agar bisa menerima memodifikasi atau membuang ide, sikap dan perilaku tertentu)".

⁷ Cangara Hafied, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2011, hal. 223

Merujuk pada definisi- definisi kampanye yang diungkapkan, maka setiap aktivis kampanye setidaknya harus mengandung 4 hal yakni:

- a. Tindakan kampanye yang ditujukan untuk menciptakan efek atau dampak tertentu,
- b. Jumlah khalayak sasaran yang besar,
- c. Biasanya dipusatkan dalam kurun waktu tertentu, dan
- d. Melalui serangkaian tindakan komunikasi yang terorganisasi. Jadi, yang dimaksud kampanye adalah suatu kegiatan atau perilaku yang dilakukan untuk mengambil simpati masyarakat dengan cara menunjukkan atau menawarkan yang baik-baik atas dirinya, dan mengumumkan apa saja visi misi mereka untuk menduduki dan memimpin pemerintahan

Rogers dan Storey mendefinisikan kampanye sebagai serangkaian tindakan komunikasi yang terencana dengan tujuan untuk menciptakan efek tertentu pada sejumlah besar khalayak yang dilakukan secara berkelanjutan pada kurun waktu tertentu.

Beberapa ahli komunikasi mengakui bahwa definisi yang diberikan Rogers dan Storey adalah yang paling populer dan dapat diterima dikalangan ilmuwan komunikasi. Jadi pada dasarnya kampanye merupakan hal lumrah yang sering ditemukan. Bahkan dalam beberapa waktu sering kali ditemukan implementasi dari proses kampanye yang tidak sejalan dengan regulasi yang telah disepakati bersama. Yang nantinya akan dijelaskan pada bagian selanjutnya.⁸

⁸ Drs. Antar Venus, *Manajemen Kampanye; Panduan Teoritis Dan Praktis Dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rekaatam Media, 2014. hlm 20

2. Jenis – Jenis Kampanye

Adapun jenis jenis kampanye adalah sebagai berikut : Keputusan Komisi Pemilihan Umum (KPU) NO. 35 Tahun 2004 Tentang Kampanye Pemilihan Umum Presiden dan Wakil Presiden mengatur semua jenis atau bentuk kampanye.

Ada 9 jenis kampanye yaitu:

- a. Debat publik / debat terbuka antar calon
- b. Kegiatan lain yang tidak melanggar peraturan perundang-undangan
- c. Pemasangan alat peraga di tempat umum
- d. Penyebaran bahan kampanye kepada umum
- e. Penyebaran melalui media cetak dan media elektronik
- f. Penyiaran melalui radio dan atau televisi
- g. Pertemuan Terbatas
- h. Rapat umum
- i. Tatap muka dan dialog

Selain itu terdapat pula jenis-jenis kampanye menurut beberapa sumber, yaitu:⁹

1. *Product Oriented Campaigns*

Kampanye yang berorientasi pada produk, umumnya terjadi di lingkungan bisnis, berorientasi komersial, seperti peluncuran produk baru. Kampanye ini biasanya sekaligus bermuatan kepentingan untuk membangun citra positif terhadap produk barang yang diperkenalkan ke publiknya.

2. *Candidate Oriented Campaigns*

⁹ Dan Nimmo. *Komunikasi Politik: Komunikator, Pesan dan Media*, Bandung: Rosda. 2009, hlm 48-49

Kampanye ini berorientasi pada kandidat, umumnya dimotivasi karena hasrat untuk kepentingan politik. Contoh: Kampanye Pemilu, Kampanye Penggalangan dana bagi partai politik.

3. *Ideologically or cause oriented campaigns*

Jenis kampanye ini berorientasi pada tujuan-tujuan yang bersifat khusus dan seringkali berdimensi sosial atau *Social Change Campaigns* yakni kampanye yang ditujukan utk menangani masalah- masalah sosial melalui perubahan sikap dan perilaku publik yang terkait. Contoh: Kampanye AIDS, Keluarga Berencana dan Donor Darah.

4. Jenis kampanye yang sifatnya menyerang (*attacking campaign*)

Kampanye negatif menyerang pihak lain melalui sejumlah data atau fakta yang bisa diverifikasi dan diperdebatkan. Kampanye hitam (*black campaign*) Kampanye yang bersifat buruk atau jahat dengan cara menjatuhkan lawan politik untuk mendapatkan keuntungan

Macam-macam kampanye banyak sekali jenisnya. Dilihat dari isinya dibagi menjadi 4 macam, yaitu :

a. Kampanye Positif

Kampanye positif adalah kampanye yang lebih cenderung mengenalkan calon pemimpin atau presiden secara pribadi, program kerja dan visi misinya. Bentuk kampanye ini bisa berupa slogan, baliho, iklan televisi, dialog, wawancara ataupun debat. Kampanye inilah yang harus dilakukan oleh para calon. Kenyataannya baik calon, tim ataupun pendukung dari calon pemimpin sangat jarang membahas ini, justru yang lebih dilakukan adalah mengkampanyekan kekurangan lawan.

b. Kampanye Negatif

Kampanye negatif di pemilihan presiden 2019 ini sangat terasa. Kampanye negatif cenderung menyerang calon pemimpin secara pribadi, walaupun demikian, kampanye negatif ini juga bisa menyerang program kerja dari visi misi lawan politiknya. Dalam islam kampanye politik ini disebut juga „ghibah” yang artinya membicarakan kejelekan orang lain. Kampanye ini walaupun konotasinya jelek, namun sering dipakai agar pemilih berhati-hati dengan lawan politiknya dengan kekurangan yang ada pihak lawan politik. Kadang kampanye negatif ini didasari dengan data dan fakta namun di opinikan dengan cara negatif.

Contoh kasus kampanye negatif yang ditujukan baik dijokowi atau prabowo :

Kampanye negatif ditujukan ke Prabowo :

1. Prabowo seorang duda, pandangan lawan politiknya kalau memimpin keluarga saja tidak bisa bagaimana memimpin negara.
2. Prabowo masih terkait orde baru karena istrinya anak Soeharto.
3. Prabowo adalah orang yang emosional.
4. Prabowo ingin mengatur agama lewat visi misinya.

Kampanye negatif ditujukan ke Jokowi :

1. Jk berkata negara bisa hancur jika dipimpin Jokowi.
2. Jokowi boneka Megawati
3. Jokowi Pro Asing
4. Jokowi tidak bisa pidato bahasa inggris.

c. Kampanye abu-abu

Kampanye abu-abu adalah kampanye yang menjelekkkan pihak lawan namun data dan faktanya masih abu-abu. Benar atau salahnya belum bisa dibuktikan. Cuma dikesankan bahwa pihak lawan politik adalah salah.

Contohnya adalah sebagai berikut:

1. Prabowo diduga menculik dan melanggar HAM ditahun 1998.
2. Prabowo pindah kewarganegaraan Yordania.
3. Jokowi diduga terlibat korupsi Transjakarta
4. Jokowi gagal memimpin Jakarta.

Perhatikan bahwa dalam kampanye abu-abu, antara kebenaran dan opini cenderung kuat opininya. Maka untuk perkara ini, belum bisa dibuktikan benar dan salahnya. Berbeda dengan kampanye negatif yang sudah sangat terlihat data dan faktanya dilapangan.

d. Kampanye Hitam

Kampanye hitam adalah kampanye yang mengarah ke pembunuhan karakter dan cenderung fitnah. Isinya fitnah, kebohongan dan tuduhan tanpa bukti. Kampanye jenis inilah yang bisa dijerat hukuman, minimal dapat sanksi dari Komisi Pemilihan Umum jika tim capres melakukan kampanye ini. Kampanye hitam dalam pemilihan presiden 2019, berikut ini adalah contoh kasusnya :

1. Jokowi keturunan cina, Jokowi beragama Kristen.
2. *Tweet* akun Abraham Samad (akun palsu) yang mengatakan Prabowo akan membunuh Jokowi.

Dan masih banyak lagi kampanye hitam jenis ini. Namun yang menarik disini kadang kampanye dilakukan oleh pihak yang sama yang dilakukan dimedia - media

3. Media Kampanye

Kampanye adalah bagian yang *inheren* dari kegiatan pemilu langsung. Oleh karena itu, kampanye harus direncanakan, dibuat, strategi dan teknik baik yang menyangkut materi kampanye maupun model kampanye. Salah satu strategi yang dimunculkan dalam pelaksanaan kampanye adalah kampanye melalui media. Menurut Peraturan Komisi Pemilihan Umum Nomor 23 tahun 2018 tentang Kampanye Pemilu diatur dalam pasal yaitu sebagai berikut

Pasal 23

1. Kampanye sebagaimana dimaksud dalam Pasal 4 dapat dilakukan melalui metode:
 - a. pertemuan terbatas;
 - b. pertemuan tatap muka;
 - c. penyebaran bahan kampanye pemilu kepada umum;
 - d. pemasangan alat peraga kampanye di tempat umum;
 - e. media sosial;
 - f. iklan media cetak, media elektronik, dan media dalam jaringan;
 - g. rapat umum;
 - h. debat pasangan calon presiden dan wakil presiden untuk pemilu presiden dan wakil presiden; dan
 - i. kegiatan lain yang tidak melanggar larangan kampanye pemilu dan ketentuan peraturan perundang-undangan.
2. Metode kampanye sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf d, huruf f, dan huruf h difasilitasi Komisi Pemilihan Umum.

3. Komisi Pemilihan Umum dapat memfasilitasi metode kampanye sebagaimana dimaksud pada ayat (2) sesuai dengan kemampuan keuangan negara.
4. Peserta pemilu dapat melakukan metode kampanye sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf d dan huruf f selain yang difasilitasi oleh Komisi Pemilihan Umum sebagaimana dimaksud pada ayat (3).
5. Fasilitasi metode kampanye sebagaimana dimaksud pada ayat (3) ditetapkan dalam Keputusan Komisi Pemilihan Umum.

Pasal 24

1. Kampanye sebagaimana dimaksud dalam Pasal 23 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf c, huruf d, huruf e, huruf h, dan huruf i dilaksanakan sejak 3 (tiga) hari setelah penetapan daftar calon tetap anggota DPR, DPD, DPRD Provinsi, dan DPRD Kabupaten/Kota untuk Pemilu Anggota DPR, DPD, dan DPRD dan setelah penetapan sebagai pasangan calon untuk pemilu presiden dan wakil presiden sampai dengan dimulainya masa tenang.
2. Kampanye sebagaimana dimaksud dalam Pasal 23 ayat (1) huruf f dan huruf g dilaksanakan selama 21 (dua puluh satu) hari dan berakhir sampai dengan 1 (satu) hari sebelum dimulainya masa tenang.
3. Masa tenang sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) berlangsung selama 3 (tiga) hari sebelum hari dan tanggal pemungutan suara.
4. Pada masa tenang sebagaimana dimaksud pada ayat (3), peserta pemilu dilarang melaksanakan kampanye dalam bentuk apa pun.

Pasal 25

1. Partai politik yang telah ditetapkan sebagai peserta pemilu dilarang melakukan kampanye sebelum dimulainya masa kampanye sebagaimana dimaksud dalam Pasal 24 ayat (1) dan ayat (2).
2. Partai politik sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat melakukan sosialisasi dan pendidikan politik di internal partai politik, dengan metode:
 - a. pemasangan bendera partai politik peserta pemilu dan nomor urutnya; dan
 - b. pertemuan terbatas, dengan memberitahukan secara tertulis kepada Komisi Pemilihan Umum dan Badan Pengawas Pemilihan Umum paling lambat 1 (satu) hari sebelum kegiatan dilaksanakan.

Pasal 30

1. Peserta pemilu dapat mencetak dan menyebarkan bahan kampanye sebagaimana dimaksud dalam Pasal 23 ayat (1) huruf c.
2. Bahan kampanye sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat berbentuk:
 - a. selebaran (*flyer*);
 - b. brosur (*leaflet*);
 - c. *pamflet*;
 - d. poster;
 - e. *stiker*;
 - f. pakaian;
 - g. penutup kepala;
 - h. alat minum/makan;
 - i. kalender;

- j. kartu nama;
 - k. pin; dan/atau
 - l. alat tulis.
3. Ukuran selebaran, brosur, *pamflet*, poster, dan *stiker* sebagaimana dimaksud pada ayat (2) huruf a sampai dengan huruf e, adalah:
- a. selebaran, paling besar ukuran 8,25 (delapan koma dua puluh lima) sentimeter x 21 (dua puluh satu) sentimeter;
 - b. brosur, paling besar ukuran posisi terbuka 21 (dua puluh satu) sentimeter x 29,7 (dua puluh sembilan koma tujuh) sentimeter, posisi terlipat 21 (dua puluh satu) sentimeter x 10 (sepuluh) sentimeter;
 - c. *pamflet*, paling besar ukuran 21 (dua puluh satu) sentimeter x 29,7 (dua puluh sembilan koma tujuh) sentimeter;
 - d. poster, paling besar ukuran 40 (empat puluh) sentimeter x 60 (enam puluh) sentimeter; dan
 - e. *stiker* paling besar ukuran 10 (sepuluh) sentimeter x 5 (lima) sentimeter.
4. Desain dan materi pada bahan kampanye sebagaimana dimaksud pada ayat (1) paling sedikit memuat visi, misi, dan program peserta pemilu.
5. Peserta pemilu mencetak bahan kampanye sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dengan mengutamakan penggunaan bahan yang dapat didaur ulang.
6. Setiap bahan kampanye sebagaimana dimaksud pada ayat (1), apabila dikonversikan dalam bentuk uang nilainya paling tinggi Rp 60.000,00 (enam puluh ribu rupiah).

Pasal 31

1. Bahan kampanye sebagaimana dimaksud dalam Pasal 30 ayat (2) dapat disebarakan pada kampanye pertemuan terbatas, pertemuan tatap muka, dan/atau rapat umum.
2. *Stiker* sebagaimana dimaksud dalam Pasal 30 ayat (2) huruf e dilarang ditempel di tempat umum sebagai berikut:
 - a. tempat ibadah termasuk halaman;
 - b. rumah sakit atau tempat pelayanan kesehatan;
 - c. gedung atau fasilitas milik pemerintah;
 - d. lembaga pendidikan (gedung dan sekolah);
 - e. jalan-jalan protokol;
 - f. jalan bebas hambatan;
 - g. sarana dan prasarana publik; dan/atau
 - h. taman dan pepohonan.

Pasal 32

1. Peserta pemilu dapat mencetak dan memasang alat peraga kampanye sebagaimana dimaksud dalam Pasal 23 ayat (1) huruf d.
2. Alat peraga kampanye sebagaimana dimaksud pada ayat (1) meliputi:
 - a. baliho, *billboard*, atau videotron;
 - b. spanduk; dan/atau
 - c. umbul-umbul.
3. Ukuran Alat Peraga Kampanye sebagaimana dimaksud pada ayat (2) adalah:

- a. baliho, *billboard*, atau videotron, paling besar ukuran 4 (empat) meter x 7 (tujuh) meter;
 - b. spanduk, paling besar ukuran 1,5 (satu koma lima) meter x 7 (tujuh) meter; dan
 - c. umbul-umbul, paling besar ukuran 5 (lima) meter x 7 (tujuh) meter.
4. Desain dan materi pada alat peraga kampanye sebagaimana dimaksud pada ayat (1) paling sedikit memuat visi, misi, dan program peserta pemilu.
 5. Peserta pemilu mencetak alat peraga kampanye sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dengan mengutamakan penggunaan bahan yang dapat didaur ulang.

Pasal 33

1. Komisi Pemilihan Umum dapat memfasilitasi pemasangan alat peraga kampanye sebagaimana dimaksud dalam Pasal 32 ayat (1).
2. Peserta pemilu membiayai pembuatan desain dan materi alat peraga kampanye yang difasilitasi Komisi Pemilihan Umum sebagaimana dimaksud pada ayat (1).
3. Fasilitas alat peraga kampanye sebagaimana dimaksud pada ayat (1) ditetapkan dalam Keputusan Komisi Pemilihan Umum.

Pasal 34

1. Alat peraga kampanye sebagaimana dimaksud dalam Pasal 32 ayat (2) dipasang di lokasi yang telah ditentukan.
2. Lokasi pemasangan alat peraga kampanye sebagaimana dimaksud pada ayat (1), dilarang berada di:
 - a. tempat ibadah, termasuk halaman;

- b. rumah sakit atau tempat pelayanan kesehatan;
 - c. gedung milik pemerintah; dan
 - d. lembaga pendidikan (gedung dan sekolah).
3. Lokasi pemasangan alat peraga kampanye sebagaimana dimaksud pada ayat (1) ditetapkan dengan:
 4. Keputusan Komisi Pemilihan Umum Provinsi/Komisi Independen Pemilihan Aceh untuk kampanye di wilayah provinsi; dan
 5. Keputusan Komisi Pemilihan Umum/Komisi Independen Pemilihan Kabupaten/Kota untuk kampanye di wilayah kabupaten/kota.
 6. Lokasi pemasangan alat peraga kampanye sebagaimana dimaksud pada ayat (3) ditetapkan setelah berkoordinasi dengan pemerintah daerah.
 7. Pemasangan alat peraga kampanye sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilaksanakan dengan mempertimbangkan etika, estetika, kebersihan, dan keindahan kota atau kawasan setempat sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
 8. Pemasangan alat peraga kampanye sebagaimana dimaksud pada ayat (1) pada tempat yang menjadi milik perseorangan atau badan swasta harus mendapatkan izin pemilik tempat tersebut.
 9. Pemasangan alat peraga kampanye sebagaimana dimaksud pada ayat (1) menjadi tanggung jawab peserta pemilu.
 10. Alat peraga kampanye harus diturunkan atau dibersihkan oleh peserta pemilu paling lambat 1 (satu) hari sebelum hari pemungutan suara.

Pasal 37

1. Peserta pemilu dapat melakukan kampanye melalui iklan kampanye di media cetak, media elektronik, media dalam jaringan, dan media sosial sebagaimana dimaksud dalam Pasal 23 ayat (1) huruf e dan huruf f, serta lembaga penyiaran.
2. Materi iklan kampanye sebagaimana dimaksud pada ayat (1) paling sedikit memuat visi, misi, dan program peserta pemilu.
3. Materi iklan kampanye sebagaimana dimaksud pada ayat (2) dapat berupa:
 - a. tulisan;
 - b. suara;
 - c. gambar; dan/atau
 - d. gabungan antara tulisan, suara, dan/atau gambar, yang bersifat naratif, grafis, karakter, interaktif atau tidak interaktif, serta yang dapat diterima melalui perangkat penerima pesan.
4. Iklan kampanye sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dibatasi maksimum secara kumulatif sebanyak:
 - a. 8 (delapan) spot berdurasi paling lama 30 (tiga puluh) detik untuk setiap stasiun televisi setiap hari untuk iklan di televisi;
 - b. 4 (empat) spot berdurasi paling lama 60 (enam puluh) detik untuk setiap stasiun radio setiap hari untuk iklan di radio;
 - c. 810 (delapan ratus sepuluh) milimeter kolom atau 1 (satu) halaman untuk setiap media cetak setiap hari untuk iklan di media cetak;
 - d. 1 (satu) *banner* untuk setiap media dalam jaringan setiap hari untuk iklan di media dalam jaringan; dan

- e. 1 (satu) spot berdurasi paling lama 30 (tiga puluh) detik untuk setiap media sosial setiap hari untuk iklan di media sosial.
5. Peserta pemilu dilarang membuat materi iklan dalam bentuk tayangan atau penulisan berbentuk berita.
6. Pembuatan materi iklan kampanye sebagaimana dimaksud pada ayat (2) wajib mematuhi ketentuan peraturan perundang-undangan dan etika periklanan.
7. Pengaturan dan penjadwalan pemasangan iklan kampanye sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diatur sepenuhnya oleh media cetak, media elektronik, media dalam jaringan, media sosial, dan lembaga penyiaran.

Pasal 38

1. Komisi Pemilihan Umum dapat memfasilitasi penayangan iklan kampanye sebagaimana dimaksud dalam Pasal 37 ayat (1) dalam bentuk iklan komersial atau iklan layanan masyarakat, pada media cetak, media elektronik, dan/atau media dalam jaringan.
2. Peserta pemilu membiayai pembuatan desain dan materi iklan kampanye yang difasilitasi Komisi Pemilihan Umum sebagaimana dimaksud pada ayat (1).
3. Komisi Pemilihan Umum memberikan kesempatan dan alokasi waktu yang sama kepada peserta pemilu.
4. Fasilitasi iklan kampanye sebagaimana dimaksud pada ayat (1) ditetapkan dalam Keputusan Komisi Pemilihan Umum.

Pasal 39

1. Media cetak, media elektronik, media dalam jaringan, media sosial, dan lembaga penyiaran yang memuat dan menayangkan iklan kampanye dalam bentuk komersial atau layanan masyarakat wajib memberikan kesempatan yang sama kepada setiap peserta pemilu.
2. Media cetak, media elektronik, media dalam jaringan, media sosial, dan lembaga penyiaran sebagaimana dimaksud pada ayat (1) wajib mematuhi kode etik periklanan dan ketentuan peraturan perundangundangan.
3. Media cetak, media elektronik, media dalam jaringan, media sosial, dan lembaga penyiaran sebagaimana dimaksud pada ayat (1) wajib menentukan standar tarif iklan kampanye komersial yang berlaku sama untuk setiap peserta pemilu.
4. Tarif iklan kampanye layanan masyarakat harus lebih rendah daripada tarif iklan kampanye komersial.

Pasal 53

1. Pemberitaan dan penyiaran kampanye dapat dilakukan melalui media cetak, media elektronik, media dalam jaringan, media sosial, dan lembaga penyiaran sesuai dengan undang-undang mengenai pemilu.
2. Pemberitaan dan penyiaran sebagaimana dimaksud pada ayat (1) bertujuan untuk menyampaikan pesan kampanye dan/atau berita kegiatan kampanye peserta pemilu kepada masyarakat.
3. Media cetak, media elektronik, media dalam jaringan, media sosial, dan lembaga penyiaran dalam memberitakan dan menyiarkan pesan kampanye dan/atau berita kegiatan kampanye sebagaimana dimaksud pada ayat (2),

wajib mematuhi kode etik jurnalistik, pedoman pemberitaan media dalam jaringan, pedoman perilaku penyiaran dan standar program siaran, dan ketentuan peraturan perundang-undangan.

5. Selama masa tenang, media cetak, media elektronik, media dalam jaringan, media sosial, dan lembaga penyiaran dilarang menyiarkan berita, iklan, rekam jejak, citra diri peserta pemilu, dan/atau bentuk lainnya yang mengarah kepada kepentingan kampanye yang menguntungkan atau merugikan peserta pemilu.

Pasal 54

1. Lembaga Penyiaran Publik Televisi Republik Indonesia, Lembaga Penyiaran Publik Radio Republik Indonesia, Lembaga Penyiaran Publik Lokal, Lembaga Penyiaran Swasta, dan Lembaga Penyiaran Berlangganan memberikan alokasi waktu yang sama dan memperlakukan secara berimbang dalam memberitakan dan menyiarkan kegiatan kampanye peserta pemilu.
2. Lembaga Penyiaran Komunitas dapat menyiarkan tahapan dan proses pemilu sebagai bentuk layanan kepada masyarakat.
3. Lembaga Penyiaran Komunitas sebagaimana dimaksud pada ayat (2) dilarang memanfaatkan pemberitaan dan penyiaran untuk kepentingan kampanye peserta pemilu tertentu.

Pasal 55

1. Pemberitaan kampanye oleh media cetak, media elektronik, media dalam jaringan, media sosial, dan lembaga penyiaran dapat dilakukan dengan siaran langsung atau siaran tunda.

2. Media cetak, media elektronik, media dalam jaringan, media sosial, dan lembaga penyiaran yang menyediakan rubrik khusus untuk pemberitaan kegiatan kampanye peserta pemilu harus berlaku adil dan berimbang.

Pasal 56

1. Penyiaran kampanye oleh lembaga penyiaran dapat dilakukan dalam bentuk:
 - a. siaran monolog;
 - b. dialog yang melibatkan suara dan/atau gambar pemirsa atau suara pendengar;
 - c. debat peserta pemilu; dan/atau
 - d. jajak pendapat.
2. Narasumber penyiaran monolog, dialog, dan debat Peserta Pemilu sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf a, huruf b, dan huruf c wajib mematuhi Undang-Undang tentang Pemilu, kode etik jurnalistik, etika penyiaran, dan peraturan perundang-undangan.
3. Siaran monolog, dialog, dan debat peserta pemilu sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf a, huruf b, dan huruf c dapat melibatkan masyarakat melalui telepon, layanan pesan singkat, surat elektronik, dan/atau faksimili.

Pasal 57

1. Media cetak, media elektronik, media dalam jaringan, media sosial, dan lembaga penyiaran menyediakan halaman dan waktu yang adil dan berimbang untuk pemuatan berita, wawancara, dan untuk pemasangan iklan kampanye setiap peserta pemilu.

2. Media cetak, media elektronik, media dalam jaringan, media sosial, dan lembaga penyiaran melakukan pemberitaan sosialisasi partai politik peserta pemilu sebagaimana dimaksud dalam Pasal 25 ayat (2) dengan mengedepankan prinsip proporsionalitas dan keberimbangan.

Pasal 58

1. Dewan Pers melakukan pengawasan atas pemberitaan kampanye yang dilakukan oleh media cetak, media elektronik, dan media dalam jaringan.
2. Komisi Penyiaran Indonesia melakukan pengawasan atas pemberitaan, penyiaran dan iklan kampanye media elektronik yang dilakukan oleh Lembaga Penyiaran Publik, Lembaga Penyiaran Swasta, Lembaga Penyiaran Komunitas, dan Lembaga Penyiaran Berlangganan.
3. Dalam hal terdapat bukti media cetak, media elektronik, media dalam jaringan, dan lembaga penyiaran melakukan pelanggaran atas ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) Dewan Pers atau Komisi Penyiaran Indonesia menjatuhkan sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
4. Penjatuhan sanksi sebagaimana dimaksud pada ayat (3) diberitahukan kepada Komisi Pemilihan Umum, Komisi Pemilihan Umum Provinsi/Komisi Independen Aceh, atau Komisi Pemilihan Umum/Komisi Independen Kabupaten/Kota

B. Tinjauan Tentang Pemilu

1. Pengertian Pemilu

Pemilihan Umum adalah memilih seorang penguasa, pejabat atau lainnya dengan jalan menuliskan nama yang dipilih dalam secarik kertas atau dengan memberikan suaranya dalam pemilihan.¹⁰

Menurut Undang - Undang Nomor 8 Tahun 2012 Tentang Pemilihan Umum Anggota Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan Perwakilan Daerah, dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah. Pemilihan Umum adalah sarana pelaksanaan kedaulatan rakyat yang dilaksanakan secara langsung, umum, bebas, rahasia, jujur dan adil dalam Negara Kesatuan Republik Indonesia berdasarkan Pancasila dan Undang-undang Dasar Negara Republik Indonesia tahun 1945.

Pemilih dalam pemilu disebut juga sebagai konstituen, di mana para peserta Pemilu menawarkan janji-janji dan program-programnya pada masa kampanye. Kampanye dilakukan selama diwaktu yang telah ditentukan menjelang hari pemungutan suara. Setelah pemungutan suara dilakukan, proses penghitungan dimulai.

Pemenangan pemilu ditentukan oleh aturan main atau sistem penentuan pemenang yang sebelumnya telah ditetapkan dan disetujui oleh para peserta, dan disosialisasikan ke para pemilih. Proses pemilihan umum merupakan bagian dari demokrasi.

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan, bahwa pemilihan umum adalah proses pemilihan atau penentuan sikap yang dilakukan oleh suatu masyarakat

¹⁰ Abu Nashr Muhammad Al-Iman, *Membongkar Dosa-dosa Pemilu*, Jakarta: Prisma Media, 2014, hal. 29

untuk memilih penguasa ataupun pejabat politik untuk memimpin suatu Negara yang juga diselenggarakan oleh Negara.

Dalam pelaksanaan pemilihan umum asas - asas yang digunakan diantaranya sebagai berikut :

a. Langsung

Langsung, berarti masyarakat sebagai pemilih memiliki hak untuk memilih secara langsung dalam pemilihan umum sesuai dengan keinginan diri sendiri tanpa ada perantara

b. Umum

Umum, berarti pemilihan umum berlaku untuk seluruh warga negara yang memenuhi persyaratan, tanpa membeda - bedakan agama, suku, ras, jenis kelamin, golongan, pekerjaan, kedaerahan, dan status sosial yang lain.

c. Bebas

Bebas, berarti seluruh warga negara yang memenuhi persyaratan sebagai pemilih pada pemilihan umum, bebas menentukan siapa saja yang akan dicoblos untuk membawa aspirasinya tanpa ada tekanan dan paksaan dari siapa pun.

d. Rahasia

Rahasia, berarti dalam menentukan pilihannya, pemilih dijamin kerahasiaan pilihannya. Pemilih memberikan suaranya pada surat suara dengan tidak dapat diketahui oleh orang lain kepada siapa pun suaranya diberikan.

e. Jujur

Jujur, berarti semua pihak yang terkait dengan pemilu harus bertindak dan juga bersikap jujur sesuai dengan peraturan perundang - undangan yang berlaku.

f. Adil

Adil, berarti dalam pelaksanaan pemilu, setiap pemilih dan peserta pemilihan umum mendapat perlakuan yang sama, serta bebas dari kecurangan pihak manapun.

2. Tujuan dan Fungsi Pemilihan Umum

a. Tujuan Pemilu

Pemilihan Umum¹¹ pemilu dalam pelaksanaannya memiliki tiga tujuan yakni:

- 1) Sebagai mekanisme untuk menyeleksi para pemimpin pemerintahan dan alternatif kebijakan umum (*public policy*).
- 2) Pemilu sebagai pemindahan konflik kepentingan dari masyarakat kepada badan badan perwakilan rakyat melalui wakil - wakil yang terpilih atau partai yang memenangkan kursi sehingga integrasi masyarakat tetap terjamin.
- 3) Pemilu sebagai sarana memobilisasi, menggerakkan atau menggalang dukungan rakyat terhadap Negara dan pemerintahan dengan jalan ikut serta dalam proses politik.

Selanjutnya tujuan pemilu dalam pelaksanaannya berdasarkan Undang - Undang Nomor 8 tahun 2012 Tentang Pemilihan Umum Anggota Dewan

¹¹ J.Joko Prihatmoko, *Pemilu 2004 dan Konsolidasi Demokrasi*, Semarang: LP2I, 2013, hal:19

Perwakilan Rakyat, Dewan Perwakilan Daerah, dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Pasal 3 yakni pemilu diselenggarakan untuk memilih anggota Dewan Perwakilan Rakyat (DPR), Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) Provinsi dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) Kabupaten/Kota dalam Negara Kesatuan Republik Indonesia yang berdasarkan Pancasila dan Undang - Undang Dasar Negara Republik Indonesia tahun 1945.

b. Fungsi Pemilihan Umum

Menurut C.S.T. Kansil dan Christine S.T. Kansil¹² Fungsi Pemilihan Umum sebagai alat demokrasi yang digunakan untuk :

- 1) Mempertahankan dan mengembangkan sendi - sendi demokrasi di Indonesia.
- 2) Mencapai suatu masyarakat yang adil dan makmur berdasarkan Pancasila (Keadilan Sosial Bagi Seluruh Rakyat Indonesia).
- 3) Menjamin suksesnya perjuangan orde baru, yaitu tetap tegaknya Pancasila dan dipertahankannya Undang – Undang Dasar 1945

3. Hak Pilih Dalam Pemilu

Pada azasnya setiap warganegara berhak ikut serta dalam pemilihan umum. Hak warga negara untuk ikut serta dalam pemilihan umum disebut Hak Pilih, yang terdiri dari:

- a. Hak pilih aktif (hak memilih)
- b. Hak pilih pasif (hak dipilih)

¹² C.S.T. Kansil dan Christine S.T. Kansil, *Sistem Pemerintahan Indonesia*, Edisi Revisi, Jakarta: Bumi Aksara, 2011, hal. 56

Setiap warga negara Indonesia yang pada hari pemungutan suara sudah berumur tujuh belas tahun atau lebih atau sudah/ pernah kawin, mempunyai hak memilih. Seorang warga negara Indonesia yang telah mempunyai hak memilih, baru bisa menggunakan haknya, apabila telah terdaftar sebagai pemilih.¹³

Seseorang yang telah mempunyai hak memilih, untuk dapat terdaftar sebagai pemilih, harus memenuhi persyaratan:

- a) tidak terganggu jiwa/ ingatannya;
- b) tidak sedang dicabut hak pilihnya berdasarkan putusan Pengadilan yang telah mempunyai kekuatan hukum tetap, sebaliknya seorang warga negara Indonesia yang telah terdaftar dalam Daftar Pemilih Tetap (DPT), kemudian ternyata tidak lagi memenuhi persyaratan tersebut di atas, tidak dapat menggunakan hak pilihnya.

Masalah dan gejolak seringkali terjadi di tengah-tengah masyarakat. Hal ini disebabkan karena tidak akuratnya data pemilih. Ada warga masyarakat yang telah memenuhi persyaratan sebagai pemilih, ternyata tidak terdaftar dalam Daftar Pemilih Tetap (DPT), malah sebaliknya orang-orang yang sudah meninggal dunia namanya masih tercantum dalam Daftar Pemilih Tetap (DPT). Sebenarnya masalah ini lebih bersifat teknis dan administratif, tetapi oleh pihak-pihak yang merasa dirugikan, masalah ini dipolitisasi sehingga tidak jarang menimbulkan gejolak dan konflik.

Berdasarkan pengamatan, ketidakakuratan pemilih/ Daftar Pemilih Tetap (DPT) ini disebabkan oleh beberapa faktor, antara lain:

¹³ Prof. H. Rozali Abdullah, S.H. *Mewujudkan Pemilu yang Lebih Berkualitas (Pemilu Legislatif)*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2009, hal : 168.

- a. Belum tertatanya dengan baik data kependudukan, yang mana hal ini merupakan wewenang dan tanggung jawab Pemerintah, dalam hal ini Departemen Dalam Negeri beserta jajarannya.
- b. Pemutakhiran data/ verifikasi data pemilih tidak dilakukan oleh Komisi Pemilihan Umum beserta jajarannya dengan baik.
- c. Masyarakat, dalam hal ini calon pemilih, tidak berusaha secara aktif, agar mereka tercantum dalam Daftar Pemilih Tetap (DPT)

4. Kampanye Dalam Pemilu

Kampanye pemilu dilakukan dengan prinsip pembelajaran bersama dan bertanggungjawab. Kampanye pemilu dilaksanakan oleh kampanye dan didukung oleh petugas kampanye serta diikuti oleh peserta kampanye. Pelaksana kampanye terdiri atas Pengurus Partai Politik, calon anggota Dewan Perwakilan Rakyat (DPR), Dewan Perwakilan Daerah (DPD), Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) Provinsi dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) Kabupaten/Kota serta juru kampanye dan satgas.

Peserta kampanye adalah warga masyarakat pemilih, sedangkan yang dimaksud petugas kampanye adalah seluruh petugas yang memfasilitasi pelaksanaan kampanye. Pelaksanaan kampanye harus didaftarkan pada Komisi Pemilihan Umum (KPU), Komisi Pemilihan Umum (KPU) Provinsi, Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kabupaten/ Kota, Panitia Pemilihan Kecamatan (PPK), Panitia Pemungutan Suara (PPS) dan Panitia Pemilihan Luar Negeri (PPLN) sesuai dengan tingkatannya.

Pendaftaran kampanye ini ditembuskan kepada Badan Pengawas Pemilihan Umum (BAWASLU), Panitia Pengawas Pemilu (PANWASLU) Provinsi, Panitia

Pengawas Pemilu (Panwaslu) Kabupaten/ Kota meliputi visi, misi Partai Politik masing-masing. Metode kampanye yang dilaksanakan oleh peserta pemilu adalah dalam bentuk¹⁴:

- a) Pertemuan terbatas;
- b) Tatap muka;
- c) Penyiaran melalui media cetak dan media elektronik;
- d) Penyebaran bahan kampanye kepada umum;
- e) Pemasangan alat peraga;
- f) Rapat umum; dan
- g) Kegiatan lain yang tidak melanggar peraturan perundang-undangan.

Pelaksanaan kampanye dalam bentuk pertemuan terbatas, tatap muka, penyebaran melalui media cetak dan media elektronik, penyiaran melalui radio dan/ atau televisi, penyebaran bahan kampanye kepada umum, dapat dilaksanakan sejak tiga hari kerja setelah peserta pemilu ditetapkan sebagai peserta pemilu sampai dengan dimulainya masa tenang. Sedangkan rapat umum, dilaksanakan selama 21 hari kerja sebelum hari dan tanggal pemungutan suara. Ketentuan ini antara lain bertujuan untuk mengatasi masalah “mencuri *start*”.

Ketentuan mengenai pedoman pelaksanaan kampanye secara Nasional, baik mengenai waktu, tata cara dan tempat kampanye di pusat, diatur dengan peraturan Komisi Pemilihan Umum. Sedangkan ketentuan mengenai waktu dan pelaksanaan kampanye di tingkat provinsi diatur dengan keputusan Komisi Pemilihan Umum

¹⁴ www.beritasatu.com. KPU Fasilitas Beberapa Metode Kampanye. Diakses pada tanggal 10 September 2019

Provinsi dan mengenai waktu dan pelaksanaan kampanye di tingkat Kabupaten/ Kota, diatur dengan keputusan Komisi Pemilihan Umum Kabupaten/ Kota.

