

**STRATEGI KOMUNIKASI KOMISI PEMILIHAN  
UMUM KABUPATEN SINJAI DALAM SOSIALISASI  
LARANGAN POLITIK UANG PADA PEMILIHAN  
UMUM TAHUN 2019**



**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Komunikasi dan Penyiaran  
Islam (S. Sos.)

Oleh:  
**MUNAWWARA**  
NIM. 190208007

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM (KPI)  
FAKULTAS USHULUDDIN DAN KOMUNIKASI ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM AHMAD DAHLAN SINJAI  
TAHUN 2023**



**STRATEGI KOMUNIKASI KOMISI PEMILIHAN  
UMUM KABUPATEN SINJAI DALAM SOSIALISASI  
LARANGAN POLITIK UANG PADA PEMILIHAN  
UMUM TAHUN 2019**



**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Komunikasi dan Penyiaran  
Islam (S. Sos.)

Oleh:

**MUNAWWARA**

NIM. 190208007

Pembimbing:

1. Dr. Ismail, M. Pd

2. Muhlis, S. Kom. I, M. Sos. I

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM (KPI)  
FAKULTAS USHULUDDIN DAN KOMUNIKASI ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM AHMAD DAHLAN SINJAI  
TAHUN 2023**

## PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Munawwara

NIM : 190208007

Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran  
Islam (KPI)

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

1. Skripsi ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan hasil plagiasi atau duplikasi dari tulisan/karya orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.
2. Seluruh bagian dari Skripsi ini adalah karya saya sendiri selain kutipan yang ditunjukkan sumbernya. Segala kekeliruan yang ada di dalamnya adalah tanggung jawab saya.

Demikian pernyataan ini dibuat sebagaimana mestinya. Bilamana dikemudian hari ternyata pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.

Sinjai, 30 Mei 2023

Yang membuat pernyataan,



**Munawwara**

NIM: 190208007

## PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi berjudul, Strategi Komunikasi Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Sinjai dalam Sosialisasi Larangan Politik Uang pada Pemilihan Umum Tahun 2019, yang ditulis oleh Munawwara Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 190208007, Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin dan Komunikasi Islam Universitas Islam Ahmad Dahlan, yang dimunaqasyahkan pada hari Selasa, tanggal 1 Agustus 2023 M bertepatan dengan 14 Muharram 1445 H, telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan diterima sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos.).

### Dewan Penguji

Dr. Firdaus, M.Ag.	Ketua	(.....)
Dr. Suriati, M.Sos.I.	Sekretaris	(.....)
Dr. Muh. Anis, M.Hum.	Penguji I	(.....)
Siar Ni'mah, S.Ud., M.Ag.	Penguji II	(.....)
Dr. Ismail, M.Pd.	Pembimbing I	(.....)
Muhlis, S.Kom.I, M.Sos.I.	Pembimbing II	(.....)

Mengetahui:  
Dekan FUKIS UIAD,



Dr. Suriati, M.Sos.I.  
NBM. 948500

## ABSTRAK

**Munawwara**, *Strategi Komunikasi Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Sinjai dalam Sosialisasi Larangan Politik Uang Pada Pemilihan Umum Tahun 2019*. Skripsi. Sinjai: Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ushuluddin dan Komunikasi Islam Universitas Islam Ahmad Dahlan Sinjai, 2023.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) Strategi Komunikasi Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Sinjai Dalam Sosialisasi Larangan Politik Uang Pada Pemilihan Umum Tahun 2019. (2) Faktor Pendukung dan Penghambat Strategi Komunikasi Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Sinjai Dalam Sosialisasi Larangan Politik Uang Pada Pemilihan Umum Tahun 2019.

Jenis penelitian ini adalah naturalistik dengan pendekatan kualitatif. Subjek penelitian ini adalah Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Sinjai. Objek penelitian adalah Strategi Komunikasi Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Sinjai Dalam Sosialisasi Larangan Politik Uang Pada Pemilihan Umum Tahun 2019. Adapun teknik pengumpulan data yaitu dengan wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data yaitu dengan collection data, reduksi data, penyajian data, dan kesimpulan/ verifikasi.

Hasil penelitian menunjukkan, (1) Strategi Komunikasi Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Sinjai dalam Sosialisasi Larangan Politik Uang Pada Pemilihan Umum Tahun 2019 yaitu: mengenal khalayak, menyusun pesan, menentukan metode, pemilihan penggunaan media, dan perananan komunikator. (2) Faktor Pendukung dan Penghambat Strategi Komunikasi Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Sinjai dalam Sosialisasi Larangan Politik Uang Pada Pemilihan Umum Tahun 2019. Faktor pendukung yaitu: adanya undang-undang yang mengatur dan Peraturan Komisi Pemilihan Umum

(PKPU), sumber daya manusia (SDM) yang dimiliki KPU Kabupaten Sinjai dalam melakukan sosialisasi, partisipasi masyarakat yang sangat mendukung dalam kegiatan sosialisasi, serta konten atau materi sosialisasi yang sudah disiapkan oleh Komisi Pemilihan Umum Republik Indonesia. Sedangkan faktor penghambatnya yaitu: kurangnya anggaran dalam melakukan sosialisasi dan kurangnya kesadaran masyarakat dalam menghindari politik uang.

**Kata Kunci:** *Strategi Komunikasi, Komisi Pemilihan Umum, Politik Uang*

## **ABSTRACT**

**Munawwara**, *Communication Strategy of the General Election Commission of Sinjai Regency in Socializing the Prohibition of Money Politics in the 2019 General Election*. Thesis. Sinjai: Islamic Communication and Broadcasting Study Program, Faculty of Ushuluddin and Islamic Communication, Islamic University of Ahmad Dahlan Sinjai, 2023.

*This research aims to find out: (1) Communication Strategy of the General Election Commission of Sinjai Regency in the Socialization of the Prohibition of Money Politics in the 2019 General Election. (2) Supporting and Inhibiting Factors of the Communication Strategy of the General Election Commission of Sinjai Regency in the Socialization of the Prohibition of Money Politics in the General Election of 2019. 2019.*

*The type of the research is naturalistic with a qualitative approach. The subject of this research is the General Election Commission of Sinjai Regency. The object of research is the Communication Strategy of the General Election Commission of Sinjai Regency in the Socialization of the Prohibition of Money Politics in the 2019 General Election. The data collection techniques are interviews and documentation. Data analysis techniques include data collection, data reduction, data presentation, and conclusions/verification.*

*The results of the research show, (1) The Communication Strategy of the General Election Commission of Sinjai Regency in Socializing the Prohibition of Money Politics in the 2019 General Election, namely: knowing the audience, compiling messages, determining methods, choosing the use of media, and the role of the communicator. (2) Supporting and Inhibiting Factors of the Communication Strategy of the General Election Commission of Sinjai Regency*

*in Socializing the Prohibition of Money Politics in the 2019 General Election. Supporting factors are: the existence of laws governing and Regulations of the General Election Commission (PKPU), human resources (HR) that the Sinjai Regency KPU has in carrying out outreach, the participation of the community which is very supportive in socialization activities, as well as the content or socialization materials that have been prepared by the General Election Commission of the Republic of Indonesia. Meanwhile, the inhibiting factors are: lack of budget for conducting outreach and lack of public awareness in avoiding money politics.*

***Keywords: Communication Strategy, General Election Commission, Money Politics***

## المستخلص

منورة، استراتيجية الاتصال للجنة الانتخابات العامة في مقاطعة سنجائي في تعميم حظر سياسة المال في الانتخابات العامة لعام 2019. البحث. سنجائي: قسم الاتصال والإذاعة الإسلامية، كلية أصول الدين والاتصالات الإسلامية، جامعة إذا أحمد دحلان الإسلامية سنجائي، 2023.

يهدف هذا البحث إلى معرفة: (1) استراتيجية الاتصال للجنة الانتخابات العامة لمحافظة سنجائي في تعميم حظر سياسة المال في الانتخابات العامة 2019. (2) العوامل الداعمة والمثبطة لاستراتيجية الاتصال للجنة الانتخابات العامة لمحافظة سنجائي في تعميم حظر سياسة المال في الانتخابات العامة لعام 2019. 2019.

نوع البحث طبعي مع نهج نوعي. موضوع هذا البحث هو لجنة الانتخابات العامة في منطقة سينجاي. الهدف من البحث هو استراتيجية الاتصال للجنة الانتخابات العامة في مقاطعة سنجائي في تعميم حظر السياسة المالية في الانتخابات العامة لعام 2019. تقنيات جمع البيانات هي المقابلات والوثق. وتشمل تقنيات تحليل البيانات جمع البيانات، والحد من البيانات، وعرض البيانات، والاستنتاجات / التحقق.

أظهرت نتائج البحث (1) استراتيجية الاتصال للجنة الانتخابات العامة لمقاطعة سنجائي في تعميم حظر سياسة المال في الانتخابات العامة 2019، وهي: معرفة الجمهور، وتجميع الرسائل، وتحديد الأساليب، واختيار استخدام وسائل الإعلام ودور المتصل. (2) العوامل الداعمة والمثبطة لاستراتيجية الاتصال للجنة الانتخابات العامة في مقاطعة سنجائي في تعميم حظر سياسة المال في الانتخابات

العامه لعام 2019. العوامل الداعمة هي: وجود القوانين التي تحكم ولوائح لجنة الانتخابات العامة، والموارد البشرية التي تمتلكها مقاطعة سنجائي *KPU* في تنفيذ التوعية، ومشاركة المجتمع الداعم جدًا في أنشطة التنشئة الاجتماعية، لإضافة إلى إضافة إلى المحتوى أو مواد التنشئة الاجتماعية التي أعدتها لجنة الانتخابات العامة لجمهورية إندونيسيا. وفي الوقت نفسه، فإن العوامل المثبطة هي: نقص الميزانية اللازمة لإجراء التوعية ونقص الوعي العام بتجنب السياسات المالية.

**الكلمات الأساسية:** استراتيجية الاتصال، الهيئة العامة للانتخابات، سياسة المال

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ سَيِّدِنَا مُحَمَّدًا  
وَعَلَى آلِهِ وَأَصْحَابِهِ أَخْمَعِينَ أَمَّا بَعْدُ.

Dalam kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih sedalam-dalamnya kepada semua pihak, yang telah memberikan bantuan berupa arahan dan dorongan selama penulis studi. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih dan penghargaan kepada:

1. Kedua Orang Tua tercinta, Ayahanda A. Hasanuddin dan Ibunda Kasmawati yang selalu memberikan Do'a dan dukungannya. Terima kasih telah mendidik dan membesarkan penulis;
2. Dr. Firdaus, M. Ag., selaku Rektor Universitas Islam Ahmad Dahlan (UIAD) Sinjai;
3. Dr. Ismail, M. Pd., selaku Wakil Rektor I Universitas Islam Ahmad Dahlan (UIAD) Sinjai;
4. Dr. Rahmatullah, M. A., selaku Wakil Rektor II Universitas Islam Ahmad Dahlan (UIAD) Sinjai;
5. Dr. Muh. Anis, M. Hum., selaku Wakil Rektor III Universitas Islam Ahmad Dahlan (UIAD) Sinjai;
6. Dr. Suriati, M. Sos. I., selaku Dekan Fakultas

- Ushuluddin dan Komunikasi Islam Universitas Islam Ahmad Dahlan (UIAD) Sinjai;
7. Dr. Ismail, M. Pd., selaku Pembimbing I dan Muhlis, S. Kom. I., M. Sos. I. selaku Pembimbing II;
  8. Faridah, S. Kom. I., M. Sos. I. selaku Ketua Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Ahmad Dahlan (UIAD) Sinjai;
  9. Seluruh Dosen yang telah membimbing dan mengajar selama studi di Universitas Islam Ahmad Dahlan (UIAD) Sinjai;
  10. Seluruh Pegawai dan Jajaran Universitas Islam Ahmad Dahlan (UIAD) Sinjai yang telah membantun kelancaran akademik;
  11. Seluruh Pegawai Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Sinjai;
  12. Ucapan terimakasih juga kepada Kakek dan Nenek Saya yaitu Kure dan Saminang selalu memberi semangat kepada penulis;
  13. Ucapan terimakasih kepada saudara-saudari saya yaitu Agus Setiawan, Haerul Mu'min, Nur Al-Jazirah, Nurul Atifah Ramadhani, dan Aisyah Nur Aila telah menjadi penyemangat penulis dalam menyusun skripsi.
  14. Ucapan terimakasih juga kepada Awaluddin,

- S.Kom.I.,M.Pd.I yang telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi;
15. Terkhusus untuk Siti Nursida, penulis mengucapkan terimakasih banyak atas bantuan yang diberikan kepada penulis selama menyusun skripsi.
  16. Terkhusus untuk saudari Islahwati Isra, penulis mengucapkan banyak terimakasih atas kesediannya menjadi *support system* selama masa perkuliahan;
  17. Kepala dan Staff Perpustakaan Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai;
  18. Teman-teman Mahasiswa IAI Muhammadiyah Sinjai terkhusus kepada teman-teman Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2019 dan berbagai pihak yang tidak dapat disebut satu persatu, yang telah memberikan dukungan moral sehingga penulis mampu menyelesaikan studi.

Teriring doa semoga amal kebaikan dari pihak tersebut mendapat pahala yang berlipat ganda dari Allah SWT., dan semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi siapa saja yang membacanya. Aamiin.

Sinjai, 30 Mei 2023

**Munawwara**  
Nim: 190208007

## DAFTAR ISI

<b>SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PEMBATAS</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>viii</b>
<b>ABSTRAK ARAB</b> .....	<b>x</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xviii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan Masalah .....	8
C. Rumusan Masalah .....	8
D. Tujuan Penelitian .....	9
E. Manfaat Penelitian .....	9
<b>BAB II KAJIAN TEORI</b> .....	<b>12</b>
A. Kajian Pustaka.....	12
B. Hasil Penelitian Yang Relevan .....	61

<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>68</b>
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian .....	68
B. Definisi Oprasional .....	71
C. Tempat dan Waktu Penelitian .....	72
D. Subjek dan Objek Penelitian .....	72
E. Teknik Pengumpulan Data.....	73
F. Instrument Penelitian .....	75
G. Keabsahan Data.....	76
H. Teknik Analisis Data.....	79
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN.....</b>	<b>82</b>
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....	82
B. Strategi Komunikasi Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Sinjai dalam Sosialisasi Larangan Politik Uang Pada Pemilihan Umum Tahun 2019 .....	95
C. Faktor Pendukung dan Penghambat Strategi Komunikasi Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Sinjai Dalam Sosialisasi Larangan Politik Uang Pada Pemilihan Umum Tahun 2019 .....	137

<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>143</b>
A. Kesimpulan .....	143
B. Saran.....	144
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>146</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN .....</b>	<b>152</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Profil Anggota Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Sinjai .....	186
Gambar 4. 2 Struktur Sekretariat Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Sinjai .....	87
Gambar 4. 3 Peraturan Komisi Pemilihan Umum Nomor 7 Tahun 2023 .....	
Gambar 4. 4 Materi Sosialisasi Mengenai Politik Uang .....	121
Gambar 4. 5 Sosialisasi Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Sinjai .....	124
Gambar 4. 6 Media Sosial Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Sinjai .....	136
Gambar 4. 7 Dokumentasi Anggota Komisi Pemilihan Umum Sinjai Dalam Sosialisasi .....	135

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Kisi-Kisi Instrumen

Lampiran 2 Pedoman Wawancara

Lampiran 3 Deskripsi Hasil Wawancara

Lampiran 4 Dokumentasi

Lampiran 5 Hasil returnitin Dari Perpustakaan UIAD

Lampiran 6 Surat Keterangan Keabsahan Abstrak

Lampiran 7 Surat Izin Penelitian

Lampiran 8 Surat Keterangan Telah Melaksanakan Penelitian

Lampiran 9 SK Pembimbing

Lampiran 10 Biodata Penulis

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Dalam Negara demokrasi, pemilu merupakan salah satu pilar terpenting untuk memenangkan kehendak rakyat.. Pemilu juga diyakini merupakan sebuah mekanisme paling aman dalam pergantian kekuasaan dibandingkan dengan cara-cara lainnya. Salah satu indikator sebuah Negara demokrasi adalah terselenggaranya pemilihan umum. Pemilu dapat menjadi instrumen dalam menjalankan kedaulatan rakyat. Di Indonesia, pemilu telah berlangsung selama 12 kali. Pemilu pertama di gelar tahun 1955 dan terakhir diselenggarakan pada tahun 2019. Meski pemilu telah berlangsung puluhan kali, namun bila menilai dalam suatu karakteristik, setidaknya penyelenggaraan pemilu di Indonesia dapat dikategorikan dalam tiga karakter rezim politik yaitu pemilu orde lama, orde baru dan reformasi (Najib, 2020).

Pemilu juga merupakan pilar utama dari sebuah demokrasi. Bagi Indonesia yang telah menetapkan dirinya sebagai Negara demokrasi, pemilu merupakan hal yang penting. Karena dalam pemilu aspirasi rakyat dapat berjalan,

rakyat akan menilai, para caleg dapat menawarkan visi, misi, dan program kandidat sehingga mereka akan tahu kemana arah perjalanan negaranya, namun pada pelaksanaan pemilu sering terjadi adanya kecurangan dari partai politik, seperti misalnya membagi-bagikan uang atau melakukan serangan fajar.

Pemilihan umum adalah kompetisi politik yang dirancang secara adil dan terbuka (Urbaningrum, 2004). Oleh karena itu dilarang keras untuk melakukan kecurangan. Termaksud kategori kecurangan atau pelanggaran dengan cara membagi-bagikan uang atau melakukan serangan fajar. Inilah yang lazimnya disebut politik uang.

Pemilihan umum diselenggarakan untuk memilih anggota Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan Perwakilan Daerah, Presiden dan Wakil Presiden dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah, agar dapat menduduki sebuah kursi jabatan tentu saja para calon legislatif haruslah memiliki dukungan dan suara pada saat pemilu agar calon bisa menduduki kursi legislatif yang katanya bahwa mereka itu mengatasnamakan kepentingan rakyat. Namun dalam hal ini banyak cara yang dilakukan oleh para calon legislatif tersebut mulai dari

kampanye ke jalan-jalan, memasang poster-poster foto yang tujuannya agar masyarakat mengenalnya hal yang paling parah dilakukan *money politik* atau politik uang oleh caleg.

Menurut Thahjo Kumolo politik uang diartikan sebagai suatu tindakan jual beli suara pada proses politik dan kekuasaan. Tindakan tersebut dapat terjadi saat pemilihan umum legislatif, eksekutif maupun kepala desa. Politik uang dapat diartikan juga sebagai upaya mempengaruhi orang lain dengan diganti menggunakan imbalan tertentu.

Praktik politik uang dalam proses pemilihan yang melibatkan banyak orang atau perwakilan harus kita akui nyata adanya dan itu sudah berlangsung lama dan sulit untuk diuraikan. Secara normatif mudah untuk menyatakan bahwa politik uang harus ditolak dalam proses pemilu, namun nyatanya dari waktu ke waktu politik uang semakin meningkat digunakan oleh calon tertentu.

Rumitnya mengatasi masalah ini karena memang politik uang dipersepsi bukan perbuatan buruk oleh masyarakat. Beberapa masyarakat ada yang menganggap politik uang itu biasa. Berdasarkan survey KPK pada tahun 2014, diketahui bahwa 71,72% masyarakat menganggap

politik uang dalam pemilu itu lumrah (Zaman, 2016). Hasil survey tersebut dibuktikan adanya temuan dari kepolisian yang menyita barang bukti berupa uang ratusan juta rupiah, yang menjadi alat untuk mempengaruhi warga dalam menggunakan hak pilihnya. Seperti penyitaan barang bukti terbesar dilakukan di wilayah Gunung Kidul, Yogyakarta. Polisi menangkap beberapa orang yang membawa uang Rp 500 juta dalam pecahan kecil. Selain di Gunung Kidul, di wilayah Sulawesi selatan disita senilai Rp 3 juta yang pecahan dalam nominal Rp 10 ribu hingga Rp 50 ribu. Di wilayah yang sama, polisi juga menemukan mobil dinas camat yang mengangkut minuman keras merek Cap Tikus. Barang-barang ini pun diduga dipakai untuk menyuap calon pemilih (Suryani, 2021)

Provinsi Sulawesi Selatan terdapat 220 jumlah laporan dan 286 temuan pengawas. Laporan dari berbagai kalangan dan temuan Bawaslu yang mendapat sorotan utama ialah ditemukannya pelanggaran pemilu dengan 35 kasus politik uang atau dalam istilah lain *money politic* yang ditangani oleh Bawaslu RI yang terjadi di beberapa provinsi atau kota, walaupun tidak sebanyak temuan kasus lainnya

namun hal ini jika tidak ditindak lanjuti maka akan menjadi benih terjadinya korupsi dikemudian hari. Berdasarkan dari sumber Kompas, ke 35 kasus tersebut terdiri dari; Sulawesi Selatan yang memiliki kasus terbanyak diantaranya provinsi lainnya yaitu sebanyak 8 kasus dimana salah satunya terdapat di Kabupaten Sinjai dikutip dari SindoNews.com (Indasari, 2020).

Untuk menyadarkan masyarakat tentang bahaya politik uang dalam sistem demokrasi Komisi Pemilihan Umum sebagai institusi yang bertanggung jawab atas penyelenggara pemilu, maka Komisi Pemilihan Umum mengadakan sosialisasi politik uang. Sosialisasi politik uang sangat penting agar masyarakat sadar akan bahaya yang disebabkan politik uang ketika diselenggarakannya pemilu.

Dalam ajaran agama Islam praktik politik uang juga dilarang sebagaimana hadist Rasulullah SAW beliau bersabda: dalam Islam politik uang disamakan dengan risywah atau suap. Dari hadits diatas dapat dijelaskan bahwa praktik politik uang yang bertujuan membeli suara dari hak pilih rakyat dilarang dalam agama Islam. Rasul saja melaknat orang yang menyuap dan menerima suap. Terlebih

lagi dalam hadits Rasulullah melaknat orang yang melakukan suap, baik pelaku maupun penerimanya.

Maka dari itu pelaksanaan politik uang yang telah diqiyaskan dengan risywah hukumnya haram dan menjadi kriteria penetapan hukum. Dalam keterangan ushul fiqh ketika suatu perkara dalam takaran banyaknya jumlah diharamkan maka sedikitnya pun haram. Oleh karena itu praktik politik uang tidak melihat dari segi kuantitas berapa banyak kadar suap tersebut keduanya tetaplah diharamkan.

Dalam kegiatan sosialisasi Komisi Pemilihan Umum akan melakukan sebuah komunikasi antara KPU dan rakyat, komunikasi seperti ini bisa disebut komunikasi politik. Komunikasi politik adalah bagian penting sebagai jalan mencapai keteraturan, ketertiban, dan keharmonisan dalam wilayah kehidupan bernegara (Syahputra, 2012). Menurut Alwi Dahlan, komunikasi politik merupakan bidang atau disiplin yang menelaah perilaku dan kegiatan komunikasi yang bersifat politik, mempunyai akibat politik, atau berpengaruh terhadap perilaku politik (Cangara, 2011).

Proses komunikasi tersebut membutuhkan sebuah strategi agar pesan yang disampaikan tidak biasa dan dapat

dipahami sehingga proses komunikasi yang dibangun sesuai dengan yang diharapkan, karena berhasil atau tidaknya kegiatan komunikasi secara efektif ditentukan oleh strategi komunikasi. Menurut Muhammad Arni mengatakan bahwa strategi komunikasi adalah semua yang terkait mengenai rencana dan taktik atau cara yang akan dipergunakan untuk melancarkan komunikasi dengan menampilkan pengirim, pesan, dan penerimanya pada proses komunikasi untuk mencapai tujuan yang diinginkan (Arni, 2004).

Dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi merupakan perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Dapat dikatakan juga bahwa strategi komunikasi merupakan paduan dari perencanaan dan manajemen komunikasi. Menurut Rogers, strategi komunikasi sebagai suatu rancangan yang dibuat untuk mengubah tingkah laku manusia dalam skala yang lebih besar melalui transfer ide-ide baru. Selain Rogers pakar komunikasi lain yang bernama Middleton mengatakan strategi komunikasi adalah kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima sampai

dengan pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan yang optimal (Cangara, 2014b).

Oleh karena itu penelitian ini menjadikan strategi komunikasi sebagai objek penelitiannya. Sedangkan Komisi Pemilihan Umum yang akan diteliti adalah Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Sinjai. Oleh karena itu penulis berniat membuat judul “Strategi Komunikasi Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Sinjai Dalam Sosialisasi Larangan Politik Uang Pada Pemilihan Umum Tahun 2019”.

## **B. Batasan Masalah**

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan di latar belakang maka penulis membatasi penelitian ini yaitu penulis membahas Strategi Komunikasi Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Sinjai Dalam Sosialisasi Larangan Politik Uang Pada Pemilihan Umum Tahun 2019, penelitian ini hanya fokus pada strategi komunikasi Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Sinjai dalam sosialisasi larangan politik uang.

## **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan batasan masalah di atas, maka dapat dikemukakan rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana Strategi Komunikasi Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Sinjai Dalam Sosialisasi Larangan Politik Uang Pada Pemilihan Umum Tahun 2019?
2. Apa saja faktor pendukung dan penghambat Strategi Komunikasi Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Sinjai Dalam Sosialisasi Larangan Politik Uang Pada Pemilihan Umum Tahun 2019?

#### **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka diketahui tujuan dari penelitian ini, antara lain sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui Strategi Komunikasi Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Sinjai Dalam Sosialisasi Larangan Politik Uang Pada Pemilihan Umum Tahun 2019.
2. Untuk mengetahui pendukung dan penghambat Strategi Komunikasi Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Sinjai Dalam Mensosialisasikan Larangan Politik Uang Pada Pemilihan Umum Tahun 2019.

#### **E. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat penelitian yang diharapkan penulis

dalam penelitian ini yaitu, sebagai berikut:

### 1. Teoritis

- a. Hasil penelitian ini dapat menjadi sumber rujukan bagi pengembangan Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam Terutama tentang Strategi Komunikasi Komisi Pemilihan Umum dalam sosialisasi larangan politik uang pada pemilihan umum.
- b. Hasil penelitian ini untuk memperluas wawasan mengenai strategi komunikasi, komisi pemilihan umum dan politik uang.

### 2. Praktis

- a. Hasil penelitian ini dapat menambah wawasan dan informasi bagi para mahasiswa komunikasi agar lebih mengetahui mengenai strategi komunikasi yang efektif.
- b. Sebagai bahan referensi untuk penelitian-penelitian selanjutnya di bidang Komunikasi dan Penyiaran Islam.
- c. Bagi peneliti bermanfaat sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar S. Sos., pada jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) Universitas Ahmad Dahlan

Sinjai.

- d. Bagi peneliti untuk bisa menyelesaikan studi di Universitas Islam Ahmad Dahlan Sinjai.

## **BAB II**

### **KAJIAN TEORI**

#### **A. Kajian Pustaka**

##### 1. Strategi Komunikasi

###### a. Definisi Strategi

Kata Strategi berasal dari bahasa Yunani yaitu “*Strategos*” yang terdiri dari dua suku kata yaitu “*Stratos*” yang berarti Militer dan “*Ag*” yang berarti Memimpin. Pada konteks permulaannya, strategi banyak diasumsikan sebagai sesuatu yang dilakukan oleh para jenderal dalam membuat rencana menaklukkan atau mengalahkan musuh guna meraih kemenangan dalam perang. Oleh karena itu, sangatlah masuk akal apabila istilah ini sangat dekat dengan dunia militer dan politik.

Pada masa sekarang pun, penerapan strategi sangat dekat dengan asumsi pada awal kemunculannya, sekalipun hal tersebut diterapkan bukan pada dunia militer. Sebagai contoh dalam dunia ekonomi, strategi masih sering diasumsikan dengan bagaimana cara mengalahkan kompetitor, bagaimana bisa menguasai pasar, dan sebagainya. Begitu juga

dalam dunia olahraga, strategi juga diasumsikan dengan bagaimana cara mengalahkan lawan bertanding kita

Banyak orang yang masih bingung atau sulit untuk membedakan antara strategi dengan taktik. Salah satu cara yang mudah untuk melihat perbedaan antara keduanya adalah seperti berikut: Pada saat kita memutuskan “apa” yang seharusnya dikerjakan, kita memutuskan sebuah strategi. Sedangkan jika kita memutuskan “bagaimana” untuk mengerjakan sesuatu, itulah yang disebut taktik (Nugraha, 2005).

Strategi seringkali diartikan sebagai suatu usaha yang dilakukan demi mencapai suatu tujuan yang sifatnya jangka panjang. Definisi strategi menurut para ahli pun sangat beragam dan bervariasi, diantaranya:

- 1) Menurut Karl Von Clausewitz, strategi merupakan suatu seni menggunakan pertempuran untuk memenangkan suatu perang sedangkan taktik adalah seni menggunakan tentara dalam sebuah pertempuran.

- 2) Menurut Drucker dalam Wahyudi (1996), strategi adalah mengerjakan sesuatu yang benar (doing the right things) dan taktik adalah mengerjakan sesuatu dengan benar (doing the things right).
- 3) Menurut Onong Uchjana Effendy, strategi adalah perencanaan untuk mencapai tujuan, namun untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai jalan yang hanya memberikan arah saja, melainkan harus mampu menunjukkan taktik operasionalnya (Nugraha, 2005)
- 4) Menurut Stephen Robbins, yang dikutip oleh Morissan dalam bukunya “Pengantar *Public Relations* Strategi Menjadi Humas Profesional” mendefinisikan strategi sebagai penentuan tujuan jangka panjang perusahaan dan memutuskan arah tindakan serta mendapatkan sumber-sumber yang diperlukan untuk mencapai tujuan (Morissan, 2006).

Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Strategi komunikasi

merupakan paduan dari perencanaan komunikasi dan manajemen komunikasi untuk mencapai tujuan (Effendy, 2015). Jadi dapat disimpulkan bahwa strategi adalah suatu cara dan taktik yang sudah direncanakan untuk mencapai suatu tujuan yang diharapkan, dengan memperhatikan peluang dan ancaman yang akan dihadapi.

b. Definisi Komunikasi

Kata atau istilah “Komunikasi” dari bahasa inggris *communication* berasal dari *communicatus* dalam bahasa Latin yang artinya “berbagi” atau “menjadi milik bersama” (Sendjaja, 2014). Konon kata komunikasi berasal dari bahasa latin *communication* dan bersumber dari kata *communis* yang berarti “sama”. Maksud dari kata “sama” itu adalah sama dalam makna. Ada pula yang menyebut komunikasi dari akar kata *communicato* yang berarti berbagai. Tegasnya, peristiwa komunikasi antara seseorang dengan orang lain dapat dipastikan terjadi dengan menggunakan bahasa yang “sama”, dan menyepakati makna yang “sama” meskipun bisa jadi keduanya dari

latar belakang sosial dan budaya yang berbeda (M. F. Yusuf, 2021).

Berikut definisi komunikasi menurut para ahli, yaitu (Karyaningsih, 2018).

- 1) Shanon dan Weaver: Komunikasi adalah bentuk interaksi manusia yang saling mempengaruhi satu sama lain, sengaja atau tidak sengaja. Tidak terbatas bentuk komunikasi menggunakan bahasa verbal tapi juga dalam bentuk ekspresi muka, lukisan dan teknologi.
- 2) David K Berlo: Komunikasi sebagai instrumen interaksi sosial berguna untuk mengetahui dan memprediksi setiap orang lain juga untuk mengetahui keberadaan diri sendiri dalam menciptakan keseimbangan masyarakat.
- 3) Harold D Lasswell: Komunikasi pada dasarnya merupakan suatu proses yang menjelaskan siapa? Mengatakan apa? Dengan saluran apa? Kepada siapa? Dengan akibat apa atau hasil apa?
- 4) Steven: Komunikasi dapat terjadi kapan saja suatu organisme memberikan reaksi terhadap suatu objek

atau stimuli baik itu dari seseorang atau lingkungan sekitarnya.

- 5) Raymond S Ross: Komunikasi adalah suatu kegiatan menyortir, memilih dan mengirimkan simbol-simbol sedemikian rupa sehingga membantu pendengar membangkitkan makna atau respon dengan pikiran serupa yang dimaksudkan komunikator.
- 6) Sedangkan menurut Onong Uchjana Effendy, berpendapat bahwa komunikasi adalah proses penyampaian suatu pesan dalam bentuk lambang-lambang yang bermakna, sebagai panduan pikiran dan perasaan berupa ide, informasi, kepercayaan, harapan, himbauan dan sebagainya yang dilakukan oleh seseorang kepada pihak lain baik langsung secara tatap muka maupun tidak langsung melalui berbagai media dengan tujuan mengubah sikap, pandangan atau perilaku.

Dengan memahami pengertian komunikasi menurut beberapa ahli, maka dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah suatu proses penyampaian pesan

yang berupa *verbal* (dimaknai dalam bentuk kata-kata untuk diucapkan atau ditulis kepada oranglain) ataupun *non verbal* (dimaknai dalam bentuk isyarat, ekspresi wajah, sikap badan) (Akmad, 2022) dari komunikator ke komunikan dengan secara langsung atau tidak langsung.

c. Definisi Strategi Komunikasi

Strategi dalam komunikasi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*agement*) untuk mencapai satu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah, tetapi juga harus menunjukkan taktik oprasionalnya. Oleh karena itu komunikator pada saat berkomunikasi harus bisa membuat strategi komunikasi terlebih dahulu agar pesan yang kita sampaikan bisa dipahami oleh komunikan (Prabawa, 2020).

Berikut definisi strategi komunikasi menurut ahli:

- 1) Menurut Onong Uchjana Effendy dalam bukunya Dimensi-Dimensi Komunikasi mengungkapkan

bahwa, strategi komunikasi merupakan panduan dari perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen (*communications management*) untuk mencapai suatu tujuan.

- 2) Seorang pakar perencanaan komunikasi Middleton menyatakan bahwa strategi komunikasi adalah kombinasi terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media) penerima sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi.

Jadi strategi komunikasi merupakan keseluruhan perencanaan, taktik dan cara yang dipergunakan untuk melancarkan komunikasi dengan memperhatikan keseluruhan aspek yang ada pada proses komunikasi untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Penyusunan strategi komunikasi diperlukan suatu pemikiran dengan memperhitungkan faktor-faktor pendukung dan penghambat. Akan lebih baik apabila dalam strategi komunikasi diperhatikan komponen-komponen komunikasi dan faktor pendukung atau penghambat pada setiap komponen,

diantaranya faktor kerangka referensi, faktor situasi dan kondisi, pemilihan media komunikasi, tujuan pesan komunikasi, dan peranan komunikator dalam komunikasi (Prabawa, 2020).

Tujuan utama strategi komunikasi adalah memastikan bahwa komunikan paham terhadap pesan yang ia terima. Ketika komunikan sudah paham maka penerimanya itu mesti dibina agar pesan bukan hanya dipahami tapi juga diterima sebagai salah satu cara yang dianggap baik (*to establish acceptance*). Setelah itu, aktivitas komunikasi bertujuan untuk memberi motivasi untuk mengubah perilaku (*to motivate action*). Oleh karena itu, strategi komunikasi adalah keseluruhan perencanaan, dari membangun keahaman, sikap, dan perubahan perilaku secara holistik dan sistematis (Asriwati, 2021).

Strategi komunikasi adalah perencanaan (*planning*) komunikasi dan manajemen (*management*) komunikasi untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Strategi komunikasi adalah tahapan konkret dalam aktifitas komunikasi yang berbasis pada satuan teknik

bagi pengimplementasian tujuan komunikasi, adapun teknik adalah satu pilihan yang telah ditetapkan sebelumnya. Pada hakekatnya adalah sebuah perencanaan dan manajemen untuk mencapai sebuah tujuan (Prabawa, 2020). Berikut definisi perencanaan menurut ahli:

- 1) Menurut Keufman perencanaan adalah proses untuk menetapkan kemana kita harus pergi dengan mengidentifikasi syarat apa yang harus dipenuhi untuk sampai ketempat tersebut dengan cara yang paling efisien dan efektif. Dengan kata lain perencanaan sebagai penetapan spesifikasi tujuan yang ingin dicapai termaksud cara-cara yang akan digunakan untuk mencapai tujuan tersebut (Cangara, 2014).
- 2) Menurut Waterson perencanaan adalah usaha yang sadar, terorganisasi, dan terus menerus untuk memilih alternatif yang terbaik untuk mencapai tujuan tertentu. Defenisi lain dari perencanaan adalah keseluruhan proses pemikiran dan penentuan secara matang dari hal-hal yang dikerjakan dimasa

yang akan datang dalam rangka mencapai tujuan yang telah ditentukan.

Perencanaan merupakan sebuah titik awal dari semua kegiatan. Adapun fungsi perencanaan adalah sebagai berikut:

- 1) Mengidentifikasi dan menetapkan masalah.
- 2) Memberi arahan (fokus) atau pedoman pada tujuan yang ingin dicapai. Terutama dalam mengatasi ketidak-pastian dengan memilih jalan yang terbaik.
- 3) Meminimalisasi terjadinya pemborosan sumber daya dalam rangka mencapai tujuan secara efektif.
- 4) Melakukan perkiraan terhadap kendala yang mungkin terjadi dan hasil yang akan diperoleh.
- 5) Melakukan pengendalian agar pelaksanaan senantiasa tetap berada dalam koridor perencanaan yang telah ditetapkan.
- 6) Memberi kesempatan untuk memilih alternatif terbaik guna mendapatkan hasil yang lebih baik.
- 7) Mengatasi hal-hal yang rumit dengan mencari jalan keluar dari masalah yang dihadapi.
- 8) Menetapkan skala prioritas tentang apa yang harus

dikerjakan lebih dahulu.

- 9) Menetapkan mekanisme pemantauan dan instrumen alat ukur keperluan evaluasi.

Perencanaan komunikasi merupakan tahapan yang harus ada disaat akan menjalankan sebuah strategi guna mencapai tujuan yang diinginkan. Menurut Wahyudi sebuah perencanaan komunikasi harus cermat dan tepat dalam menentukan siapa berbicara apa pada siapa melalui apa. Seperti yang telah dikatakan sebelumnya dimana pada zaman dahulu strategi identik dengan militer dan perang. Yang pada perkembangannya digunakan dalam berbagai bidang ilmu pengetahuan, begitupun dalam ilmu komunikasi.

Di kalangan militer terdapat ungkapan yang amat terkenal yang berbunyi: "*To win the war, not to win the battle*" yang artinya "memenangkan perang, bukan memenangkan pertempuran". Pentingnya strategi adalah untuk memenangkan perang, sedangkan pentingnya taktik adalah untuk memenangkan pertempuran. Demikian pula dengan komunikasi,

lebih-lebih komunikasi yang dilancarkan suatu organisasi, apakah itu komunikasi politik atau komunikasi bisnis (Effendy, 1993).

Menurut Rogers, strategi komunikasi sebagai suatu rancangan yang dibuat untuk megubah tingkah laku manusia dalam skala yang lebih besar melalui transfer ide-ide baru. Selain Rogers pakar komunikasi lain yang bernama Middleton mengatakan strategi komunikasi adalah kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima sampai dengan pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi optimal (Cangara, 2014).

Untuk mantapnya strategi komunikasi, maka segala sesuatunya harus dipertautkan dengan komponen-komponen yang merupakan jawaban terhadap pertanyaan dalam rumusan Lasswell yaitu, Who (siapakah komunikatornya ?), Syas what (pesan apa yang dinyatakannya ?), In which channel (media apa yang digunakannya), To whom (siapa

komunikannya ?), With what effect (efek apa yang diharapkan?) (Effendy, 1993).

Dalam strategi komunikasi peran komunikator memiliki peran penting dalam penyampaian pesan dan menentukan dalam keberhasilan komunikasi. Pemilihan komunikator harus berkredibilitas, ahli dan dapat memegang peran penting. Komunikator yang berkredibilitas merupakan komunikator yang memiliki etos pada dirinya.

Dalam proses komunikasi seorang komunikator akan sukses apabila ia berhasil menunjukkan *source credibility* artinya menjadi sumber kepercayaan komunikan. Kepercayaan komunikan kepada komunikator ditentukan dengan keahlian komunikator dalam bidang tugas pekerjaannya dan dapat tidaknya ia dipercaya. Seorang komunikator menjadi *source credibility* disebabkan adanya “ethos” pada dirinya seperti yang dikatakan Aristoteles (Effendy, 1993).

Aristoteles mengatakan bahwa komunikator harus memiliki setidaknya *good sense, good moral, and good character* yang kemudian diformulasikan

menjadi itikad baik (*good intentions*), dapat dipercaya (*trustworthinnes*) dan keahlian (*expertise*) dimana hingga sekarang konsep ini masih dipakai. Menurut Onong Uchjana, korelasi atau hubungan antar komponen dalam strategi komunikasi akan lebih baik apabila dalam strategi diperhatikan komponen-komponen komunikasi dan faktor-faktor pendukung dan penghambat pada setiap komponen tersebut. Seperti halnya dalam bidang apapun, strategi komunikasi didukung oleh teori. Banyak teori yang komunikasi yang sudah diketengahkan oleh para ahli. Tetapi untuk strategi komunikasi teori yang memadai untuk dijadikan pendukung strategi komunikasi adalah apa yang dikemukakan oleh Harld D Lasswell.

#### d. Komponen-Komponen dalam Strategi Komunikasi

Menurut Arifin dalam merumuskan strategi komunikasi terdapat lima komponen utama yang harus diperhatikan yaitu: (Asriwati, 2021)

##### 1) Mengenal Khalayak

Sebelum melancarkan komunikasi, kita harus mempelajari siapa-siapa yang akan menjadi

sasaran komunikasi. Sudah tentu itu bergantung pada tujuan komunikasi, apa komunikasi hanya sekedar mengetahui (metode informatif) atau komunikasi melakukan tindakan tertentu (persuasif atau instruktif).

Pesan komunikasi yang akan disampaikan harus disesuaikan dengan kerangka referensi, kerangka referensi seseorang terbentuk didalam dirinya hasil dari paduan pengalaman, pendidikan, gaya hidup, norma hidup, status sosial, ideologi cita-cita dan sebagainya.

#### a) Faktor Kerangka Referensi

Dalam menyampaikan sebuah pesan kita harus melihat terlebih dahulu kerangka referensi komunikasi tersebut, tentu ketika pesan yang disampaikan terlalu tinggi bahasanya dan disampaikan pada lulusan SD atau tidak pernah mengenyam pendidikan di sekolah maka komunikasi yang terjadi tidak akan efektif dan tidak akan mendapatkan timbal balik. Oleh

karena itu sangat penting untuk mengetahui latar belakang dari komunikasi.

#### b) Faktor Situasi dan Kondisi

Situasi berhubungan dengan situasi yang terdapat pada lingkungan ketika sedang berlangsungnya komunikasi. Situasi dapat menjadi sebuah halangan apabila situasi tersebut tidak mendukung seperti ketika komunikasi dilaksanakan saat terjadi hujan besar. Bisa jadi komunikasi terganggu dengan suara hujan dan petir sehingga komunikasi tidak tersampaikan secara utuh, kondisi hubungan dengan fisik dan psikis ketika dia menerima pesan.

#### 2) Menyusun Pesan

Pesan memiliki kedudukan sentral yang tidak boleh terabaikan dalam mencapai tujuan efektifitas komunikasi. Pesan akan sangat bergantung dengan program apa yang akan disampaikan. Terdapat dua model dalam penyusunan pesan yaitu: penyusunan pesan dalam

bentuk informatif dan penyusunan pesan dalam bentuk persuasif.

Pesan komunikasi (message) mempunyai tujuan tertentu. Ini menentukan teknik apa yang harus diambil, apakah teknik informasi, persuasif atau intruksi. Pesan komunikasi terdiri atas isi pesan dan lambang. Isi pesan komunikasi bisa satu, tetapi lambang yang dipergunakan bisa bermacam-macam. Lambang yang bisa dipergunakan untuk menyampaikan isi komunikasi ialah bahasa, gambar, warna, gesture dan sebagainya.

Dalam kehidupan sehari-hari banyak isi pesan komunikasi yang disampaikan kepada komunikan dengan menggunakan gabungan lambang, seperti pesan komunikasi melalui surat kabar, film, atau televisi. Lambang ialah bahasa, karena hanya bahasa yang dapat mengungkapkan pikiran, perasaan, fakta dan opini, hal yang konkrit dan abstrak pengalaman yang sudah lalu dan kegiatan yang akan datang, dan lain sebagainya.

Oleh sebab itu bahasa memegang peran yang sangat penting. Tanpa penguasaan bahasa, pesan komunikasi tidak akan dapat disampaikan kepada orang lain secara tepat. Akan terjadi banyak kesalahan informasi dan kesalahan interpretasi yang disebabkan oleh bahasa.

### 3) Menetapkan Metode

Dalam menentukan metode penyampaian pesan, dapat dilihat dari dua aspek yaitu: menurut cara pelaksanaannya dan menurut isinya. Menurut cara pelaksanaannya semata-mata melihat komunikasi dengan melepaskan dari isi pesannya. Sedangkan menurut isinya yaitu melihat komunikasi dari segi bentuk pernyataan atau bentuk pesan yang dimaksud.

Oleh karena itu menurut pelaksanaannya dapat diwujudkan dalam dua bentuk yaitu: metode *redundancy*, dan metode *canalizing*. Sedangkan menurut isinya dikenal dengan metode: informatif, persuasif, edukatif, dan kursif. Pemilihan metode

harus disesuaikan dengan bentuk pesan, khalayak, fasilitas dan biaya.

Menurut Anwar Arifin mengemukakan metode yang efektif adalah sebagai berikut:

- a) *Redundancy*, merupakan cara mempengaruhi khalayak dengan cara mengulang pesan sedikit demi sedikit. Seperti yang dilakukan dalam propaganda. Metode ini dapat memungkinkan peluang mendapatkan perhatian khalayak semakin besar, pesan penting mudah diingat oleh khalayak dan memberi kesempatan bagi komunikator untuk memperbaiki kesalahan yang dilakukan sebelumnya.
- b) *Canalizing*, dilakukan dengan cara komunikator berusaha memahami dulu soal komunikasi seperti kerangka referensi dan bidang pengalaman komunikasi, kemudian menyusun pesan dan metode yang sesuai dengan hal itu. Hal ini bertujuan agar pesan dapat diterima terlebih dahulu baru kemudian dilakukan

perubahan sesuai dengan keinginan komunikator.

- c) *Informative*, mempengaruhi khalayak dengan cara memberikan penerangan yaitu memberikan sesuatu apa adanya sesuai fakta dan data maupun pendapat yang sebenarnya.
- d) *Persuasive*, mempengaruhi komunikasi dengan jalan membujuk, hal ini komunikasi memberikan sesuatu apa adanya sesuai fakta dan data maupun pendapat yang sebenarnya.
- e) *Educatif Method*, mempengaruhi khalayak dengan pesan bersifat kritis dan bila mungkin akan terpengaruh tanpa disadari.
- f) *Cursive Method*, mempengaruhi khalayak dengan pemaksaan, pesan-pesan yang disampaikan biasanya mengandung ancaman atau intimidasi.

#### 4) Pemilihan Media Komunikasi

Pemilihan media komunikasi merupakan salah satu bentuk cara mencapai sasaran komunikasi. Cara yang dilakukan adalah kita dapat

memilih salah satu media atau gabungan beberapa media, tergantung pada tujuan yang akan dicapai, pesan yang disampaikan dan teknik yang disampaikan.

Media komunikasi yang sangat banyak dan beragam tidak dapat ditegaskan pasti media mana yang paling baik dan paling tepat, karena setiap media memiliki kelebihan dan kekurangannya masing-masing.

#### 5) Peranan Komunikator Dalam Komunikasi

Dalam strategi komunikasi peranan komunikator sangatlah penting. Strategi komunikasi harus luwes sedemikian rupa sehingga komunikator sebagai pelaksana dapat segera mengadakan perubahan apabila terdapat suatu faktor yang memengaruhi suatu pengaruh yang menghambat komunikasi bisa datang sewaktu-waktu. Terlebih apabila dilangsungkan melalui media massa.

Menurut Effendy, para ahli cenderung untuk bersama-sama berpendapat bahwa dalam melancarkan komunikasi lebih baik menggunakan

pendekatan yang disebut dengan *A-A Procedure* atau *From Attention To Action Procedure* (Effendy, 2000). *A-A Procedure* ini sebenarnya penyederhanaan dari suatu proses yang disingkat AIDDA yang lengkapnya sebagai berikut:

A : Attention (Perhatian)

I : Interest (Minat)

D : Desire (Hasrat)

D : Decision (Keputusan)

A : Action (Kegiatan)

Proses tahapan komunikasi ini mengandung maksud bahwa komunikasi hendaknya dimulai dengan membangkitkan perhatian (*Attention*), sebagai awal suksesnya komunikasi. Apabila perhatian komunikasi sudah terbangkitkan, hendaknya dilanjutkan dengan menumbuhkan minat (*Intereset*), yang merupakan derajat yang lebih tinggi dari perhatian. Minat adalah kelanjutan dari perhatian yang menjadi titik tolak bagi tumbuhnya hasrat (*Desire*) untuk melakukan suatu kegiatan yang diinginkan komunikator. Hanya ada

hasrat bagi komunikan, bagi komunikator belum berarti apa-apa, sebab harus dilanjutkan dengan adanya keputusan (*Decision*), yaitu untuk melakukan tindakan (*Action*) sebagaimana diharapkan komunikator.

Ada faktor yang penting pada diri komunikator bila ia melancarkan komunikasi, yaitu:

a) Daya Tarik Sumber

Disini yaitu seorang komunikator akan berhasil dalam komunikasi, akan mampu mengubah sikap, opini, dan perilaku komunikan melalui mekanisme daya tarik jika pihak komunikan merasa komunikator ikut serta dengannya.

b) Kredibiitas Sumber

Faktor kedua yang bisa menyebabkan komunikasi berhasil ialah kepercayaan komunikan pada komunikator. Kepercayaan ini banyak bersangkutan dengan profesi atau keahlian yang dimiliki seorang komunikator. Kepercayaan tersebut apabila komunikan pada

komunikator memiliki kredibilitas. Semakin besar kredibilitas komunikator, maka ia akan semakin besar mempengaruhi komunikan.

## 2. Komisi Pemilihan Umum

### a. Definisi Komisi Pemilihan Umum

Komisi Pemilihan Umum (KPU) merupakan lembaga negara yang posisi dan kedudukannya sama dengan lembaga negara lain seperti Mahkamah Konstitusi, Komisi Yudisial, Mahkamah Agung yang secara jelas disebutkan dalam Undang-undang Dasar (UUD) 1945 hasil amandemen. Sejumlah pasal dalam UUD 1945 mencantumkan Pemilihan Umum sebagai satu mekanisme seleksi pemimpin politik dan pemerintahan, pasal 1 ayat 2 misalnya menyebutkan bahwa kedaulatan berada di tangan rakyat dan dilaksanakan menurut Undang-Undang Dasar. Sementara pasal yang secara khusus menyebut Komisi Pemilihan Umum (KPU) terletak pada Pasal 22 E ayat 5 yang menyebutkan bahwa Pemilihan umum diselenggarakan oleh suatu Komisi Pemilihan Umum yang bersifat nasional, tetap dan mandiri. Pasal ini

terkait dengan kedudukan KPU ini disetujui pada perubahan ketiga UUD 1945 dan menempatkan KPU sebagai satu lembaga negara yang bersifat nasional, tetap dan mandiri.

KPU memperoleh posisi dan kedudukan yang kuat pasca pengesahan hasil amandemen ketiga, itu artinya UU No. 3 Tahun 1999 mengenai penyelenggara Pemilu belum secara spesifik berada dalam kedudukan yang tetap dan mandiri. Keanggotaan KPU pada Pemilu 1999 sudah mengalami kemajuan bila dibandingkan dengan penyelenggara Pemilu era Orde Baru, namun komposisi keanggotaannya berasal dari wakil partai politik dan wakil pemerintah, karena itu kelembagaan penyelenggara pemilu merupakan arena kontestasi antar kekuatankekuatan politik.<sup>1</sup> Berbagai upaya untuk mendegradasi tingkat kemandirian lembaga penyelenggara pemilu selalu muncul silih berganti. Hal ini utamanya terjadi setiap kali berlangsung proses penyusunan peraturan perundang-undangan terkait Pemilu (S. Jurdi, 2019).

## b. Tugas Komisi Pemilihan Umum

Dalam pasal 12 Undang-undang Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum dijelaskan bahwa untuk melaksanakan Pemilihan Umum, KPU mempunyai tugas sebagai berikut:

- 1) Merencanakan program dan anggaran serta menetapkan jadwal.
- 2) Menyusun tata kerja KPU, KPU Provinsi, KPU Kabupaten/Kota, PPK, PPS, KPPS, PPLN, dan KPPSLN.
- 3) Menyusun Peraturan KPU untuk setiap tahapan pemilu. mengkoordinasikan, menyelenggarakan, mengendalikan, dan memantau semua tahapan pemilu.
- 4) Menerima daftar pemilih dari KPU provinsi.
- 5) Memutakhirkan data pemilih berdasarkan data pemilu terakhir dengan memperhatikan data kependudukan yang disiapkan dan diserahkan oleh pemerintah dan menetapkannya sebagai daftar pemilih.

- 6) Membuat berita acara dan sertifikat rekapitulasi hasil penghitungan suara serta wajib menyerahkannya kepada saksi Peserta pemilu dan Bawaslu.
- 7) Mengumumkan calon anggota DPR, calon anggota DPD, dan Pasangan Calon terpilih serta membuat berita acaranya.
- 8) Menindaklanjuti dengan segera putusan Bawaslu atas temuan dan laporan adanya dugaan pelanggaran atau sengketa Pemilu.
- 9) Menyosialisasikan penyelenggaraan Pemilu dan/atau yang berkaitan dengan tugas dan wewenang KPU kepada masyarakat.
- 10) Melakukan evaluasi dan membuat laporan setiap tahapan Penyelenggaraan Pemilu.
- 11) Melaksanakan tugas lain dalam penyelenggaraan pemilu sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

### 3. Sosialisasi

#### a. Definisi Sosialisasi

Berikut definisi sosialisasi menurut para ahli:

- 1) Menurut James W Vander Zanden, sosialisasi adalah suatu proses interaksi social dimana orang memperoleh pengetahuan, nilai, sikap serta perilaku esensial untuk berpartisipasi secara efektif dalam masyarakat (Damsar, 2011).
- 2) Menurut Maclever sosialisasi adalah proses mempelajari norma, nilai, peran, dan semua persyaratan lainnya yang diperlukan untuk memungkinkan berpartisipasi yang efektif dalam kehidupan social, adapun manfaat adanya sosialisasi dalam masyarakat terbagi menjadi dua tahap, bagi individu sosialisasi berfungsi sebagai pedoman dalam belajar mengenal dan menyesuaikan diri dengan lingkungan masyarakat. Bagi masyarakat, sosialisasi berfungsi sebagai alat untuk melestarikan, penyebaran, dan mewariskan nilai, norma, serta kepercayaan yang ada pada masyarakat.
- 3) Sedangkan menurut Charlotte Buhler, sosialisasi adalah suatu proses yang membantu anggota masyarakat untuk belajar dan menyesuaikan diri

terhadap bagaimana cara hidup dan bagaimana cara berpikir kelompoknya, agar ia dapat berperan dan berfungsi dalam kelompok tersebut. Sosialisasi termasuk dalam proses dasar di dalam sistem social.

- 4) Menurut Peter L, Berger, sosialisasi adalah proses belajar seorang anak untuk menjadi anggota yang dapat berpartisipasi di dalam masyarakat.
- 5) Menurut David Gaslin, Sosialisasi adlah proses belajar yang dialami seseorang untuk memperoleh pengetahuan tentang nilai dan norma-norma agar ia dapat berpartisipasi sebagai anggota kelompok masyarakat (Maryati, 2001).

Sosialisasi sangat erat hubungannya dengan proses komunikasi. Dalam menginternalisasi sebuah informasi, nilai dan pemahaman kepada diri sendiri diperlukan transfer informasi dari sumber informasi kepada target sarannya. Dalam penyampaian aktivitas tersebut biasanya menggunakan media. Adapun media yang digunakan bisa berupa keluarga, kelompok bermain, sekolah, lingkungan kerja dan media massa (Bagong, 2005).

Sosialisasi dilakukan setiap hari oleh masyarakat dalam melakukan sosialisasi melalui proses komunikasi yang begitu intens. Sosialisasi adalah proses dimana individu menerima kemudian menginternalisasikan atau menghayati banyak nilai social, kepercayaan, pola-pola perilaku dari kebudayaan mereka. Sosialisasi merupakan suatu hal yang mendasar bagi perkembangan manusia. Dengan berinteraksi dengan orang lain, seorang individu beelajar bagaimana berpikir, mempertimbangkan dengan nalar, dan berperasaan. Hasil akhirnya ialah membentuk perilaku kita, termasuk pikiran dan emosi kita sesuai dengan budaya yang berlaku (Henselin, 2007).

Dalam arti luas sosialisasi adalah suatu proses interaksi dan pembelajaran yang dilakukan seseorang sejak ia lahir hingga akhir hayatnya di dalam suatu budaya masyarakat. Melalui sosialisasi maka seseorang dapat memahami dan menjalankan hak dan kewajibannya berdasarkan peran status masing-masing sesuai budaya masyarakat.

## b. Proses Sosialisasi

Berdasarkan pemikiran Mead dan Cooley, sosialisasi merupakan proses belajar yang dilakukan untuk mengetahui pola dan cara hidup yang disesuaikan dengan nilai, norma, dan kebiasaan masyarakat yang ada di suatu wilayah. Berikut pemikiran George Herbert Mead tentang proses sosialisasi (Maryati, 2001):

### 1) Tahap Persiapan (*Preparatory Stage*)

Tahap ini dialami sejak manusia dilahirkan, saat seorang anak mempersiapkan diri untuk mengenal dunia sosialnya, termasuk untuk memperoleh pemahaman tentang diri. Pada tahap ini juga anak-anak mulai melakukan kegiatan meniru meski tidak sempurna.

### 2) Tahap Meniru (*Play Stage*)

Tahap ini ditandai dengan semakin sempurnanya seorang anak menirukan peran-peran yang dilakukan oleh orang dewasa. Dengan kata lain, kemampuan untuk menempatkan diri pada posisi orang lain juga mulai terbentuk pada tahap

ini. Kesadaran bahwa dunia social manusia berisikan banyak orang telah mulai terbentuk. Sebagian dari orang tersebut merupakan orang-orang yang dianggap penting bagi pembentukan dan bertahannya diri, yakni dari mana anak menyerap norma dn nilai. Bagi seorang ana, orang-orang ini disebut orang-orang yang amat berarti (*Significant other*).

### 3) Tahap Siap Bertindak (*Game Stage*)

Peniruan yang dilakukan mulai berkurang dan digantikan oleh peran yang secara langsung dimainkan sendiri dengan penuh kesadaran. Kemampuannya menempatkan diri pada posisi orang lain pun meningkat sehingga memungkinkan adanya kemampuan bermain bersama-sama. Dia mulai menyadari adanya tuntunan untuk membela keluarga dan bekerja sama dengan teman-temannya. Peraturan-peraturan yang berlaku di luar keluarganya secara bertahap juga mulai dipahami. Bersamaan dengan itu, anak mulai menyadari

bahwa ada norma tertentu yang berlaku diluar keluarganya.

4) Tahap Penerimaan Norma Kolektif (*Generalized Stage/ Generalized Other*)

Pada tahap ini seseorang telah dianggap dewasa. Dia sudah dapat menempatkan dirinya pada posisi masyarakat secara luas. Dengan kata lain, ia dapat bertenggang rasa tidak hanya dengan orang-orang yang berinteraksi dengannya tapi juga dengan masyarakat luas.

c. Macam-Macam Sosialisasi

1) Sosialisasi Primer

Sosialisasi primer adalah proses sosialisasi yang paling awal dari seorang individu sebelum masuk ke dalam bagian masyarakat. Jenis sosialisasi ini terjadi di dalam lingkungan keluarga dimana proses interaksinya terjadi melalui agen sosialisasi keluarga. Ada dua macam keluarga sebagai agen sosialisasi, yaitu keluarga inti terdiri dari ayah, ibu, adik, dan kakak, dan keluarga besar yang terdiri dari keluarga inti yaitu kakek, nenek,

paman, dan bibi. Di dalam keluarga seorang individu akan bersosialisasi terhadap individu lainnya dengan diawali oleh sikap-sikap saling menghormati, tolong-menolong, toleransi, jujur, dan juga kasih sayang.

Dalam sosialisasi primer ini seorang individu sedang menjalani sebuah tahapan sosialisasi yang disebut dengan *preparatory stage* atau tahap persiapan. Tahap ini disebut dengan tahap awal sosialisasi karena dimulai sejak seseorang individu lahir ke dunia ini. Oleh karena itu, di dalam jenis sosialisasi ini keluarga sangatlah penting terhadap tumbuh dan kembang perilaku seorang individu.

## 2) Sosialisasi Sekunder

Sosialisasi sekunder, merupakan bentuk sosialisasi yang bertujuan memperkenalkan individu kepada lingkungan di luar keluarga. Seperti lingkungan kerja, media massa, sekolah, lingkungan bermain, dan sebagainya (Maryati, 2001).

#### 4. Politik Uang

##### a. Definisi Politik Uang

Politik uang atau *money politik* merupakan salah satu pelanggaran sebelum terjadinya pemilu yang berupa sogokan agar kandidat bersangkutan dipilih, sebagaimana yang dikemukakan oleh Setyawan dan Adiwijaya sogokan tersebut diantaranya dapat berupa uang, sembako, biaya transportasi dan masih banyak lagi (Setyawan, 2013), sedangkan menurut Supriansyah istilah *money politik* ialah menggunakan uang untuk mempengaruhi keputusan tertentu, dalam hal ini uang dijadikan alat untuk mempengaruhi seseorang dalam menentukan keputusan (Indasari, 2020).

Politik uang adalah uang yang ditujukan untuk maksud-maksud tertentu atau untuk mempengaruhi suatu keputusan tertentu. Seperti halnya untuk sebuah kepentingan politik (Zaman, 2016). Dalam hal ini uang dijadikan sebagai alat untuk mempengaruhi seseorang dalam mengambil sebuah keputusan dengan adanya politik uang ini, maka urusan seseorang tidak lagi

dihasilkan berdasarkan idealitas mengenai baik tidaknya keputusan tersebut, melainkan semata-mata didasarkan pada kehendak si pemberi uang, karena yang bersangkutan sudah merasa diuntungkan.

Dalam pengertian lain politik uang juga dapat diartikan sebagai upaya untuk mempengaruhi orang lain menggunakan imbalan materi atau dapat juga diartikan sebagai jual beli suara pada proses politik dan kekuasaan dan membagi-bagikan uang baik pribadi ataupun milik partai untuk mempengaruhi suara pemilih.

Politik uang yang dilaksanakan dalam pemilu juga merupakan upaya untuk mempengaruhi putusan para pemilih agar menentukan pilihannya pada kontestan tertentu dengan memberikan sesuatu dalam bentuk janji, imbalan atau pemberian materi agar orang yang bersangkutan dalam pemilu untuk beberapa hal agar menggunakan hak pilihnya. Memilih peserta pemilu tertentu dengan cara tertentu, memilih parpol peserta pemilu tertentu dan atau memilih

pasangan calon tertentu. Melaksanakan hak pilihnya dengan cara tertentu sehingga surat suaranya tidak sah.

Politik uang juga dapat terjadi ketika seorang kandidat membeli dukungan partai politik tertentu atau membeli suara dari pemilih untuk memilihnya dengan iming-iming imbalan materi. Bentuknya dapat berupa uang, namun bisa juga berupa bantuan sarana-sarana fisik pendukung kampanye pasangan tertentu. Pengertian ini menggambarkan politik uang dan kekuasaan serta tindakan mebagi-bagikan uang untuk mempengaruhi suara pemilih.

Beberapa hal penyebab adanya politik uang antara lain disebabkan oleh beberapa faktor, yaitu: *Pertama*, karena persaingan yang cukup ketat antara peserta Pilkada. Mereka yang seharusnya saling mengawasi agar tidak terjadi pelanggaran, justru saling berlomba untuk melakukan politik uang. *Kedua*, minimnya jumlah dan kemampuan pengawas local maupun pengawas asing. Tidak seperti Pemilu Legislatif maupun Pemilu Presiden yang dipersiapkan sejak jauh hari, pengawas dalam Pilkada dibentuk

terlambat dan tidak dibekali kemampuan yang cukup untuk melakukan pengawasan. Sementara jumlah pengawas asing juga sudah jauh berkurang bahkan untuk Pemilu Pilkada malah tidak ada. *Ketiga*, kurangnya partisipasi media local untuk mengungkap kasus ini dan kebanyakan takut disebut partisan karena menyorot peserta Pilkada tertentu (Sugiharto, 2021).

Politik uang tergolong kedalam modus korupsi pemilu. Terdapat empat model korupsi pemilu yang berhubungan dengan politik uang. Yaitu beli suara (*vote buying*), beli kandidat (*candidacy buying*), manipulasi pendanaan kampanye dan manipulasi administrasi dan perolehan suara (*administrative electoral corruption*).

#### b. Sumber Hukum Politik Uang Dalam Pemilu

Sumber hukum larangan terhadap tindakan politik uang tertuang dalam undang-undang tentang pemilu pasal politik uang Undang-undang No. 7 tahun 2017 (Justicia, 2017).

- 1) Pasal 523 ayat (1) berbunyi: setiap pelaksana, peserta, dan/atau tim Kampanye Pemilu yang

dengan sengaja menjanjikan atau memberikan uang atau materi lainnya sebagai imbalan kepada peserta Kampanye Pemilu secara langsung ataupun tidak langsung sebagaimana dimaksud dalam Pasal 280 ayat (1) huruf j dipidana dengan pidana penjara paling lama 2 (dua) tahun dan denda paling banyak Rp 24.000.000,00 (dua puluh empat juta rupiah).

- 2) Pasal 523 ayat (2) berbunyi: Setiap pelaksana, peserta, dan/atau tim Kampanye Pemilu yang dengan sengaja pada masa tenang menjanjikan atau memberikan imbalan uang atau materi lainnya kepada Pemilih secara langsung ataupun tidak langsung sebagaimana dimaksud dalam Pasal 278 ayat (2) dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan denda paling banyak Rp 48.000.000,00 (empat puluh delapan juta rupiah).
- 3) Pasal 523 ayat (3) berbunyi: Setiap orang yang dengan sengaja pada hari pemungutan suara menjanjikan atau memberikan uang atau materi lainnya kepada Pemilih untuk tidak menggunakan hak pilihnya atau memilih Peserta Pemilu tertentu

dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan denda paling banyak Rp36.000.000,00 (tiga puluh enam juta rupiah).

c. Politik Uang Dalam Perspektif Islam

Praktek politik uang dalam pandangan Islam dapat dikategorikan sebagai *risywah*. Larangan terhadap suap menyuap ini telah diturunkan semenjak awal kenabian Muhammad SAW. Larangan mengenai tidak diperbolehkannya suap sendiri diturunkan Allah SWT bersamaan dengan larangan penyembahan terhadap berhala. Hal ini menunjukkan bahwa pelarangan suap datang terlebih dahulu dibandingkan dengan perintah shalat.

Dari hal tersebut dapat dipastikan bahwa perbuatan melakukan suap harus di jauhi karena dapat menyebabkan ketidakadilan. Maka dapat dikatakan bahwa perbuatan melakukan politik uang yang diqiyaskan dengan suap-menyuap adalah haram, adapun firman Allah dalam QS. Al-Baqarah/ 2 : 188 yang menjelaskan terkait dengan larangan suap yaitu:

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتُدْلُوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ لِتَأْكُلُوا فَرِيقًا مِّنْ  
أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ ۝

Terjemahnya:

Janganlah kamu makan harta di antara kamu dengan jalan yang bathil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada para hakim dengan maksud agar kamu dapat memakan sebagian harta orang lain itu dengan jalan dosa, padahal kamu mengetahui.

Dalam firman Allah SWT QS. Al-Baqarah ayat 188, Allah SWT melarang manusia untuk memakan harta sesamanya dengan jalan yang bathil. Yaitu memperoleh harta dari umat manusia yang lain dengan cara melawan hukum Allah SWT. Dan mencoba menyiasati melalui upaya tertentu seperti halnya melakukan praktik suap-menyuap. Padahal manusia tahu bahwa perbuatan tersebut merupakan perbuatan yang dilarang dan mengindisasikan kecurangan.

Imam Al-Qurtbi mengatakan “makna dari ayat ini adalah bahwa barang siapa yang mengambil harta milik orang lain bukan dengan cara yang dibenarkan oleh syariat, maka sesungguhnya ia telah memakan harta tersebut dengan cara bathil. Di antara bentuk cara

yang bathil adalah putusan hakim yang memenangkan kamu sementara kamu tahu bahwa sebenarnya kamu salah. Sesuatu yang haram tidaklah menjadi halal dengan putusan hakim” (Qurtuby, 2005)

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا وَمَنْ يَفْعَلْ ذَلِكَ غَدُوًّا وظَلْمًا فَسَوْفَ نُصَلِّيهِ نَارًا وَكَانَ ذَلِكَ عَلَى اللَّهِ يَسِيرًا إِنَّ تَجْتَنِبُوا كِبَابِرَ مَا تُنْهَوْنَ عَنْهُ تُكَفِّرْ عَنْكُمْ سَيِّئَاتِكُمْ وَنُدْخِلْكُمْ مُدْخَلًا كَرِيمًا

Terjemahnya:

29. Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu. 30. Siapa yang berbuat demikian dengan cara melanggar aturan dan berbuat zalim kelak Kami masukkan dia ke dalam neraka. Yang demikian itu adalah mudah bagi Allah. 31. Jika kamu menjauhi dosa-dosa besar di antara dosa-dosa yang dilarang (mengerjakan)-nya, niscaya Kami menghapus kesalahan-kesalahanmu dan Kami memasukkanmu ke tempat yang mulia (surga).

Dalam QS. An-Nisa/ 4 : 29 menyampaikan larangan memakan harta sesama secara bathil, selain itu juga sekaligus menunjukkan jalan keluar perilaku

alternative dalam melakukan hukum perjanjian maupun perikatan yang dibenarkan mengenai harta sesama.

Isi kandungan dalam Q.S An-Nisa/ 4 : 30 memastikan ancaman bagi orang yang tetap memakan hasil suap-menyuap setelah mengetahui Allah melarang untuk memakannya, yakni kelak akan dimasukkan kedalam neraka karena mereka telah dinilai Allah SWT telah berbuat zhalim menentang larangannya.

Dalam Q.S An-Nisa/ 4 : 31 mengandung isi pemberian harapan surge bagi mereka yang menghindari dosa besar. Yaitu Allah SWT akan menghentikan keburukan-keburukan dan akan memasukkannya kelak kedalam surganya yang terpuji dan mulia.

Dari keempat ayat diatas Q.S Al-Baqarah/ 2 : 188 melarang tentang memakan dan menggunakan hasil dari suap, Q.S An-Nisa/ 4 : 29 melarang dan juga menunjukkan jalan keluar dari praktik suap dan juga politik uang QS. An-Nisa/ 4 : 30 menyampaikan

ancaman neraka terhadap siapa saja yang membangkang akan larangannya dengan tetap memakan dari hasil suap atau politik uang. Q.S An Nisa/ 4 : 31 menjanjikan gambaran surga terhadap mereka yang menghindarinya.

Hal ini mengindikasikan bahwa penetapan hukum dalam hal memakai, memakan, dan menggunakan hasil suap tampak berproses secara tertib dan bertahan serta saling menguatkan. *Pertama:* memberikan larangan, *kedua:* mempertegas larangan sekaligus menunjukkan jalan keluar yang tidak saling mengecewakan. *Ketiga:* menyampaikan ancaman bagi mereka yang membangkang dan tetap melakukan kegiatan politik uang, *keempat:* menjanjikan ganjaran surga bagi mereka yang peduli akan perintah dan larangannya.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa politik uang adalah sama dengan suap-menyuap yang hukumnya adalah baik bagi pemberi maupun penerima adalah larangan atau haram. Dengan

demikian memakai, memakan, dan menggunakan harta hasil politik uang juga hukumnya haram.

## 5. Pemilihan Umum

### a. Definisi Pemilu

Pemilu merupakan satu usaha untuk memengaruhi rakyat secara *persuasif* (tidak memaksa) dengan melakukan kegiatan retorika, *public relation*, komunikasi massa, *lobby*, dan lain-lain. Adapun pengertian pemilu menurut para ahli diantaranya (Jurdi, 2018).

- 1) G. J. Wolhoff membuat definisi tentang pemilu dengan memulai dari konsep demokrasi. Demokrasi berarti pemeritahan rakyat. Pemerintahan rakyat untuk rakyat dan oleh rakyat seluruhnya. Karenanya, sistem pemerintahan yang demokratis harus diatur sedemikian rupa sehingga rakyat seluruhnya turut serta dalam pemerintahan secara langsung atau tidak langsung. Jadi pemilu adalah mekanisme dalam demokrasi tidak langsung untuk memilih wakil rakyat yang akan menjalankan pemirintahan, di mana para wakil rakyat tersebut

menjalankan amanat pemerintahan berdasarkan mandate dari rakyat, oleh karena itu tidak memungkinkan seluruh rakyat terlibat secara langsung dalam pemerintahan.

- 2) Ramlan Surbakti mendefinisikan pemilu sebagai;  
*pertama*, mekanisme pendelegasian sebagai kedaulatan dari rakyat kepada peserta pemilu dan atau calon anggota DPR, DPD, DPRD, Presiden/Wakil Presiden, dan Kepala Daerah/Wakil Kepala Daerah untuk membuat dan melaksanakan keputusan politik sesuai dengan kehendak rakyat;  
*kedua*, mekanisme perubahan politik mengenai pola dan arah kebijakan publik, dan atau mengenai sirkulasi elite, secara periodik dan tertib; *ketiga*, mekanisme pemindahan berbagai macam perbedaan dan pertentangan kepentingan dari masyarakat ke dalam lembaga legislative dan eksekutif untuk dibahas dan diputuskan secara terbuka dan beradab.
- 3) Robert Dahl mendefinisikan pemilu adalah prosedur praktik politik untuk mewujudkan kedaulatan rakyat yang memungkinkan

terbentuknya sebuah pemerintahan perwakilan (*representative government*). Pemilu sebagai prosedur demokrasi (atau juga disebut pemilu sebagai pesta demokrasi) adalah untuk membentuk sistem kekuasaan Negara yang berkedaulatan rakyat dan permusyawaratan perwakilan yang digariskan oleh konstitusi atau Undang-Undang Dasar NRI.

- 4) Indra Pahlevi dalam memahami tentang kepemiluan, mengatakan bahwa terdapat dua pemahaman mendasar terkait dengan kepemiluan, yaitu *electoral process* dan *electoral laws*.
- 5) Michael Rush dan Althoff Phillip mendefinisikan pemilu sebagai salah satu sarana dalam pelaksanaan kedaulatan rakyat. Pemilu sebagai mekanisme penyeleksian dan pendelegasian kedaulatan kepada orang partai yang dipercaya. Orang atau partai yang dipercayai tersebut kemudian menguasai pemerintahan sehingga melalui pemilu diharapkan dapat menciptakan pemerintahan yang representatif.

Dari berbagai definisi pemilu menurut para ahli konstruksi UU dari pemilu ke pemilu berpendapat bahwa pemilu yaitu sarana kedaulatan rakyat. Definisi yang sama juga terungkap dari sejumlah ahli dalam bidang politik mendefinisikan pemilu sebagai sarana pelaksanaan kedaulatan rakyat, melalui pemilu akan terbentuk pemerintahan yang memperoleh legitimasi rakyat.

b. Fungsi Pemilu

- 1) Pemilu sebagai sarana legitimasi politik. Fungsi ini sebagai kebutuhan pemerintah dan sistem politik yang mewadahi format pemilu yang berlaku. Melalui pemilu, keabsahan pemerintahan yang berkuasa dapat ditegakkan, begitu pula program dan kebijakan yang dihasilkannya.
- 2) Fungsi perwakilan politik. Fungsi ini menempatkan pemilu sebagai mekanisme demokratis bagi rakyat untuk menentukan wakil-wakil yang dapat dipercaya yang akan duduk dalam pemerintahan maupun lembaga legislatif.

- 3) Pemilu sebagai mekanisme bagi pergantian atau sirkulasi elite penguasa. Melalui pemilu, elite yang berasal dan mewakili rakyat bertugas untuk mewakili kepentingan masyarakat luas.
- 4) Pemilu sebagai sarana pendidikan bagi rakyat. Pemilu merupakan salah satu bentuk pendidikan politik bagi rakyat yang bersifat langsung, terbuka, dan massal, yang diharapkan bisa mencerdaskan pemahaman politik dan meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai demokrasi (S. Jurdi, 2020).

## **B. Hasil Penelitian Yang Relevan**

Berdasarkan hasil penelusuran penulis terkait dengan karya tulis atau skripsi yang ada di internet, di bawah ini terdapat beberapa kajian yang telah diteliti oleh orang lain yang relevan dengan judul penelitian penulis diantaranya:

1. Skripsi yang ditulis oleh Nur Antika Agustin yang berjudul “*Strategi Komunikasi Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kabupaten Bantul Dalam Mengurangi Angka Golput*”. Skripsi ini meneliti tentang bagaimana strategi komunikasi KPU Kabupaten Bantul dalam mengurangi angka golput, jenis penelitian yang digunakan yaitu

deskriptif yang termasuk metode penelitian kualitatif sedangkan skripsi penulis menggunakan jenis penelitian naturalistik dengan pendekatan penelitian kualitatif. Persamaan skripsi ini dengan skripsi penulis yaitu sama-sama meneliti tentang strategi komunikasi. Adapun subjek dari skripsi Nur Atika Agustin yaitu 5 komisioner Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Bantul dan objeknya yaitu strategi komunikasi dalam mengurangi angka golput pada pilkada tahun 2015 sedangkan skripsi penulis subjek penelitiannya yaitu komisi pemilihan umum Kabupaten Sinjai dan objek yang digunakan yaitu strategi komunikasi Komisi Pemilihan Umum dalam sosialisasi larangan politik uang pada pemilihan umum tahun 2019. Dalam proses pengumpulan data yang digunakan oleh skripsi sama dengan proses pengumpulan data oleh skripsi penulis yaitu metode wawancara dan dokumentasi. Sedangkan dalam analisis data berbeda, skripsi Nur Atika Agustina menggunakan tiga komponen yaitu reduksi data, penyajian data dan pengujian kesimpulan sedangkan penulis menggunakan 4 teknik yaitu collection data, reduksi data, penyajian data dan

kesimpulan atau verifikasi. Perbedaan selanjutnya yaitu terletak pada keabsahan data, skripsi hanya menggunakan triangulasi sumber saja dimana peneliti membandingkan hasil wawancara terhadap informan dan pihak lain atas masalah yang sedang diteliti sedangkan skripsi penulis menggunakan triangulasi sumber, triangulasi teknik dan triangulasi waktu.

2. Skripsi yang ditulis oleh Aprilia Lianjani dengan judul *Strategi Komunikasi Pemerintah Kota Tangerang Selatan Dalam Mensosialisasikan Program Smart City*. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Tangerang Selatan dalam mensosialisasikan Program smart city. Penelitian ini dilakukan di Kantor Komunikasi dan Informasi Pemerintah Kota Tangerang Selatan Jalan Raya Maruga No. 1, Serua, Ciputat, Kota Tangerang Selatan, Banten 15414. Adapun waktu penelitiannya dilakukan sejak surat ijin penelitian di turunkan pada tanggal 25 Januari 2018. Teori yang digunakan dalam penelitian ini mengacu pada teori Hafied Cangara. Bahwa strategi komunikasi meliputi lima tahap yaitu: penelitian,

perencanaan, pelaksanaan, evaluasi dan pelaporan. Onong Uchjana Effendy mengatakan bahwa strategi komunikasi merupakan paduan dari perencanaan komunikasi dengan manajemen komunikasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Dalam ilmu manajemen, strategi terdiri dari tiga tahap, yaitu: perumusan, implementasi, dan evaluasi (Lianjani, 2018). Permasalahan yang akan diteliti di skripsi ini tentang bagaimana strategi komunikasi Pemerintahan Kota Tangerang Selatan dalam mensosialisasikan program smart city, persamaan dengan skripsi penulis yaitu sama-sama meneliti strategi komunikasi dan sama-sama menggunakan teori komunikasi. Sedangkan perbedaannya adalah skripsi Aprilia Lianjani fokus meneliti strategi komunikasi Pemerintahan Kota Tangerang Selatan dalam mensosialisasikan program smart city, sedangkan penulis meneliti strategi komunikasi Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Sinjai dalam sosialisasi larangan politik uang pada pemilihan umum tahun 2019. Kemudian penelitian yang digunakan pun sama yaitu penelitian kualitatif tetapi jenis penelitian

yang digunakan berbeda, penulis menggunakan penelitian naturalistik. Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh skripsi Aprilia menggunakan dua teknik yaitu observasi dan wawancara berbeda dengan penulis menggunakan teknik pengumpulan data yaitu wawancara dan dokumentasi.

3. Skripsi yang ditulis oleh Misna Muzdalifa dengan judul *Strategi Komunikasi Komisi Pemilihan Umum (KPU) Untuk Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Dalam Menggunakan Hak Pilih Pada Pemilihan Umum 2019 Di Kabupaten Nganjuk*. Penelitian ini untuk mengetahui Strategi Komunikasi Komisi Pemilihan Umum (KPU), faktor-faktor yang mempengaruhi partisipasi masyarakat dan hambatan dalam meningkatkan partisipasi masyarakat. Peneliti menggunakan pendekatan penelitian kualitatif, dengan prosedur pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan adalah teknik analisis data model Miles dan Huberman dilakukan dengan interaktif juga berlangsung terus menerus meliputi: reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan dan verifikasi.

Penelitian ini dilaksanakan di Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Nganjuk, yang beralamat di Jl. Widas, Begadung, Kecamatan Nganjuk, Kabupaten Nganjuk, Jawa Timur. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Januari s/d Februari 2022 (Muzdalifa, 2022). Adapun persamaan dengan penelitian penulis yaitu sama-sama meneliti strategi komunikasi dan sama-sama menggunakan teori strategi komunikasi. Kemudian dari pendekatan penelitian yang digunakan yaitu sama-sama menggunakan penelitian kualitatif tetapi berbeda dengan jenis penelitiannya. Kemudian pengumpulan data yang digunakan berbeda dalam skripsi yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sedangkan penulis hanya menggunakan dua teknik pengumpulan data yaitu wawancara dan dokumentasi.

4. Skripsi yang ditulis oleh Hasbi Mangku Alam dengan judul *Strategi Komunikasi Komisi Pemilihan Umum Kota Palembang Dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Pada Pemilihan Umum Presiden Tahun 2019*. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana upaya Komisi Pemilihan Umum Kota Palembang dalam

meningkatkan partisipasi pemilih pada Pemilu Presiden tahun 2019 dan Untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat Komisi Pemilihan Umum Kota Palembang dalam meningkatkan partisipasi pemilih pada Pemilu Presiden tahun 2019. Jenis penelitian yang digunakan yaitu kualitatif. Persamaan dengan skripsi penulis yaitu sama-sama meneliti strategi komunikasi dan penelitian yang digunakan sama yaitu kualitatif. Sedangkan perbedaannya adalah skripsi ini fokus meneliti Strategi Komunikasi Komisi Pemilihan Umum Kota Palembang Dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Pada Pemilihan Umum Presiden Tahun 2019 sedangkan peneliti meneliti strategi komunikasi Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Sinjai dalam sosialisasi larangan politik uang pada pemilihan umum tahun 2019. Dan jenis penelitian yang digunakan penulis adalah naturalistik.

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Jenis dan Pendekatan Penelitian**

##### **1. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan adalah naturalistik. Menurut Mulyana, penelitian naturalistik mengasumsikan bahwa perilaku dan makna yang dianut sekelompok manusia hanya dapat dipahami melalui analisis atas lingkungan alamiah (*natural setting*) mereka. Oleh karena itu, situasi yang alamiah, bukan situasi buatan seperti eksperimen atau wawancara formal yang harus menjadi sumber data, namun realitas eksis di dunia empiris dalam arti dialami dan bukan pada metode yang digunakan untuk menelaah dunia tersebut. Realitas harus ditemukan dengan memeriksa dunia tersebut dan metode hanya sekedar instrumen yang dirancang untuk mengidentifikasi dan menganalisis karakter dunia empiris. Dengan demikian, nilai suatu metode diukur dengan kriteria apakah ia sesuai untuk mengukur karakter dunia empiris tersebut. Posisi peneliti mirip dengan apa yang dikatakan Schutz, yaitu “orang asing” (*stranger*). Asumsi ini tidak berarti bahwa peneliti sekedar

mengamati dari jauh, tidak mengganggu pihak yang diamati, namun teknik-teknik lain seperti wawancara dengan informan, pemetaan lokasi dan analisis artefak/dokumentasi juga dilakukan. Peneliti naturalistik sering mengkombinasikan teknik-teknik berlainan untuk meminimalkan keterbatasan setiap teknik (Mulyana, 2010)

Tujuan penelitian naturalistik adalah untuk mengetahui aktualisasi, realitas sosial dan persepsi manusia melalui pengakuan mereka yang mungkin tidak dapat diungkap melalui penonjolan pengukuran formal atau pertanyaan penelitian yang telah dipersiapkan terlebih dahulu. Para peneliti naturalistik meyakini bahwa untuk memahami gejala sosial yang paling tepat adalah apabila mereka mampu memperoleh fakta pendukung yang sumbernya berasal dari persepsi dan ungkapan dari para pelaku itu sendiri.

## 2. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif adalah suatu proses penelitian dan pemahaman yang berdasarkan pada metodologi yang menyelidiki suatu sosial dan masalah manusia. Pada

pendekatan ini, peneliti ditekankan untuk bersifat realitas dan menciptakan hubungan secara sosial antara peneliti dengan subjek yang diteliti (Noor, 2017).

Menurut Kirk dan Miller, penelitian kualitatif adalah tradisi tertentu dalam ilmu sosial yang secara fundamental bergantung dari pengamatan pada manusia baik dalam kawasannya maupun dalam peristilahannya. Subjek penelitian kualitatif adalah manusia baik secara konseptual maupun keberadaannya dalam suatu konteks. Davod Williams mengemukakan definisi penelitian kualitatif sebagai pengumpulan data pada suatu latar alamiah, dengan menggunakan metode alamiah, dan dilakukan oleh peneliti yang tertarik secara alamiah. David Williams terhadap penelitian kualitatif terletak pada karakter alamiahnya, baik dalam teknik pengumpulan data, metode, serta proses penelitian yang dilakukan peneliti (Widiawati, 2020).

Penelitian kualitatif lebih melihat pada kualitas objek penelitian misalnya, nilai, makna, emosi manusia, penghayatan keberagaman, keindahan karya seni, nilai sejarah dan lain-lain (Abdussamad, 2021).

Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif

karena peneliti ingin mengetahui secara rinci dan mendalam tentang bagaimana strategi komunikasi Komisi Pemilihan Umum kabupaten Sinjai dalam sosialisasi larangan politik uang pada pemilihan umum tahun 2019.

## **B. Definisi Oprasional**

Berdasarkan kajian teori yang telah diuraikan dalam proposal penelitian yang berjudul “Strategi Komunikasi Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Sinjai Dalam Sosialisasi Larangan Politik Uang Pada Pemilihan Umum Tahun 2019”.

Berdasarkan pada definisi operasional diatas, maka penulis dapat menyimpulkan yaitu:

1. Strategi Komunikasi Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Sinjai dalam Sosialisasi Larangan Politik Uang Pada Pemilihan Umum Tahun 2019 yaitu (1) mengenal khalayak, (2) menyusun pesan, (3) menentukan metode, (4) pemilihan penggunaan media, dan (5) peranan komunikator.
2. Faktor pendukung Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Sinjai dalam Sosialisasi Larangan Politik Uang Pada Pemilihan Umum Tahun 2019 yaitu adanya Undang-

undang yang mengatur dan Peraturan Komisi Pemilihan Umum (PKPU), sumber daya manusia (SDM) yang dimiliki KPU Kabupaten Sinjai dalam melakukan sosialisasi, partisipasi masyarakat yang sangat mendukung dalam kegiatan sosialisasi, serta konten atau materi sosialisasi yang sudah disiapkan oleh Komisi Pemilihan Umum Republik Indonesia sedangkan, faktor penghambatnya yaitu kurangnya anggaran dalam melakukan sosialisasi dan kurangnya kesadaran masyarakat dalam menghindari politik uang.

### **C. Tempat dan Waktu Penelitian**

#### 1. Tempat Penelitian

Tempat untuk penelitian ini dilakukan di Kantor Pemilihan Umum Kabupaten Sinjai jalan Bhayangkara No. 11, Bongki, Kecamatan Sinjai Utara, Kabupaten Sinjai, Sulawesi Selatan 92615.

#### 2. Waktu Penelitian

Untuk waktu yang akan digunakan peneliti dalam penelitian ini yaitu selama dua bulan terhitung dari bulan Juni sampai Juli 2023.

### **D. Subjek dan Objek Penelitian**

#### 1. Subjek Penelitian

Berdasarkan judul yang akan diteliti, yang menjadi subjek penelitian di dalam penelitian ini adalah Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Sinjai.

## 2. Objek Penelitian

Berdasarkan judul yang akan diteliti, maka yang menjadi objek penelitian adalah Strategi Komunikasi Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Sinjai Dalam Sosialisasi Larangan Politik Uang Pada Pemilihan Umum Tahun 2019.

## E. Teknik Pengumpulan Data

Pada pelaksanaan penelitian, peneliti akan terlibat langsung dalam proses mengumpulkan data, mengolah data, serta menarik kesimpulan dari data yang diperoleh. Adapun teknik pengumpulan data pada penelitian ini yaitu:

### 1. Wawancara (*Interview*)

Wawancara merupakan salah satu teknik yang dapat digunakan untuk mengumpulkan data penelitian. Secara sederhana, dapat dikatakan bahwa wawancara (*interview*) adalah suatu kejadian atau suatu proses interaksi antara pewawancara (*interviewer*) dan sumber informasi atau orang yang diwawancarai (*interviewee*) melalui komunikasi langsung. Dapat pula dikatakan

bahwa wawancara merupakan percakapan tatap muka (*face to face*) antara pewawancara dengan sumber informasi, di mana pewawancara bertanya langsung tentang sesuatu objek yang diteliti dan telah dirancang sebelumnya (Yusuf, 2017).

Metode wawancara yang digunakan dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Strategi Komunikasi Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Sinjai Dalam Sosialisasi Larangan Politik Uang Pada Pemilihan Umum Tahun 2019, serta apa saja faktor pendukung dan penghambat Strategi Komunikasi Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Sinjai Dalam sosialisasi Larangan Politik Uang Pada Pemilihan Umum Tahun 2019. Adapun jenis wawancara yang digunakan dalam penelitian yaitu: Wawancara terencana - tidak terstruktur: adalah apabila peneliti/ pewawancara menyusun rencana (*schedule*) wawancara yang mantap, tetapi tidak menggunakan format dan urutan yang baku.

## 2. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan atau karya seseorang tentang sesuatu yang sudah berlalu. Dokumentasi tentang orang atau sekelompok orang,

peristiwa, atau kejadian dalam situasi sosial yang sesuai dan terkait dengan fokus penelitian adalah sumber informasi yang sangat berguna dalam penelitian kualitatif. Dokumen ini dapat berupa teks tertulis, *artefact*, gambar maupun foto (Yusuf, 2017). Adapun dokumentasi yang dimaksud yaitu dokumen berbentuk foto atau file terkait dengan tempat yang akan diteliti misalnya, gambaran umum lokasi penelitian yang terdiri dari sejarah, visi misi, dan struktur organisasi kantor, serta dokumen lain yang menjadi kebutuhan dalam penelitian.

Mengumpulkan dokumen berupa data tertulis yang mengandung keterangan dan penjelasan serta pemikiran tentang fenomena yang masih actual (Hidayat, 2006). Pengumpulan berdasarkan tulisan-tulisan dalam bentuk catatan, buku, arsip-arsip gambar milik Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Sinjai.

## **F. Instrumen Penelitian**

Dalam penelitian kualitatif, yang menjadi instrumen penelitian adalah peneliti itu sendiri. Oleh karena itu peneliti sebagai instrumen juga harus “divalidasi” seberapa jauh peneliti kualitatif siap melakukan penelitian yang

selanjutnya terjun ke lapangan. Peneliti kualitatif sebagai *human instrument*, berfungsi menetapkan fokus penelitian, memilih informan sebagai sumber data, melakukan pengumpulan data, menilai kualitas data, analisis data, menafsirkan data dan membuat kesimpulan atas temuannya (Sugiyono, 2013).

Adapun instrument pendukung atau alat bantu dalam proses penelitian yaitu:

1. Pedoman wawancara, yaitu berisi daftar pertanyaan terkait dengan Strategi Komunikasi Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Sinjai Dalam Sosialisasi Larangan Politik Uang Pada Pemilihan Umum Tahun 2019, serta apa saja faktor pendukung dan penghambat Strategi Komunikasi Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Sinjai Dalam Sosialisasi Larangan Politik Uang Pada Pemilihan Umum Tahun 2019.
2. List dokumen, yaitu alat bantu yang berfungsi untuk mengumpulkan bukti-bukti dokumentasi seperti handphone, kamera, dan alat perekam.

### **G. Keabsahan Data**

Uji keabsahan data dalam penelitian, sering hanya ditekankan pada uji validitas dan reliabilitas. Validitas

merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada obyek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Dengan demikian data yang valid adalah data “yang tidak berbeda” antar data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek penelitian. Reliabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan. Jadi uji keabsahan data dalam penelitian kualitatif meliputi uji *credibility* (validitas internal), *transferability* (validitas eksternal), *dependability* (reliabilitas), dan *confirmability* (obyektivitas).

Uji kredibilitas data hasil penelitian yang dilakukan adalah dengan triangulasi. Triangulasi dalam pengujian kredibilitas ini diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara, dan berbagai waktu. Triangulasi dilakukan untuk pengecekan hasil penelitian melalui triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan data, dan triangulasi waktu.

#### 1. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber.

#### 2. Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik untuk menguji kredibilitas data yang dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Misalnya data yang diperoleh dengan wawancara, kemudian melakukan pengecekan dengan observasi, dokumentasi, dan kuesioner. Jika dengan tiga teknik pengujian kredibilitas data tersebut menghasilkan data yang berbeda-beda, maka peneliti melakukan diskusi lebih lanjut kepada sumber data yang bersangkutan atau yang lain, untuk memastikan data mana yang dianggap benar, atau mungkin semuanya benar, karena adanya sudut pandangan yang berbeda-beda.

### 3. Triangulasi Waktu

Waktu juga sering memengaruhi kredibilitas data. Data yang dikumpulkan dengan teknik wawancara bisa saja dipengaruhi dengan waktu pada saat melakukan wawancara. Misalnya, pada saat melakukan wawancara pada pagi hari saat narasumber masih segar, belum memiliki banyak masalah, akan memberikan data yang lebih valid sehingga lebih kredibel. Untuk itu dalam rangka pengujian kredibilitas data dapat dilakukan dengan cara melakukan pengecekan dengan wawancara,

observasi atau teknik lain dalam waktu atau situasi yang berbeda. Bila hasil uji menghasilkan data yang berbeda, maka dilakukan secara berulang-ulang sampai menemukan data yang pasti (Sugiyono, 2013).

## **H. Teknik Analisis Data**

Dalam sebuah penelitian, data yang diperoleh kemudian dianalisis dengan menggunakan analisis data kualitatif model interaktif dari Mils dan Huberman yang terdiri atas empat komponen yaitu dari collection data, reduksi data, penyajian data, dan kesimpulan (Salim, 2012).

Dalam penelitian kualitatif analisis data yang terbaik dilakukan sejak awal penelitian. Peneliti tidak boleh menunggu data lengkap terkumpul dan kemudian menganalisisnya. Dengan kata lain, dapat dikatakan bahwa analisis data merupakan suatu proses sistematis pencarian dan pengaturan transkrip wawancara, observasi dan catatan lapangan, dokumen, foto, dan material lainnya untuk meningkatkan pemahaman peneliti tentang data yang telah dikumpulkan sehingga memungkinkan temuan peneliti dapat disajikan dan diinformasikan kepada orang lain (Yusuf, 2017).

Teknik analisis data dapat dilakukan dengan empat langkah yang yaitu collection data, reduksi data, penyajian data, dan kesimpulan yang akan dijelaskan lebih lanjut.

### 1. Collection Data

Collection data adalah proses pengumpulan, pengukuran, dan analisis berbagai tipe informasi dengan menggunakan teknik berstandar. Tujuan utama pengumpulan data adalah untuk mengumpulkan informasi dan data terpercaya sebanyak-banyaknya.

### 2. Reduksi Data

Miles dan Huberman menjelaskan bahwa reduksi data diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Reduksi data berlangsung secara terus menerus selama penelitian berlangsung.

### 3. Penyajian Data

Penyajian data adalah sebagai sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan

### 4. Kesimpulan/Verifikasi

Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel (Sugiyono, 2013).

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN**

#### **A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian**

##### **1. Sejarah Singkat Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Sinjai**

Komisi Pemilihan Umum Daerah (KPUD) Kabupaten Sinjai merupakan lembaga penyelenggara pemilihan umum yang bertugas melaksanakan pemilihan umum di Kabupaten Sinjai yang susunannya bersifat hierarkis dengan KPU Provinsi dan KPU Pusat (RI). Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Sinjai yang selanjutnya disingkat KPU Kabupaten Sinjai beralamatkan di Jalan Bhayangkara No. 11, Bongki, Kecamatan Sinjai Utara Kabupaten Sinjai, Sulawesi Selatan 92615 (Ramli, 2021).

Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Sinjai berdiri pada Tahun 2003. Semenjak didirikan pada Tahun 2003 telah mengalami 4 kali pergantian ketua. Berikut Nama-nama yang pernah menjabat di Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Sinjai mulai Tahun 2003 sampai sekarang:

- a. Tahun 2003-2008
  - 1) H. Musa Rasyid (Ketua Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Sinjai)
  - 2) Abdul Samad (Divisi Hukum)
  - 3) Sofyan Hamid (Divisi Partisipasi Masyarakat)
  - 4) Andi Darmawansa (Divisi Teknis)
  - 5) Rusdianto (Divisi Data)
- b. Tahun 2008-2013
  - 1) Sofyan Hamid (Ketua Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Sinjai)
  - 2) Fariandi Matoa (Divisi Partisipasi Masyarakat)
  - 3) Jainu (Divisi Data)
  - 4) Fadlula Marzuki (Divisi Hukum)
  - 5) Hasriani (Divisi Teknis)
- c. Tahun 2013-2018
  - 1) Muhammad Arsal (Ketua Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Sinjai)
  - 2) Mauhammad Naim (Divisi Teknis)
  - 3) Muhammad Ridwan (Divisi Hukum)
  - 4) Muhammad Kasim (Divisi Data)
  - 5) Nurhikmah (Divisi Partisipasi Masyarakat)
- d. Tahun 2018-2023

- 1) Muhammad Naim, S.Pd (Ketua Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Sinjai)
  - 2) Muhammad Kasim (Divisi Sosialisasi, Pendidikan Pemilih, Partisipasi Masyarakat dan SDM)
  - 3) Nurhikmah, S.S (Divisi Perencanaan, Data, dan Informasi)
  - 4) Awaluddin, S.Kom.I.,M.Pd.I (Divisi Teknis Penyelenggaraan Pemilu)
  - 5) Muhammad Arsal, S.E (Divisi Hukum dan Pengawasan)
2. Visi dan Misi Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Sinjai
- a. Visi Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Sinjai

Visi ialah pandangan jauh tentang suatu perusahaan ataupun lembaga dan lain-lain, visi juga dapat diartikan sebagai tujuan perusahaan atau lembaga dan apa yang harus dilakukan untuk mencapai tujuannya tersebut pada masa yang akan datang atau masa depan.

Adapun visi dari Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Sinjai adalah menjadi penyelenggara pemilihan umum yang mandiri, professional, dan

berintegritas untuk terwujudnya pemilu yang LUBER dan JURDIL (KPU Sinjai)

b. Misi Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Sinjai

Jika Visi adalah gagasan mengenai tujuan utama, maka Misi adalah tahapan-tahapan yang harus dilalui untuk mencapai Visi tersebut. Selain itu, Misi juga merupakan deskripsi atau tujuan mengapa perusahaan, organisasi, atau instansi tersebut berada di tengah-tengah masyarakat.

Adapun Misi dari Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Sinjai adalah sebagai berikut (KPU Sinjai):

- 1) Meningkatkan kualitas penyelenggaraan Pemilu yang Efektif dan Efisien, Transparan, Akuntabel, serta Aksesibel;
- 2) Meningkatkan integritas, kemandirian, kompetensi dan profesionalisme penyelenggara Pemilu dengan mengukuhkan *code of conduct* penyelenggaraan Pemilu;
- 3) Menyusun regulasi di bidang Pemilu yang memberikan kepastian Hukum, progresif, dan Partisipatif;



Gambar 4. 1 Profil Anggota KPU Kabupaten Sinjai  
Periode 2019-2023

b. Struktur Sekretariat Komisi Pemilihan Umum  
Kabupaten Sinjai Periode 2019-2023 (KPU Sinjai)



Gambar 4. 2 Struktur Sekretariat KPU Kabupaten  
Sinjai

3. Tugas dan Kewenangan Komisi Pemilihan Umum  
Kabupaten/Kota

Berdasarkan peraturan KPU Nomor 8 Tahun tentang Tata Kerja Komisi Pemilihan Umum, Komisi Pemilihan Umum Provinsi, dan Komisi Pemilihan Umum Kabupaten/Kota, tugas dan wewenang KPU Kabupaten/Kota adalah sebagai berikut (KPU Sinjai):

a. Dalam Penyelenggaraan Pemilu, KPU kabupaten/Kota memiliki tugas:

- 1) Menjabarkan program dan melaksanakan anggaran;
- 2) Melaksanakan semua tahapan penyelenggaraan Pemilu di Kabupaten/kota berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan;
- 3) Mengoordinasikan dan mengendalikan tahapan penyelenggaraan pemilu oleh PPK, PPS, dan KPPS dalam wilayah kerjanya;
- 4) Menyampaikan daftar pemilu kepada KPU Provinsi;
- 5) Memutakhirkan data pemilih berdasarkan data pemilu terakhir dengan memperhatikan data kependudukan yang disiapkan dan diserahkan oleh Pemerintah dan menetapkannya sebagai daftar pemilih;
- 6) Melakukan dan mengumumkan rekapitulasi hasil penghitungan suara pemilu anggota DPR, anggota DPD, Pemilu Presiden dan Wakil Presiden, dan anggota DPRD Provinsi serta anggota DPRD Kabupaten/ Kota yang bersangkutan berdasarkan berita acara hasil rekapitulasi suara di PPK;

- 7) Membuat berita acara dan sertifikat perhitungan suara, serta wajib menyerahkannya kepada saksi peserta Pemilu; Bawaslu Kabupaten/ kota, dan KPU Provinsi;
  - 8) Mengumumkan calon anggota DPRD Kabupaten/kota terpilih sesuai dengan alokasi jumlah kursi setiap daerah di Kabupaten/kota yang bersangkutan dan membuat berita acaranya;
  - 9) Menindaklanjuti dengan segera temuan dan laporan yang disampaikan oleh Bawaslu Kabupaten/Kota;
  - 10) Menyesoalisasikan Penyelenggaraan Pemilu dan/ atau yang diberkaitan dengan tugas dan wewenang KPU Kabupaten/Kota kepada masyarakat;
  - 11) Melakukan evaluasi dan membuat laporan setiap tahapan Penyelenggaraan Pemilu; dan
  - 12) Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh KPU, KPU Provinsi, dan/atau ketentuan peraturan perundang-undangan.
- b. Dalam penyelenggaraan Pemilu, KPU Kabupaten/Kota berwenang (KPU Sinjai):

- 1) Menetapkan jadwal tahapan Pemilu di Kabupaten/Kota;
- 2) Membentuk PPK, PPS, dan KPPS dalam wilayah kerjanya;
- 3) Menetapkan dan mengumumkan rekapitulasi hasil penghitungan suara pemilu anggota DPRD kabupaten/kota berdasarkan rekapitulasi hasil penghitungan suara di PPK dengan membuat berita acara dan sertifikat rekapitulasi hasil perhitungan suara;
- 4) Menetapkan keputusan KPU Kabupaten/Kota untuk mengesahkan hasil pemilu anggota DPRD Kabupaten/Kota dan mengumumkannya;
- 5) Menjatuhkan sanksi administrasi dan/atau menonaktifkan sementara anggota PPK dan anggota PPS yang terbukti melakukan tindakan yang mengakibatkan terganggunya tahapan penyelenggaraan Pemilu berdasarkan putusan bawaslu, putusan Bawaslu Provinsi, putusan Bawaslu Kabupaten/Kota, dan/ketentuan peraturan perundang-undangan; dan

- 6) Melaksanakan wewenang lain yang diberikan oleh KPU, KPU Provinsi, dan/atau ketentuan peraturan perundang-undangan.
- c. Dalam menyelenggarakan Pemilihan Bupati dan Wakil Bupati atau Wali Kota dan Wakil Wali Kota, KPU Kabupaten/Kota bertugas dan berwenang (KPU Sinjai);
- 1) Merencanakan program dan anggaran;
  - 2) Merencanakan dan menetapkan jadwal Pemilihan Bupati dan Wakil Bupati atau Wali Kota dan Wakil Wali Kota;
  - 3) Menyusun dan menetapkan tata kerja KPU Kabupaten/Kota, PPK, PPS, dan KPPS dalam Pemilihan Bupati dan Wakil Bupati atau Wali Kota dan Wakil Wali Kota dengan memperhatikan pedoman dari KPU dan/ atau KPU Provinsi;
  - 4) Menyusun dan menetapkan pedoman teknis untuk setiap tahapan penyelenggaraan Pemilihan Bupati dan Wakil Bupati atau Wali Kota dan Wakil Wali Kota sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan;

- 5) Membentuk PPK, PPS, dan KPPS dalam Pemilihan Gubernur serta Pemilihan Bupati dan Wakil Bupati atau Wali kota atau Wakil Wali Kota dalam wilayah kerjanya;
- 6) Mengoordinasikan, menyelenggarakan, dan mengendalikan semua tahapan penyelenggaraan Pemilihan Bupati dan Wali Kota Sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan dengan memperhatikan pedoman dari KPU dan/atau KPU Provinsi;
- 7) Menerima daftar pemilih dari PPK dalam penyelenggaraan Pemilihan Bupati dan Wakil Bupati atau Wali Kota dan Wakil Wali Kota;
- 8) Memutakhirkan data Pemilih berdasarkan data kependudukan yang disiapkan dan diserahkan oleh Pemerintah dengan memperhatikan data terakhir:
  - a) Pemilu anggota Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan Perwakilan Daerah, dan DPRD;
  - b) Pemilu Presiden dan Wakil Presiden; dan
  - c) Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur, Bupati dan Wakil Bupati, atau Wali Kota dan

Wakil Wali Kota, dan menetapkannya sebagai daftar pemilih;

- 9) Menerima daftar pemilih dari ppk dalam penyelenggaraan pemilihan Gubernur dan menyampaikan kepada KPU Provinsi;
- 10) Menetapkan Calon Bupati dan Wakil Bupati atau calon Wali Kota dan Wakil Wali Kota yang telah memenuhi persyaratan;
- 11) Menetapkan dan mengumumkan hasil rekapitulasi penghitungan suara pemilih Bupati dan Wakil Bupati atau Wali Kota dan Wakil Wali kota berdasarkan rekapitulasi hasil penghitungan suara dan seluruh PPK di Wilayah Kabupaten/kota yang bersangkutan;
- 12) Membuat berita acara penghitungan suara serta membuat sertifikat penghitungan suara dan wajib menyerahkan kepada saksi peserta Pemilihan, Bawaslu Kabupaten/Kota, dan KPU Provinsi;
- 13) Menerbitkan keputusan KPU Kabupaten/Kota untuk mengesahkan hasil pemilihan Bupati dan Wakil Bupati atau Wali Kota dan Wakil Wali Kota terpilih dan dibuatkan berita acaranya;

- 14) Mengumumkan Calon Bupati dan Wakil Bupati atau Wali Kota dan Wakil Wali Kota terpilih dan dibuatkan berita acaranya;
- 15) Melaporkan hasil Pemilihan Bupati atau Wali Kota kepada menteri melalui Gubernur dan kepada KPU melalui KPU Provinsi;
- 16) Menindaklanjuti dengan segera rekomendasi Bawaslu Kabupaten/kota atas temuan dan laporan adanya dugaan pelanggaran pemilihan;
- 17) Mengenaikan sanksi administratif dan/atau menonaktifkan sementara anggota PPK, anggota PPS, Sekretaris KPU Kabupaten/Kota, dan pegawai sekretariat KPU Kabupaten/kota, dan pegawai sekretariat KPU Kabupaten/kota yang terbukti melakukan tindakan yang mengakibatkan terganggunya tahapan penyelenggaraan pemilihan berdasarkan rekomendasi Bawaslu Kabupaten/kota dan/atau ketentuan peraturan perundang-undangan;
- 18) Melaksanakan sosialisasi penyelenggaraan Pemilihan dan/atau yang berkaitan dengan tugas KPU Kabupaten/Kota kepada masyarakat;

- 19) Melaksanakan tugas dan wewenang yang berkaitan dengan pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan dan pedoman KPU dan/atau KPU Provinsi;
- 20) Melakukan evaluasi dan membuat laporan penyelenggaraan Pemilihan Bupati dan Wakil Bupati atau Wali Kota dan Wakil Wali Kota;
- 21) Menyampaikan hasil pemilihan Bupati dan Wakil Bupati dan Wakil Bupati atau Wali kota dan Wakil Wali Kota kepada KPU Provinsi, Gubernur, dan DPRD Kabupaten/Kota; dan
- 22) Melaksanakan tugas dan wewenang lain yang diberikan oleh KPU, KPU Provinsi, dan/atau ketentuan peraturan perundang-undangan.

**B. Strategi Komunikasi Pemilihan Umum Kabupaten Sinjai dalam Sosialisasi Larangan Politik Uang Pada Pemilihan Umum Kabupaten Sinjai Tahun 2019.**

Keberhasilan suatu kegiatan komunikasi secara efektif itu ditentukan dari strategi komunikasi. Strategi komunikasi ini sangat diperlukan ketika kita sedang melakukan komunikasi terutama ketika kita melakukan sosialisasi. Seorang komunikator ketika ingin komunikannya

melakukan apa yang disampaikan maka seorang komunikator ini harus memiliki strategi komunikasi.

Berbicara mengenai komunikasi di sebuah Instansi, Lembaga, atau Organisasi pasti tidak lepas membahas tentang strategi komunikasi. Strategi komunikasi pada dasarnya dapat diaplikasikan pada banyak hal, dalam hal ini Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Sinjai menerapkan strategi komunikasi untuk mensosialisasikan, menghimbau, dan mengajak masyarakat dalam partisipatif pemilu agar menghindari dan tidak melakukan praktik politik uang. Strategi komunikasi yang digunakan oleh komisi pemilihan umum dalam sosialisasi larangan politik uang pada pemilihan umum tahun 2019 sebagai berikut:

#### 1) Mengenal Khalayak

Mengenal khalayak adalah hal utama yang harus dilakukan oleh seorang komunikator sehingga komunikasinya berjalan secara efektif. Dalam merumuskan strategi komunikasi Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Sinjai, khalayak adalah mereka yang sudah terdaftar sebagai pemilih partisipatif aktif yaitu dari umur 17 tahun keatas yang memang sudah di petakan oleh KPU Republik Indonesia sebagaimana yang

dipaparkan oleh Muhammad Kasim Divisi Sosialisasi, Pendidikan Pemilih Partisipasi Masyarakat dan SDM Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Sinjai.

Khalayak atau target komunikasi KPU Kabupaten Sinjai adalah seluruh masyarakat yang berada di Kabupaten Sinjai yang sudah tercatat secara administratif. Dan cara KPU Kabupaten Sinjai dalam menentukan Khlayak sudah di petakan oleh KPU Republik Indonesia jadi setiap selesai pemilu itu diadakan evaluasi secara Nasional soal kegiatan sosialisasi dan pendidikan pemilih dalam setiap pemilu, hasilnya itu KPU Republik Indonesia yang membuat rumusan keputusan-keputusan soal khalayak yang menjadi sasaran sosialisasi (Muhammad Kasim, Wawancara, 2023).

Dalam membentuk strategi komunikasi KPU Kabupaten Sinjai juga melihat kepada latar belakang dari masyarakat sinjai yang berbeda. Mengingat perbedaan latar belakang masyarakat mulai dari bahasa, agama, budaya, tingkat pendidikan serta perbedaan tempat tinggal antara di Kota dan di Desa. Selain itu perbedaan bahasa yang digunakan dalam sosialisasi juga berbeda baik warga di Perkotaan dan Pedesaan, Remaja sampai Lansia.

Suatu ketika kita sosialisasinya menysasar hanya kelompok pemilih pemula saja. Kemudian dikesempatan lain kita lakukan pertemuan dengan tokoh keagamaan misalnya semua penyuluh agama atau masuk ke pesantren. Di rentang waktu yang lain kita bertemu dengan komunitas atau pedangan yang ada di Pasar (Muhammmad Kasim, Wawancara, 2023).

Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Sinjai melakukan pendekatan yang berbeda pada setiap tempatnya, hal ini dilakukan agar komunikasi yang dilakukan oleh KPU Kabupaten Sinjai dapat diterima dan lebih mudah dipahami oleh masyarakat. Sebagaimana yang dipaparkan oleh Nurhikmah Divisi Perencanaan, Data dan Informasi Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Sinjai.

Dalam sosialisasi larangan politik uang KPU Kabupaten Sinjai melihat keadaan masyarakat yang ada misalnya di masyarakat perkotaan lebih senang melakukan kegiatan berolahraga dan berkumpul pada hari minggu pagi contohnya *car free day*, dengan melihat situasi ini kami dari KPU Kabupaten Sinjai juga ikut serta bahkan kami menggelar acara jalan santai dan memberikan *dooprize* bagi masyarakat yang bisa menjawab pertanyaan seputar sosialisasi, kegiatan seperti ini yang bisa menarik minat

masyarakat untuk ikut berpartisipasi. Kemudian kami melakukan sosialisasi kepada masyarakat tentang politik uang cara ini dilakukan untuk masyarakat di daerah perkotaan. Berbeda lagi dengan masyarakat di desa mereka lebih dekat dengan tokoh masyarakat atau pemuka agama setempat. Maka KPU Kabupaten Sinjai akan melakukan sosialisasi kepada tokoh masyarakat atau pemuka agama yang ada di suatu daerah untuk ikut mensosialisasikan larangan politik uang, biasanya kami melakukan kegiatan sosialisasi dengan mendatangi majelis-majelis atau tempat pengajian yang ada, atau membuat acara pengajian (Nurhikmah, Wawancara, 2023).

Untuk lebih mengenal khalayak Komisi Pemilihan Umum telah membuat sasaran sosialisasi terkait larangan politik uang, sebagaimana yang dipaparkan oleh Muhammad Kasim.

Untuk mengenal khalayak itu sudah ditetapkan secara Nasional oleh KPU RI dirumuskan dalam basis atau komunitas yang menjadi sasaran sosialisasi baik secara umum sosialisasi, terkhusus juga politik uang (Muhammad Kasim, Wawancara, 2023).

Berikut dokumen yang bisa memperkuat wawancara mengenai cara Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Sinjai dalam Mengenal Khalayak.



**KOMISI PEMILIHAN UMUM  
REPUBLIK INDONESIA**

**PERATURAN KOMISI PEMILIHAN UMUM  
NOMOR 7 TAHUN 2023  
TENTANG**

**PERUBAHAN ATAS PERATURAN KOMISI PEMILIHAN UMUM NOMOR 7 TAHUN  
2022 TENTANG PENYUSUNAN DAFTAR PEMILIH DALAM PENYELENGGARAAN  
PEMILIHAN UMUM DAN SISTEM INFORMASI DATA PEMILIH**

**DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA**

**KETUA KOMISI PEMILIHAN UMUM,**

- Menimbang** :
- a. bahwa untuk mendukung pelaksanaan tahapan penyusunan daftar pemilih di dalam negeri dan di luar negeri, perlu melakukan penyesuaian beberapa ketentuan dan formulir yang digunakan untuk mendukung pelaksanaan tahapan penyusunan daftar pemilih;
  - b. bahwa beberapa ketentuan dan formulir sebagaimana diatur dalam Peraturan Komisi Pemilihan Umum Nomor 7 Tahun 2022 tentang Penyusunan Daftar Pemilih dalam Penyelenggaraan Pemilihan Umum dan Sistem Informasi Data Pemilih sudah tidak sesuai dengan perkembangan dan kebutuhan dalam pelaksanaan tahapan penyusunan daftar pemilih di dalam negeri dan di luar negeri sehingga perlu diubah;
  - c. bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana dimaksud dalam huruf a dan huruf b, perlu menetapkan Peraturan Komisi Pemilihan Umum tentang Perubahan atas Peraturan Komisi Pemilihan Umum Nomor 7 Tahun 2022 tentang Penyusunan Daftar Pemilih dalam Penyelenggaraan Pemilihan Umum dan Sistem Informasi Data Pemilih;
- Mengingat** :
1. Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2017 Nomor 182, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6109);
  2. Peraturan Komisi Pemilihan Umum Nomor 8 Tahun 2019 tentang Tata Kerja Komisi Pemilihan Umum, Komisi Pemilihan Umum Provinsi, dan Komisi Pemilihan Umum Kabupaten/Kota (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2019 Nomor 320) sebagaimana telah beberapa kali diubah terakhir dengan Peraturan Komisi Pemilihan Umum Nomor 5 Tahun 2022 tentang Perubahan Keempat atas Peraturan Komisi Pemilihan

- 2 -

- Umum Nomor 8 Tahun 2019 tentang Tata Kerja Komisi Pemilihan Umum, Komisi Pemilihan Umum Provinsi, dan Komisi Pemilihan Umum Kabupaten/Kota (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2022 Nomor 984);
3. Peraturan Komisi Pemilihan Umum Nomor 3 Tahun 2022 tentang Tahapan dan Jadwal Penyelenggaraan Pemilihan Umum (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2022 Nomor 574);
  4. Peraturan Komisi Pemilihan Umum Nomor 7 Tahun 2022 tentang Penyusunan Daftar Pemilih dalam Penyelenggaraan Pemilihan Umum dan Sistem Informasi Data Pemilih (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2022 Nomor 1079);

**MEMUTUSKAN:**

Menetapkan : PERATURAN KOMISI PEMILIHAN UMUM TENTANG PERUBAHAN ATAS PERATURAN KOMISI PEMILIHAN UMUM NOMOR 7 TAHUN 2022 TENTANG PENYUSUNAN DAFTAR PEMILIH DALAM PENYELENGGARAAN PEMILIHAN UMUM DAN SISTEM INFORMASI DATA PEMILIH.

**Pasal I**

Beberapa ketentuan dalam Peraturan Komisi Pemilihan Umum Nomor 7 tahun 2022 tentang Penyusunan Daftar Pemilih dalam Penyelenggaraan Pemilihan Umum dan Sistem Informasi Data Pemilih (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2022 Nomor 1079) diubah sebagai berikut:

1. Pasal 19 ayat (3) huruf h dan huruf i dihapus sehingga Pasal 19 berbunyi sebagai berikut:

**Pasal 19**

- (1) Pantarlih melaksanakan Coklit sebagaimana dimaksud dalam Pasal 18 ayat (1) berdasarkan Daftar Pemilih dalam formulir Model A-Daftar Pemilih.
- (2) Pantarlih melaksanakan Coklit dengan cara mendatangi Pemilih secara langsung.
- (3) Dalam melaksanakan kegiatan Coklit sebagaimana dimaksud pada ayat (2) Pantarlih:
  - a. mencocokkan Daftar Pemilih pada formulir Model A-Daftar Pemilih dengan KTP-el dan/atau KK;
  - b. mencatat data Pemilih yang telah memenuhi syarat, tetapi belum terdaftar dalam Daftar Pemilih;
  - c. memperbaiki data Pemilih jika terdapat kekeliruan;
  - d. mencatat keterangan Pemilih penyandang disabilitas pada kolom ragam disabilitas;
  - e. mencatat data Pemilih yang telah berubah status dari status prajurit Tentara Nasional Indonesia atau anggota Kepolisian Negara Republik Indonesia menjadi status sipil dibuktikan dengan menunjukkan surat

- 3 -

- keputusan pemberhentian sebagai anggota Tentara Nasional Indonesia atau Kepolisian Negara Republik Indonesia;
- f. mencatat Pemilih yang tidak memiliki KTP-el dengan memberikan keterangan Pemilih tidak memiliki KTP-el;
  - g. mencoret data Pemilih yang telah meninggal dibuktikan dengan menunjukkan surat keterangan kematian atau dokumen lainnya;
  - h. dihapus;
  - i. dihapus;
  - j. mencoret data Pemilih yang telah berubah status dari status sipil menjadi status prajurit Tentara Nasional Indonesia dan/atau anggota Kepolisian Negara Republik Indonesia dibuktikan dengan menunjukkan kartu tanda anggota Tentara Nasional Indonesia dan/atau Kepolisian Negara Republik Indonesia;
  - k. mencoret data Pemilih yang belum pernah kawin/menikah dan belum genap berumur 17 (tujuh belas) tahun pada hari pemungutan suara; dan
  - l. menandai data Pemilih, yang berdasarkan KTP-el atau KK bukan merupakan Pemilih yang beralamat di TPS wilayah kerja Pantarlih.
- (4) Pantarlih mencatat hasil Coklit dalam buku kerja Pantarlih.
  - (5) Pantarlih berkoordinasi dengan RT dan RW dalam melaksanakan Coklit.
2. Ketentuan ayat (5) Pasal 20 diubah serta ayat (6) dan ayat (8) dihapus sehingga Pasal 20 berbunyi sebagai berikut:

Pasal 20

- (1) Dalam hal Pemilih belum terdaftar dalam formulir Model A-Daftar Pemilih sebagaimana dimaksud dalam Pasal 15 ayat (2), Pantarlih:
  - a. memastikan Pemilih sudah memenuhi syarat sebagai Pemilih dan memiliki KTP-el; dan
  - b. mencatat Pemilih yang bersangkutan ke dalam formulir Model A-Daftar Potensial Pemilih.
- (2) Dalam hal Pemilih yang belum terdaftar sebagaimana dimaksud pada ayat (1) tidak dapat ditemui secara langsung, Pantarlih meminta keluarga Pemilih untuk menunjukkan salinan KTP-el Pemilih yang bersangkutan.
- (3) Dalam hal keluarga Pemilih tidak dapat menunjukkan salinan KTP-el sebagaimana dimaksud pada ayat (2), Pantarlih dapat berkomunikasi melalui panggilan video atau konferensi video dalam waktu seketika yang memungkinkan Pantarlih dan Pemilih untuk saling bertatap muka, berbicara langsung, dan melihat

- 4 -

- kesesuaian wajah dengan foto pada dokumen KTP-el.
- (4) Dalam hal keluarga Pemilih tidak dapat menunjukkan salinan KTP-el Pemilih sebagaimana dimaksud pada ayat (2) dan Pantarlih tidak dapat berkomunikasi dengan Pemilih sebagaimana dimaksud pada ayat (3), Pantarlih meminta keluarga Pemilih untuk menunjukkan KK Pemilih yang bersangkutan.
  - (5) Pantarlih mencatat alamat Pemilih dan menuliskan frase alamat KTP-el sesuai pada kolom keterangan.
  - (6) Dihapus.
  - (7) Dalam hal Pemilih yang dicatat dalam Daftar Pemilih pada formulir Model A-Daftar Potensial Pemilih tidak memiliki KTP-el, Pantarlih memberikan keterangan Pemilih belum memiliki KTP-el.
  - (8) Dihapus.
  - (9) Ketentuan mengenai formulir Model A-Daftar Potensial Pemilih sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf b tercantum dalam Lampiran III yang merupakan bagian tidak terpisahkan dalam Peraturan Komisi ini.
3. Pasal 36 ayat (2) huruf b dihapus sehingga Pasal 36 berbunyi sebagai berikut:

**Pasal 36**

- (1) PPS menyusun Daftar Pemilih hasil pemutakhiran berdasarkan hasil Coklit sebagaimana dimaksud dalam Pasal 22 ayat (3).
- (2) Daftar Pemilih hasil pemutakhiran sebagaimana dimaksud pada ayat (1) disusun dalam urutan Pemilih per nama untuk:
  - a. Pemilih baru;
  - b. dihapus;
  - c. Pemilih yang tidak memenuhi syarat; dan
  - d. perbaikan data Pemilih.
- (3) Daftar Pemilih hasil pemutakhiran sebagaimana dimaksud pada ayat (1) disusun berbasis TPS dengan menggunakan formulir Model A-Daftar Perubahan Pemilih.
- (4) PPS dalam menyusun Daftar Pemilih hasil pemutakhiran sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat dibantu oleh Pantarlih.
- (5) Ketentuan mengenai formulir Model A-Daftar Perubahan Pemilih sebagaimana dimaksud pada ayat (1) tercantum dalam Lampiran XI yang merupakan bagian tidak terpisahkan dalam Peraturan Komisi ini.

4. Ketentuan Pasal 42 diubah sehingga berbunyi sebagai berikut:

**Pasal 42**

PPS menyampaikan berita acara pleno rekapitulasi dan formulir Model A-Rekap PPS Perubahan Pemilih dalam bentuk salinan naskah asli kepada:

- a. PPK;
  - b. Panwaslu Kelurahan/Desa atau sebutan lain;
  - c. perwakilan peserta Pemilu tingkat kelurahan/desa atau sebutan lain; dan
  - d. perangkat pemerintah tingkat kelurahan/desa atau sebutan lain.
5. Ketentuan ayat (6) Pasal 59 diubah, sehingga berbunyi sebagai berikut:

**Pasal 59**

- (1) KPU melakukan rekapitulasi tingkat nasional yang mencakup:
  - a. rekapitulasi hasil pemutakhiran per provinsi dan di luar negeri; dan
  - b. rekapitulasi DPS per provinsi dan DPSELN.
- (2) Rekapitulasi hasil pemutakhiran di dalam negeri dan di luar negeri sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf a dilakukan berdasarkan data pada formulir:
  - a. Model A-Rekap Provinsi Perubahan Pemilih; dan
  - b. Model A-Rekap Perubahan Pemilih Seluruh PPLN.
- (3) Rekapitulasi hasil pemutakhiran per provinsi dan di luar negeri sebagaimana dimaksud ayat (2) digabungkan menjadi rekapitulasi hasil pemutakhiran tingkat nasional dan dituangkan ke dalam formulir Model A-Rekap Nasional Perubahan Pemilih.
- (4) Rekapitulasi DPS per provinsi dan DPSELN sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf b dilakukan berdasarkan data pada formulir:
  - a. Model A-Rekap Provinsi; dan
  - b. Model A-Rekap Pemilih Seluruh PPLN.
- (5) Rekapitulasi DPS per provinsi dan DPS luar negeri sebagaimana dimaksud ayat (4) digabungkan menjadi rekapitulasi DPS tingkat nasional menggunakan formulir Model A-Rekap Nasional.
- (6) Ketentuan mengenai formulir Model A-Rekap Nasional sebagaimana dimaksud pada ayat (5) tercantum dalam Lampiran XLVII yang merupakan bagian tidak terpisahkan dalam Peraturan Komisi ini.
- (7) Ketentuan mengenai formulir Model A-Rekap Perubahan Pemilih Seluruh PPLN sebagaimana dimaksud pada ayat (2) tercantum dalam Lampiran XXXVII yang merupakan bagian tidak terpisahkan dalam Peraturan Komisi ini.

4. Ketentuan Pasal 42 diubah sehingga berbunyi sebagai berikut:

**Pasal 42**

PPS menyampaikan berita acara pleno rekapitulasi dan formulir Model A-Rekap PPS Perubahan Pemilih dalam bentuk salinan naskah asli kepada:

- a. PPK;
  - b. Panwaslu Kelurahan/Desa atau sebutan lain;
  - c. perwakilan peserta Pemilu tingkat kelurahan/desa atau sebutan lain; dan
  - d. perangkat pemerintah tingkat kelurahan/desa atau sebutan lain.
5. Ketentuan ayat (8) Pasal 59 diubah, sehingga berbunyi sebagai berikut:

**Pasal 59**

- (1) KPU melakukan rekapitulasi tingkat nasional yang mencakup:
  - a. rekapitulasi hasil pemutakhiran per provinsi dan di luar negeri; dan
  - b. rekapitulasi DPS per provinsi dan DPSLN.
- (2) Rekapitulasi hasil pemutakhiran di dalam negeri dan di luar negeri sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf a dilakukan berdasarkan data pada formulir:
  - a. Model A-Rekap Provinsi Perubahan Pemilih; dan
  - b. Model A-Rekap Perubahan Pemilih Seluruh PPLN.
- (3) Rekapitulasi hasil pemutakhiran per provinsi dan di luar negeri sebagaimana dimaksud ayat (2) digabungkan menjadi rekapitulasi hasil pemutakhiran tingkat nasional dan dituangkan ke dalam formulir Model A-Rekap Nasional Perubahan Pemilih.
- (4) Rekapitulasi DPS per provinsi dan DPSLN sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf b dilakukan berdasarkan data pada formulir:
  - a. Model A-Rekap Provinsi; dan
  - b. Model A-Rekap Pemilih Seluruh PPLN.
- (5) Rekapitulasi DPS per provinsi dan DPS luar negeri sebagaimana dimaksud ayat (4) digabungkan menjadi rekapitulasi DPS tingkat nasional menggunakan formulir Model A-Rekap Nasional.
- (6) Ketentuan mengenai formulir Model A-Rekap Nasional sebagaimana dimaksud pada ayat (5) tercantum dalam Lampiran XLVII yang merupakan bagian tidak terpisahkan dalam Peraturan Komisi ini.
- (7) Ketentuan mengenai formulir Model A-Rekap Perubahan Pemilih Seluruh PPLN sebagaimana dimaksud pada ayat (2) tercantum dalam Lampiran XXXVII yang merupakan bagian tidak terpisahkan dalam Peraturan Komisi ini.

- 6 -

- (8) Ketentuan mengenai formulir Model A-Rekap Pemilih Seluruh PPLN sebagaimana dimaksud pada ayat (4) tercantum dalam Lampiran XXXIXA yang merupakan bagian tidak terpisahkan dalam Peraturan Komisi ini.
6. Ketentuan ayat (2) Pasal 102 diubah sehingga berbunyi sebagai berikut:

Pasal 102

- (1) PPLN menyusun DPTLN berdasarkan formulir Model A-Daftar Perubahan Pemilih PPLN.
- (2) PPLN menuangkan penyusunan DPTLN sebagaimana dimaksud pada ayat (1) ke dalam formulir Model A-Daftar Pemilih PPLN.
- (3) Penyusunan DPTLN sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dituangkan ke dalam berita acara yang ditandatangani oleh ketua dan anggota PPLN.
7. Di antara huruf e dan huruf f ayat (3) Pasal 120 disisipkan 1 (satu) huruf, yakni huruf e1 sehingga Pasal 120 berbunyi sebagai berikut:

Pasal 120

- (1) DPTLN dapat dilengkapi dengan DPTbLN.
- (2) Pemilih yang terdaftar dalam DPTbLN sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan Pemilih yang telah terdaftar dalam DPTLN di suatu TPSLN yang karena keadaan tertentu tidak dapat menggunakan haknya untuk memilih TPSLN asal.
- (3) Keadaan tertentu sebagaimana dimaksud pada ayat (2) meliputi:
- menjalankan tugas di tempat lain atau negara lain pada saat hari pemungutan suara;
  - menjalani rawat inap di fasilitas pelayanan kesehatan dan keluarga yang mendampingi;
  - penyandang disabilitas;
  - tugas belajar/menempuh pendidikan menengah atau pendidikan tinggi;
  - pindah domisili;
  - e1. pindah metode pemilihan;
  - tertimpa bencana alam;
  - bekerja di luar domisili; dan/atau
  - keadaan tertentu di luar dari ketentuan diatas sesuai dengan peraturan perundang-undangan.
- (4) Pemilih yang terdaftar dalam DPTbLN sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat menggunakan haknya untuk memilih:
- calon anggota Dewan Perwakilan Rakyat jika pindah memilih ke suatu negara; dan
  - pasangan calon Presiden dan Wakil Presiden jika pindah memilih ke suatu Negara.



Gambar 4. 3 Peraturan Komisi Pemilihan Umum Nomor 7 Tahun  
2023

Basis pemilih yang menjadi sasaran sosialisasi dalam mengenal khalayak diantaranya:

a) Basis Keluarga

Basis keluarga sebagai salah satu orientasi gerakan sosialisasi dan pendidikan pemilih karena

keluarga merupakan unit sosial-ekonomi terkecil dalam masyarakat yang merupakan landasan dasar dari semua insitusi. Keluarga adalah kelompok besar yang terdiri dari dua orang atau lebih dengan jaringan interpersonal, kekerabatan, pernikahan, atau adopsi. Beberapa ahli bahkan mengatakan bahwa keluarga adalah abstraksi ideologis dengan citra romantis, proses, unit intervensi, jaringan, dan tujuan atau tempat peristirahatan terakhir. Pada akhirnya, seluruh basis pemilih yang ada di tengah-tengah masyarakat akan kembali kepada keluarganya mereka. Kebutuhan fisik dan psikologis anggota dipenuhi melalui struktur keluarga, termasuk kebutuhan sosialisasi dan pendidikan pemilih. Tidak ada manusia di dunia ini yang bisa melarikan diri dari lingkungan keluarga. Ketika seseorang meninggalkan unit keluarga, dia benar-benar telah meninggalkan struktur sosial masyarakat atau telah menjadi antisosial.

Contoh dari jenis kegiatan ini termasuk sosialisasi dan pendidikan pemilih untuk ibu-ibu arisan, perkumpulan rutin tingkat RT/RW, dan sebagainya.

b) Basis Pemilih Pemula

Pemilih pemula adalah seseorang yang telah mencapai usia pemilih dan menggunakan hak pilihnya dalam pemilihan untuk pertama kalinya. Pemilihan diadakan setiap lima tahun di Indonesia, sehingga rentang usia untuk pemilih pertama kali adalah dari 17 untuknya hingga 21 untuknya. Pemilih pemula biasanya adalah mereka yang masih di sekolah menengah atas (SMA) atau sederajat, dan mereka yang saat ini belajar di perguruan tinggi. Selain itu, anak-anak putus sekolah berusia 17 hingga 21 tahun juga merupakan basis bagi pemilih pemula yang membutuhkan keterlibatan dan pendidikan pemilih.

c) Basis Pemilih Muda

Menurut Undang-Undang Pemuda No. 40 tahun 2009, seorang remaja didefinisikan sebagai warga negara antara usia 16 dan 30 tahun. Dalam konteks pemilu, basis pemilih muda mengacu pada warga negara di bawah usia 30 tahun yang berhak memilih. Pemilih muda berusia antara 22 hingga 30 tahun. Penting bahwa pemilih muda menerima dukungan pemilu dan pendidikan, apakah mereka

Mahasiswa, bekerja atau tidak. Karena pemilih muda akan mengisi sistem pemilu dalam waktu yang sangat lama. Pelatihan lanjutan diperlukan untuk membuat keyakinan mereka pada pemilihan sebagai sarana demokrasi tumbuh lebih kuat dan lebih dalam.

d) Basis Pemilih Perempuan

Basis pemilih perempuan menjadi sasaran sosialisasi dan pendidikan pemilih karena mereka tidak hanya akan memainkan peran strategis dalam mengasuh dan mendidik anak ketika mereka menjadi ibu rumah tangga. Pengalaman berpartisipasi dalam pengambilan keputusan keluarga meningkatkan literasi politik anak-anak, mengembangkan keterampilan interaksi politik, dan meningkatkan kemungkinan partisipasi aktif mereka dalam sistem politik sebagai orang dewasa. Keluarga juga membentuk sikap politik masa depan dengan memosisikan individu di dunia sosial yang lebih luas. Contoh bentuk kegiatannya adalah sosialisasi dan pendidikan pemilih ke kelompok-kelompok perempuan, ibu-ibu / emak-emak kompleks, dan sebagainya.

e) Basis Pemilih Penyandang Disabilitas

Berdasarkan Undang-Undang No. 8 Tahun 2016 tentang Penyandang Disabilitas, "penyandang disabilitas" didefinisikan sebagai orang yang memiliki keterbatasan fisik, mental, intelektual, dan/atau sensorik dalam berinteraksi dengan lingkungan dan dapat menimbulkan konsekuensi jangka panjang. Contoh bentuk kegiatannya adalah sosialisasi dan pendidikan pemilih ke komunitas/masyarakat penyandang disabilitas.

f) Basis Pemilih Berkebutuhan Khusus

Pemilih berkebutuhan khusus, termasuk mereka yang tinggal di daerah terpencil, penghuni fasilitas pelayanatan, pasien dan staf rumah sakit, penambang laut, pekerja perkebunan, dan kelompok marjinal lainnya. Pemilih dengan kebutuhan khusus adalah landasan penjangkauan dan pendidikan pemilih, terutama karena informasi terkait pemilu kurang. Hal ini dikarenakan mereka tinggal di daerah khusus dalam hal akses ke daerah yang sulit diakses dan bersifat eksklusif karena tidak semua orang bisa leluasa masuk ke daerahnya. Seperti Penjara/lapas, Rumah Sakit. Contoh bentuk kegiatannya adalah

sosialisasi dan pendidikan pemilih ke narapidana penghuni lembaga permasyarakatan, nelayan, pegawai perkebunan sawit, masyarakat adat dan sebagainya.

g) Basis Pemilih Marginal

Kelompok marjinal kekurangan sumber daya yang memadai, akses ke informasi, dan kepercayaan diri, dan merupakan landasan sosialisasi dan pendidikan pemilih. Mereka memiliki hak yang sama untuk hidup dan partisipasi seperti warga negara lainnya. Namun, keadaan dan keadaan hidup mereka membuat mereka dalam posisi tidak berdaya dan tidak mau berpartisipasi dalam kehidupan sosial dan politik. Mereka membutuhkan sosialisasi, motivasi dan fasilitasi untuk dapat berpartisipasi sehingga secara sosial mereka tidak makin terbelakang. Contoh bentuk kegiatannya adalah sosialisasi dan pendidikan pemilih ke masyarakat nelayan pinggiran, komunitas waria, LGBT (Lesbian, Gay, Biseksual, dan Transgender), masyarakat miskin Kota, pemulung, dan sebagainya.

h) Basis Komunitas

Komunitas adalah sekelompok orang yang peduli satu sama lain lebih dari yang seharusnya.

Dalam sebuah komunitas, hubungan pribadi yang erat ada di antara anggota komunitas karena nilai dan minat yang sama. Dalam masyarakat, individu memiliki banyak tujuan, keyakinan, sumber daya, preferensi, kebutuhan, risiko, dan kondisi serupa lainnya. Komunitas dapat dibagi 2 komponen. Pertama, berdasarkan lokasi, di mana sebuah komunitas dapat dilihat sebagai tempat sekumpulan orang mempunyai sesuatu yang sama secara geografis. Kedua, berdasarkan minat sekelompok orang yang mendirikan suatu komunitas karena ketertarikan dan minat yang sama seperti komunitas hobi yang saat ini sedang menjadi tren di masyarakat kita seperti komunitas sepeda santai, komunitas fotografi, komunitas skateboard dan lain sebagainya.

Contoh bentuk kegiatannya adalah sosialisasi dan pendidikan pemilih ke komunitas pecinta kuliner, komunitas keolahragaan, komunitas hobbi, komunitas masyarakat Jawa / Minang / Bugis / Dayak / Papua dan lain sebagainya.

i) Basis Keagamaan

Sosialisasi dan pendidikan pemilih kepada basis keagamaan selama ini diorientasikan kepada tokoh-tokoh agama saja. Akibatnya jamaah berbagai agama di Indonesia yang jumlahnya sangat besar dan tak sebanding dengan jumlah tokohnya tidak tersentuh. Sosialisasi dan pendidikan pemilih tidak mengakar kuat. Orientasi sosialisasi pemilih dan pendidikan pemilih berdasarkan agama harus berubah dari gerakan elitis menjadi gerakan rakyat di masa depan. Penyebaran dan penggunaan informasi tentang pemilu dan demokrasi harus menembus ruang hidup masyarakat. Penyelenggara pemilu harus dapat bekerja secara kolaboratif dengan kelompok-kelompok agama dan memanfaatkan. Contoh bentuk kegiatannya adalah sosialisasi dan pendidikan pemilih ke jamaah sholat Jumat, jemaat Gereja / Pura / Wihara / Klenteng dan lain sebagainya.

j) Basis Warga Internet (Netizen)

Akses ke informasi melalui internet meningkat dari tahun ke tahun. Menurut hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) 2016,

saat ini terdapat 132,7 juta pengguna internet di Indonesia. Dari jumlah tersebut, 70% pengguna internet di Indonesia paling sering mengakses internet melalui perangkat mobile atau gadget mobile miliknya. Kegiatan komunikasi dan akses informasi melalui internet tidak dibatasi oleh ruang atau waktu. Generasi milenial dapat menggunakan smartphone untuk berkomunikasi dan mengakses informasi kapan saja, di mana saja, selama jaringan komunikasi tersedia.

Intensitas komunikasi dan persebaran informasi yang begitu tinggi di dunia maya menjadi alasan bagi penyelenggara pemilu untuk menysasar basis warga internet sebagai basis gerakan sosialisasi dan pendidikan pemilih. Penyelenggara Pemilu seluruh satuan kerja (Satker) wajib membangun dan mengaktifkan website dan media komunikasi berbasis internet seperti Twitter, Facebook, Instagram, dan platform media sosial lainnya. Kita perlu menyeimbangkan wacana politik, demokrasi dan pemilihan umum di dunia maya melalui status, tweet,

dan komentar yang segar, elegan, komentar-komentar positif, dan mendidik.

Adanya sasaran tersebut yang telah ditentukan dari Komisi Pemilihan Umum Republik Indonesia itulah yang dijadikan Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Sinjai untuk mengenal Khalayak dengan muda sehingga proses sosialisasi yang dilakukan bisa berjalan dengan efektif. Secara umum khalayak yang akan dijadikan sasaran komunikasi oleh Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Sinjai adalah masyarakat Kabupaten Sinjai. Kabupaten Sinjai memiliki 9 kecamatan yaitu Bulupoddo, Pulau Sembilan, Sinjai Barat, Sinjai Borong, Sinjai Selatan, Sinjai Tengah, Sinjai Timur, Sinjai Utara dan Tellulimpoe, 13 kelurahan, dan 67 desa.

Jadi dapat disimpulkan bahwa seorang komunikator sebelum turun melakukan sosialisasi terlebih dahulu mengenal khalayak agar ketika menyampaikan sosialisasi komunikasinya efektif dan komunikasi juga mengerti apa yang disampaikan.

## 2) Menyusun Pesan

Setelah mengenal khalayak maka tahap selanjutnya yang harus dilakukan dalam strategi

komunikasi adalah menyusun pesan. Dalam melakukan penyusunan pesan yang harus diperhatikan yaitu tema dan materi yang akan disampaikan. Pembuatan materi dalam penyampaian pesan sangatlah penting karena tidak semua khlayak dapat menerima dan memahami informasi yang disampaikan oleh komunikator. Dalam penyusunan pesan yang harus diperhatikan adalah bagaimana cara agar menarik perhatian komunikan, mengubah perilaku dan pola pikir masyarakat.

Dalam sosialisasi larangan politik uang penyusunan pesan yang berwenang yaitu Komisi Pemilihan Umum Republik Indonesia, sebagaimana yang dipaparkan oleh Muhammad Kasim Divisi Sosialisasi, Pendidikan Pemilih Partisipasi Masyarakat dan SDM Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Sinjai.

Dalam penyusunan pesan yang berwenang itu Komisi Pemilihan Umum Republik Indonesia bukan KPU Kabupaten, jadi konten materi sosialisasi itu dirumuskan semua dalam bentuk kurikulum KPU RI salah satunya tentang metode pencegahan politik uang dan memang ini sudah ada modulnya langsung dari KPU RI. Akan tetapi dalam menyampaikan materi diperbolehkan dari divisi lain dan anggota KPU

punya tugas yang sama dalam melakukan sosialisasi (Muhammad Kasim, Wawancara, 2023).

Hal serupa juga disampaikan oleh Nurhikmah selaku Divisi Perencanaan, Data dan Informasi Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Sinjai.

Materi terkait dengan politik uang ini memang sudah ada dari KPU RI jadi kami di KPU Kabupaten tidak lagi menyusun materi, akan tetapi kami turun langsung melakukan sosialisasi kepada masyarakat yang ada di kabupaten sinjai baik dari perkotaan maupun di pelosok desa-desa terpencil (Nurhikmah, Wawancara, 2023).

Mengenai materi yang akan digunakan untuk sosialisasi sudah disiapkan oleh Komisi Pemilihan Umum Republik Indonesia sebagai berikut.

PENDIDIKAN PEMILIH  
PENCEGAHAN POLITIK

Pemilihan umum (Pemlu) dan Pemilihan sebagai salah satu wujud nyata per yang menjadi sarana rakyat dalam menegakkan kedaulatannya terhadap neg Perwujudan bentuk kedaulatan rakyat ditandai dengan adanya partisipasi mas penyelenggaraan Pemilu dan Pemilihan. Namun sayangnya, pelaksanaannya adanya pelanggaran-selanggaran, salah satunya melalui praktik politik uang. F suatu praktik yang mencederai demokrasi, namun sering terjadi dalam masa F

Dari hasil laporan Indeks Kerawanan Pemilu Tahun 2020 yang dikeluarkan oleh strategi dimensi kontestasi I KP Pilkada Kabupaten/Kota 2020 antara lain ada

1. Pelanggaran jadwal kampanye;
2. Politik uang kepada pemilih;
3. Penyalahgunaan fasilitas negara;
4. Konflik antarpeserta; dan
5. Konflik antarpendukung.

Sedangkan politik uang banyak terjadi seperti kepada pemilih (91 kabupaten/1 pemilih meliputi praktik mahar politik dari partai politik dan praktik politik uang calon tertentu.

## A. Pengertian Politik Uang

Studi yang dilakukan oleh The Latin American Public Opinion Project (LAPOP) Americas Barometer, Afrobarometer, Money Politics Project di Asia Tenggara menunjukkan bahwa Indonesia berada di peringkat ketiga negara di dunia yang paling banyak melakukan praktik jual beli suara atau politik uang. Indonesia hanya kalah bersaing dibanding Uganda dan Benin. Menurut Manzetti dan Wilson (2007), perilaku masyarakat yang cenderung lemah dalam mendapatkan informasi politik menjadi alasan utama praktik politik uang.

A Politik uang merupakan upaya menyuap pemilih dengan memberikan uang atau jasa agar preferensi suara Pemilih dapat diberikan kepada seorang penyupa. (Aspinall & Sukmajati, 2015)

Bumike mengkategorikan politik u yaitu vote buying, vote broker dan buying merupakan pertukaran ba dengan suara dalam pemilu. Vote yang mewakili kandidat/pantai u Sedangkan, korupsi politik adalah kepada politisi dalam rangka mer menguntungkan atau keuntungan



## B. Bentuk Politik Uang

Pengertian politik uang (money politic) itu sendiri menurut ketentuan Pasal 187A, (1) Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2016 ialah:

"Setiap orang yang dengan sengaja melakukan perbuatan melawan hukum menajinkan atau memberikan uang atau materi lainnya sebagai imbalan ker warga negara Indonesia baik secara langsung ataupun tidak langsung ut mempengaruhi Pemilih agar tidak menggunakan hak pilih, menggunakan hak dengan cara tertentu sehingga suara menjadi tidak sah, memilih calon tertentu, tidak memilih calon tertentu sebagaimana dimaksud pada Pasal 73 ayat (4) dipd dengan pidana penjara paling singkat 36 (tiga puluh enam) bulan dan paling lam (tujuh puluh dua) bulan dan denda paling sedikit Rp 200.000.000,00 (dua ratus rupiah) dan paling banyak Rp 1.000.000.000,00 (satu milyar rupiah)"

peserta Pemilu dapat dikatakan melakukan tir politik uang apabila:

- Dilakukan dengan sengaja
- Adanya unsur menajinkan uang/materi la langsung,
- Untuk mempengaruhi Pemilih agar tidak menjadi tidak sah/ memilih calon tertentu/tida
- Pemberi maupun penerima dapat ditida

menurut Aspinall dan Sukmajati (2015), beberapa bentuk politik uang yang jug dalam Pemilu dan Pemilihan dapat dikategorikan sebagai berikut:

- Pembelian Suara (vote buying)**  
Vote buying adalah pemberian imbalan materi (baik dalam bentuk uang ataupun serang individu atau keluarga yang memiliki hak pilih pada hari dilaksanaknrr suara ataupun beberapa hari sebelumnya.
- Pemberian/Pembelian Pribadi (individual gifts)**  
Biasanya mereka melakukan praktik ini ketika bertemu dengan pemilih, baik ke kunjungan ke rumah-rumah atau pada saat kampanye. Pemberian seperti ini a dibicarakan sebagai perekat hubungan sosial. Kadang pemberian tersebut dic tim kampanye.

## C. Hal Yang Bukan Termasuk Politik Uang

- Pelayanan dan Aktivitas (services and activities)**  
Bentuk aktivitas yang sangat umum adalah kampanye pada acara per tertentu. Contoh lain adalah penyelenggaraan pertandingan olahraga, domo, forum pengajian, demo masak dan lain-lan. Tidak sedikit juga membayai bergang pelayanan untuk masyarakat, misalnya check up kesehatan gratis, penyediaan ambulance dan lain-lan.
- Barang Barang Kelompok (club goods)**  
Club goods didefinisikan sebagai praktik politik uang yang diberikan le bersama bagi kelompok sosial tertentu ketimbang bagi keuntungan in perlekangan ibadat, peralatan olahraga, peralatan pertanian, sound t yang sejenis.
- Proyek Genteng Babi (pork barrel projects)**  
Bentuk pork barrel projects didefinisikan sebagai proyek-proyek pemer untuk wilayah geografis tertentu. Kegiatan tersebut ditujukn kepada p dengan dana publik dengan harapan publik akan memberikan dukungan kandidat tertentu.

Adapun terdapat pula hal yang tidak dikategorikan politik uang seperti dana kampanye peserta Pemilu yang selanjutnya disebut dana kampanye adalah sejumlah biaya berupa uang, barang, dan jasa yang digunakan peserta Pemilu untuk membayai kegiatan kampanye.

Dana kampanye harus dapat diaudit sehingga memiliki rekening khusus pertanggung dan informasi ini dapat diakses oleh publik sebagai wujud transparansi. Dana kampanye terbagi untuk:

- Pemilihan Presiden dan Wakil Presiden**  
Dana kampanye bersumber dari pasangan calon yang bersangkutan, parpol/gabu Sumbangan yang sah dari pihak lain (perorangan, kelompok, perusahaan atau bad dan APRN dengan nilai sumbangan dari perseorangan maksimal Rp. 2,5 miliar, kelon nonperemerintah maksimal Rp. 25 miliar.
- Pemilihan Anggota DPR dan DPRD**  
Sumber dana kampanye berasal dari parpol masing-masing, anggota yang bersang sah dari pihak lain (perorangan, kelompok, perusahaan atau badan usaha nonper perseorangan sebesar Rp. 2,5 miliar dan dari kelompok/badan usaha non-peremer



## D. Modus Politik Uang

- Pemilihan Anggota DPD**  
Sumber dana kampanye berasal dari calon anggota DPD yang dan sumbangan yang sah dari pihak lain (perorangan, kelor perusahaan atau badan usaha nonperemerintah) dengan nilai s perseorangan Rp. 750 juta, sumbangan dari kelompok/badan u pemerintah Rp. 1,5 miliar.
- Pemilihan Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah**  
Sumbangan dana kampanye berasal dari parpol/ gabungan pe menggunakan calon, pasangan calon dan sumbangan pemerone hukum swasta yang tidak mengikat dengan nilai sumbangan d Rp. 75 juta. Sedangkan badan hukum swasta Rp. 750 juta. Pembatasan jumlah dana kampanye oleh KPU Provinsi/Kabup disesuaikan dengan jumlah penduduk, luas wilayah, dan stan

Terdapat cara-cara baru yang dilakukan para pelaku atau oknum, antara lain:

- Praktik politik uang dilakukan dalam ruang publik tertutup seperti acara keagamaan khusus, komunitas setempat lewat tokoh dan sebagainya
- Praktik politik uang tidak lagi dilakukan oleh tim kampanye atau tim pemenangan pasangan calon, tapi dilakukan oleh tim bayangan yang tidak terdaftar sebagai tim resmi pasangan calon di KPU
- Barang yang ditawarkan tidak hanya sebatas uang, tapi juga barang yang sesuai kebutuhan masyarakat dalam bentuk voucher, hadiah, sembako, bantuan sosial bahkan uang elektronik dan asuransi yang disertai selebaran/ajakan memilih paslon tertentu baik secara langsung maupun dsampaikan.



## E. Dampak Politik Uang

Tidak hanya untuk kehidupan demokratis secara luas, praktik politik uang juga merugikan bagi peserta Pemilu/Pemilihan dan Pemilih sendiri.

1. Bagi kandidat, praktik politik uang merugikan
  - Biaya politik untuk mengikuti kontestasi PR sebagai kandidat/pasangan calon menjadi sangat mahal.
  - Kandidat/pasangan calon menjadi terasand balas budi dalam hal kebijakan ataupun usang yang cenderung mengarah pada perilaku korup.
2. Bagi partai politik, praktik politik uang menu
  - Partai politik akan terjebak dalam sistem pemungutan uang untuk menggalang dukungan.
  - Mengurangi kualitas kandidat/pasangan calon yang berkualitas.
  - Membuat kaderisasi kepemimpinan dalam berjalan sebagaimana seharusnya.
  - Tujuan partai politik hanya bersifat jangka pendek.

3. Bagi pemilih, praktik politik uang merugikan karena :
  - Menjadikan pilihan kandidat/paslon pada penyelenggaraan Pemilu/Pemilihan semakin terbatas.
  - Kandidat/pasangan calon yang tersedia bukan berasal dari kaderisasi tapi kandidat/pasangan calon yang bersifat instan sehingga pemilih tidak mendapatkan kandidat/pasangan calon yang berkualitas.
  - Pemilih akan terjebak dalam pilihan yang memberikan keuntungan sesaat yaitu dengan mencari tawaran uang yang lebih tinggi.

4. Bagi penyelenggara, praktik politik uang merugikan
  - Penyelenggara kesulitan untuk bertindak secara rahasia prosedurnya dan sanksi harus berkekuatan baru bisa dijatuhkan.
  - Penyelenggara hanya bisa mengimbau untuk tidak dilakukan.

## F. Aturan Larangan Politik Uang Dalam Pemilu

Menurut Syaif Hidayat dalam Gusita (2015: 30), praktik politik uang dimulai dari proses nominasi kandidat, selama masa kampanye, hingga hari-H Pemilu dan Pemilihan ketika suara dihitung. Aturan yang mengatur larangan politik uang dalam tahapan Pemilu tertuang dalam ketentuan Pasal 523 ayat (1), ayat (2), dan ayat (3) Undang-Undang Nomor 7, Tahun 2017 yaitu:

1. Pada Masa Kampanye
  - Setiap pelaksana, peserta, dan/atau tim Kampanye Pemilu yang menjangkau atau memberikan uang atau materi lainnya sebagai Kampanye Pemilu secara langsung ataupun tidak langsung se dalam Pasal 280 ayat (1) huruf f) dipidana dengan pidana penjara tahun dan denda paling banyak Rp. 24.000.000,00 (dua puluh empat juta rupiah).
2. Pada Masa Tenang
  - Setiap pelaksana, peserta, dan/ atau tim Kampanye Pemilu yang Masa Tenang menjangkau atau memberikan imbalan uang atau materi lainnya kepada Pemilih secara langsung ataupun tidak langsung sebagaimana 278 ayat (2) dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan denda paling banyak Rp. 48.000.000,00 (empat puluh delapan juta rupiah).

3. Pada Saat Pemungutan Suara
  - Setiap orang yang dengan sengaja pada hari pemungutan suara memberikan uang atau materi lainnya kepada Pemilih untuk memilihnya atau memilih Peserta Pemilu tertentu dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan denda paling banyak Rp. 36.000.000,00 (tiga puluh enam juta rupiah).

Sedangkan aturan hukum larangan politik uang dalam **Pemilihan** sebagian Pasal 167A Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2016, yaitu:

1. Setiap orang yang dengan sengaja melakukan perbuatan melawan hukum atau memberikan uang atau materi lainnya sebagai imbalan kepada warga negara yang berhak memilih atau calon pemilih untuk mempengaruhi Pemilih menggunakan hak pilih, menggunakan hak pilih dengan cara tertentu yang tidak sah, memilih calon tertentu, atau tidak memilih calon tertentu sebagaimana Pasal 73 ayat (4) dipidana dengan pidana penjara paling singkat 36 (tiga puluh enam) bulan dan paling lama 72 (tujuh puluh dua) bulan dan denda paling sedikit Rp. 1.000.000.000,00 (satu milyar rupiah) dan paling banyak Rp. 1.000.000.000,00 (satu milyar rupiah).
2. Pidana yang sama ditetapkan kepada Pemilih yang dengan sengaja melanggar hukum menerima pemberian atau janji sebagaimana dimaksud pada ayat (1).

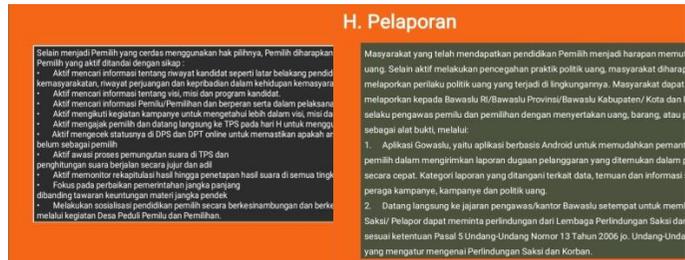
## G. Mencegah Politik Uang

Salah satu penyebab terjadinya praktik politik uang adalah rendahnya pengetahuan masyarakat tentang politik dan Pemilu. Maka upaya pencegahan terjadinya politik uang di masyarakat adalah dengan melakukan pendidikan politik bagi masyarakat terutama di daerah pedesaan yang masih miskin.

Tujuan pendidikan politik ialah menjadikan sebuah masyarakat berdaya dan mandiri. Pendidikan politik kepada pemilih menjadi sangat penting dalam pelaksanaan Pemilu/Pemilihan. Pemilih menjadi sasaran dari para pelaku politik uang.

Pendidikan politik kepada Pemilih diberikan dengan memberikan informasi tentang proses pemilu dan berkesinambungan tentang bahaya politik uang kepada masyarakat. Pendidikan politik kepada Pemilih harus mampu meningkatkan kesadaran Pemilih tentang bahaya politik uang.

1. Politik uang mengancam perilaku yang melanggar peraturan Undang-Undang yang berlaku.
2. Politik uang mendorong pemimpin/wakil rakyat yang rentan ke korupsi.
3. Politik uang membuat kesejahteraan hanya menumpuk pada segelintir orang.



## Gambar 4. 4 Materi Sosialisasi Mengenai Politik Uang

Dari keterangan Muhammad Kasim dan Nurhikmah dijelaskan bahwa komunikator dapat berasal dari divisi manapun dan anggota KPU di Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Sinjai, akan tetapi terkait materi, tema dan isi harus sesuai dengan modul dari Komisi Pemilihan Umum Republik Indonesia. Komisi Pemilihan Umum Kabupaten sinjai dalam menyampaikan pesan menggunakan pesan verbal dan non verbal. Pesan verbal yang dilakukan yaitu melalui lisan dan tulisan, sedangkan pesan non verbal adalah penyampaian pesan yang dilakukan melalui gesture, gambar, dan intonasi suara.

Jadi dapat disimpulkan bahwa dalam menyusun pesan Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Sinjai sudah tidak lagi menyusun materi sosialisasi karena memang

sudah disiapkan langsung dari Komisi Pemilihan Umum Republik Indonesia.

### 3) Menentukan Metode

Dalam melancarkan strategi komunikasi hal selanjutnya yang harus diperhatikan dalam penyampaian pesan adalah menentukan metode yang digunakan. Dengan menggunakan metode yang tepat, penyusunan pesan, serta telah mengenali khalayak maka komunikasi yang dilakukan menjadi lebih efektif dalam penyampaian pesan kepada khalayak. Penentuan metode dalam strategi komunikasi adalah tahap ketiga dari perumusan strategi komunikasi. Sebagaimana yang dipaparkan oleh Muhammad Kasim Divisi Sosialisasi, Pendidikan Pemilih Partisipasi Masyarakat dan SDM Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Sinjai.

Melakukan identifikasi kelompok sasaran, misalnya ketika kita ingin melakukan kegiatan sosialisasi ditingkat desa maka kita akan mengidentifikasi siapa saja yang akan di undang apakah tokoh yang mau hadir atau dari kalangan masyarakat biasa kemudian baru kita tentukan metode yang akan digunakan. Contohnya di Desa metode yang digunakan itu metode tatap muka ada penyampaian materi dan dialog seperti

juga di Kota kita bisa menggunakan metode tatap muka misalnya mendatangi keramaian seperti pasar-pasar dalam bentuk menyebarkan selebaran atau mendatangi kegiatan *car free day* dalam bentuk penyampaian pesan singkat (Muhammad Kasim, Wawancara, 2023).

Metode yang digunakan dalam menyampaikan informasi yaitu melalui sosialisasi dan saluran komunikasi berikut dokumentasinya:





Gambar 4. 5 Sosialisasi Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Sinjai

Dalam menentukannya terdapat beberapa metode yang dapat digunakan dalam menyampaikan pesan kepada khalayak, yaitu metode informatif

dilakukan sebagai penyampaian informasi kepada seluruh khalayak sasaran melalui forum sosialisasi dan saluran komunikasi. Tujuan metode ini untuk memberikan kesadaran kepada khalayak dan pengetahuan yang cukup untuk tidak melakukan tindakan politik uang, pesan yang disampaikan berisi informasi bahwa politik uang itu tidak dibolehkan karena sudah ada undang-undang yang mengatur dan tidak dibenarkan dalam dalil agama.

Dan untuk partai politik peserta pemilu Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Sinjai menyampaikan bahwa partai politik tidak melakukan tindakan politik uang seperti memberikan uang tunai dan sembako akan tetapi dalam kampanye boleh memberikan barang yang sudah ditentukan dari KPU Republik Indonesia seperti Sarung, Kaos, Pulpen, Gantungan Kunci, Gelas yang nilainya tidak melebihi dari Rp. 60.000. Sebagaimana yang dipaparkan oleh Nurhikmah selaku Divisi Perencanaan, Data dan Informasi Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Sinjai.

Pembagian semacam bahan kampanye itu dibolehkan contohnya sarung, kerudung, kaos dengan catatan harganya tidak boleh melebihi Rp. 60.000. Dan dalam bahan kampanye itu

dicantumkan brosur terkait nama calon sedangkan kalau sembako itu tidak bisa dan segala sesuatu yang bisa dimakan itu tidak diperbolehkan karna tidak disebutkan dalam peraturan KPU (Nurhikmah, Wawancara, 2023).

Kemudian metode selanjutnya yaitu metode edukatif dilakukan sebagai proses pembelajaran dalam memahami tentang proses dan tahapan pemilu serta apa saja yang diperbolehkan dan yang dilarang. Contoh kegiatan yang dilakukan yaitu mengadakan sosialisasi seperti seminar kepada masyarakat, mahasiswa, dan pelajar. Dan dalam metode persuasif KPU kabupaten Sinjai mengajak secara langsung kepada khalayak agar tidak melakukan praktik politik uang. Contoh kegiatan KPU Kabupaten Sinjai dalam melakukan metode persuasif pada sosialisasi larangan politik uang adalah dengan cara menggunakan forum warga, komunikasi tatap muka secara langsung.

Dalam hal ini terdapat beberapa metode yang digunakan oleh Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Sinjai dalam menyampaikan sosialisasi dilakukan dengan cara:

a) Forum Warga

Forum warga yang dimaksud adalah mengadakan edukasi kepada warga berbasis keluarga dengan mengadakan Tanya jawab tentang tahapan kegiatan pemilu khususnya larangan politik uang. Pesan yang disampaikan yaitu warga tidak menerima apapun dari calon legislatif dan partai politik seperti uang dan sembako.

b) Komunikasi Tatap Muka

Komunikasi tatap muka yang dimaksud adalah berupa pertemuan dalam bentuk; diskusi, seminar, workshop, rapat kerja, pelatihan, ceramah dan talkshow. Pesan yang disampaikan yaitu himbuan kepada masyarakat agar tidak melakukan praktik politik uang.

c) Media Massa

Penyampaian informasi melalui media massa yaitu media massa cetak seperti Koran, dan media elektronik melalui Radio, Televisi, Heandphone.

d) Bahan Sosialisasi

Penyampaian informasi melalui bahan sosialisasi dapat meliputi: Brosur, Pamhlet, Poster, dan

Stiker. Isi pesan dalam sosialisasi adalah dalam bentuk gambar dengan pesan tolak politik uang, stop politik uang.

e) Alat Peraga Sosialisasi

Alat peraga sosialisasi yang dimaksud adalah Spanduk, Banner, Baliho, dan Umbul-umbul

f) Mobilisasi Sosial

Metode dengan cara ini yang dilakukan oleh Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Sinjai adalah acara *Car Free Day*.

g) Media Sosial

Penyampaian informasi melalui media sosial dapat dilakukan melalui tulisan, gambar, suara atau audiovisual.

Jadi dapat disimpulkan bahwa Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Sinjai dalam menentukan metode sosialisasi yaitu melalui forum warga, komunikasi tatap muka, media massa, bahan sosialisasi, alat peraga sosialisasi, mobilisasi sosial dan media sosial.

#### 4) Pemilihan Penggunaan Media

Dalam pemilihan penggunaan media komunikator harus bisa menyesuaikan dengan keadaan dan kondisi khalayak yang ditujukan sehingga proses komunikasi tersebut bisa berjalan secara efektif. Pemilihan penggunaan media bisa dilakukan secara satu arah dan dua arah. Media satu arah yang dapat digunakan yaitu Televisi, Radio, Surat Kabar, Brosur, Poster, Spanduk, dan Selebaran, sedangkan media dua arah seperti presentasi, komunikasi antar pribadi, diskusi, dan komunikasi kelompok.

Penggunaan media komunikasi yang digunakan oleh Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Sinjai meliputi penggunaan media televisi, radio, surat kabar, pamphlet, poster, media sosial (whatsApp, Facebook, Instagram), sebagaimana yang dipaparkan oleh Muhammad Kasim Divisi Sosialisasi, Pendidikan Pemilih Partisipasi Masyarakat dan SDM Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Sinjai.

Sebelum menentukan media yang digunakan KPU Kabupaten Sinjai mengidentifikasi kecenderungan masyarakat secara umum untuk

mencari tauh informasi, ternyata untuk saat ini diatas 70% masyarakat kita lebih senang dapat informasi dari media sosial dan kami yang ada di KPU Kabupaten Sinjai diwajibkan untuk memiliki akun medsos untuk tempat menyebarkan sosialisasi (Muhammad Kasim, Wawancara, 2023).

Hal ini diperkuat oleh Nurhikmah selaku Divisi Perencanaan, Data dan Informasi Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Sinjai.

Media yang digunakan oleh KPU Kabupaten Sinjai yaitu saluran televisi lokal, KPU juga menggunakan surat kabar, pamphlet, baliho, radio, dan juga media sosial. Selain itu kami juga melakukan sosialisasi di sekolah-sekolah dan kampus-kampus yang ada di Kabupaten Sinjai. Dan sosialisasi juga dilakukan di pasar-pasar dengan menggunakan alat peraga sehingga masyarakat tertarik untuk ikut bergabung dalam kegiatan sosialisasi yang kami selenggarakan dan di acara *Car Free Day* (Nurhikmah, Wawancara, 2023).

Media yang digunakan Komisi Pemilihan Umum Sinjai yaitu Media Sosial Komisi Pemilihan Umum Sinjai.



**KPU KABUPATEN SINJAI**  
Layanan Publik & Pemerintahan  
Akun Resmi Instagram Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Sinjai | #KPUmelayani #KPUsinjai  
kab-sinjai.kpu.go.id/

736 Postingan   1.483 Pengikut   353 Mengikuti

Dikuti oleh munawwara240501

Ikuti   Kirim Pesan   +8

Grid of 6 images showing election-related content: a map of Sinjai, a list of candidates with 197,812 votes, a car interior, a group of officials, a meeting with a 'KORONA CI' banner, and a 'Rekapitulasi DAFTAR PEMILIH TETAP' document.

# RDA GARA



**KPU KABUPATEN SINJAI**  
@kpukabupatensinjai3452 44 subscriber 21 video  
Saluran youtube resmi Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Sinjai.

Subscribe

BERANDA   VIDEO   SHORTS   PLAYLIST



Video player showing a woman speaking at a podium. The background features a banner for 'RAPAT EVALUASI PERENCANAAN ANGGARAN PILKADA SULAWESI UTARA TAHUN 2021'. The video title is 'EMPAT PRIORITAS KPU DI TAHUN 2021' and the duration is 1:20.



Gambar 4. 6 Media Sosial Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Sinjai

Pada zaman yang semakin canggih ini Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Sinjai memanfaatkan teknologi, melakukan sosialisasi dengan menggunakan media sosial diantaranya:

1).	Website	Yaitu:	<a href="https://kab-sinjai.kpu.go.id/">https://kab-sinjai.kpu.go.id/</a>
2).	Facebook	Yaitu:	KPU Sinjai
3).	Instagram	Yaitu:	kpu_sinjai
4).	Twitter	Yaitu:	@kpu_sinjai

Dengan akun-akun diatas Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Sinjai melakukan penyebaran informasi mengenai tahapan pemilu dan informasi sosialisasi lainnya.

Jadi dapat disimpulkan bahwa pemilihan penggunaan media yang digunakan oleh Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Sinjai adalah memanfaatkan media sosial yang dimiliki oleh KPU Kabupaten Sinjai dalam sosialisasi.

#### 5) Peranan Komunikator

Dalam strategi komunikasi peranan komunikator sangatlah penting agar bisa membangkitkan perhatian masyarakat atau khalayak umum hingga ikut berpartisipasi dalam kegiatan-kegiatan Pemilu. Ada beberapa faktor penting yang harus dimiliki komunikator sebelum melakukan sosialisasi yaitu daya tarik dan *kredibilitas*. Terkait dengan daya tarik dan *kredibilitas* Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Sinjai sebelum melaksanakan sosialisasi terlebih dahulu mengikuti *training of trainers*, sebagaimana yang dipaparkan oleh Muhammad Kasim Divisi Sosialisasi, Pendidikan Pemilih

## Partisipasi Masyarakat dan SDM Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Sinjai.

Sebelum terjun langsung dalam sosialisasi komunikator akan diberikan keterampilan dengan mengikuti TOT atau *training of trainers*, jadi direkrut orang-orang internal KPU untuk diberikan pelatihan menjadi komunikator sehingga bisa menguasai modul-modul. Walaupun secara keseluruhan anggota KPU memiliki tugas dan tanggungjawab yang sama tetapi ada yang ditugaskan secara khusus sebagai *of trainers* atau yang disebut sebagai fasilitator. Anggota KPU Kabupaten Sinjai yang sudah mengikuti pelatihan tersebut yaitu saya sendiri selaku Divisi Sosialisasi, Pendidikan Pemilih Partisipasi Masyarakat dan SDM, ada Bapak Awaluddin Divisi Teknis Penyelenggaraan Pemilu, Ibu Nurhikmah Divisi Perencanaan, Data dan Informasi dan ada beberapa staf juga. Orang-orang yang mengikuti TOT yaitu orang-orang yang memang sudah memiliki pengalaman yang panjang sebelum masuk di KPU yaitu pengalaman dalam komunikasi publik atau mereka sering menjadi narasumber atau pernah jadi dosen. (Muhammad Kasim, Wawancara, 2023).

Komunikator yang melakukan sosialisasi yaitu anggota Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Sinjai tetapi hanya berlaku bagi mereka yang sudah

mengikuti TOT atau *training of trainers* berikut dokumentasi anggota KPU dalam melakukan Sosialisasi.



Gambar 4. 7 Dokumentasi Anggota Komisi Pemilihan Umum Sinjai Dalam Sosialisasi

Dalam membangun kredibilitas dan daya tarik di mata khalayak, KPU Kabupaten Sinjai terjun sendiri sebagai komunikator. Upaya Komisi Pemilihan Kabupaten Sinjai dalam menarik perhatian (*attention*) khalayak dengan cara mengajak para tokoh agama, tokoh masyarakat untuk ikut berpartisipasi dalam mensosialisasikan larangan politik uang dengan begitu khalayak akan menumbuhkan perhatiannya. Komisi Pemilihan Umum juga mengajak relawan untuk berpartisipasi seperti dari komunitas dan mahasiswa

sehingga dapat menumbuhkan perhatian dikalangan pemilih muda. Setelah tahap perhatian, maka ada tahap menumbuhkan minat (*interest*) KPU Kabupaten Sinjai memberitahukan dampak buruk yang ditimbulkan Karena praktik politik uang, serta menjelaskan bahwa ada undang-undang yang mengatur, dalil keagamaan, dan dampak di masyarakat. Tahap berikutnya dalam sosialisasi larangan politik uang yaitu keinginan (*desire*), dengan menjelaskan dampak buruk yang ditimbulkan dengan adanya praktik politik uang maka akan ada keinginan untuk menghindari politik uang. Kemudian tahap selanjutnya adalah membuat khalayak mengambil keputusan (*decision*) untuk menghindari dan tidak melakukan politik uang. Tahap terakhir yaitu tindakan (*action*), dalam tahap ini KPU Kabupaten Sinjai belum dapat memastikan apakah khalayak melakukan tindakan nyata untuk menolak politik uang atau melakukannya walaupun hal tersebut tidak bisa dihilangkan karena dalam pemilu hal tersebut sudah lumrah bagi masyarakat, seperti yang dipaparkan oleh Nurhikmah Divisi Perencanaan, Data dan Informasi Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Sinjai.

KPU sampai sekarang belum bisa memastikan praktik politik uang itu bisa dihilangkan dalam pemilu *karena* di masyarakat hal seperti ini sudah sangat biasa karena yang melakukan hal ini itu sama-sama menutup mulut. Walaupun hal ini tidak bisa dihindari setidaknya bisa kita mengurangi (Nurhikmah, Wawancara, 2023).

Jadi dapat disimpulkan bahwa perananan seorang komunikator dalam melakukan sosialisasi itu sangat penting ketika seorang komunikator tidak bisa menarik perhatian seorang komunikan maka komunikasinya tidak berjalan efektif.

### **C. Faktor pendukung dan penghambat Strategi Komunikasi Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Sinjai Dalam Sosialisasi Larangan Politik Uang Pada Pemilihan Umum Tahun 2019**

Dalam melakukan sosialisasi pasti ada faktor pendukung dan penghambat Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Sinjai dalam sosialisasi larangan politik uang pada pemilihan umum Tahun 2019. Penulis akan menguraikan terkait dengan faktor pendukung dan penghambat dari hasil wawancara yang diperoleh.

#### **1. Faktor Pendukung**

Komisi Pemilihan Umum merupakan instansi pemerintah yang menyelenggarakan pemilihan umum

baik di tingkat Presiden dan Wakil Presiden, Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan Perwakilan Rakyat Daerah, Dewan Perwakilan Daerah, Kepala Daerah Tingkat Kabupaten dan Kota, serta Kepala Daerah tingkat Provinsi.

Dalam kegiatan sosialisasi KPU Kabupaten Sinjai dilakukan sesuai dengan dasar hukum Undang-undang yaitu:

- a) Undang-undang Nomor 7 Tahun 2017 Tentang Pemilu
- b) Peraturan Komisi Pemilihan Umum (PKPU) Nomor 7 Tahun 2017 Tentang Tahapan Program dan jadwal penyelenggaraan pemilihan umum tahun 2019.
- c) Peraturan Komisi Pemilihan Umum (PKPU) Nomor 5 Tahun 2018 Tentang perubahan atas peraturan Komisi Pemilihan Umum Nomor 7 Tahun 2017 tentang Tahapan, Program, dan jadwal penyelenggaraan Pemilihan Umum Tahun 2019.
- d) Peraturan Komisi Pemilihan Umum (PKPU) Nomor 5 Tahun 2018 Tentang Sosialisasi Pendidikan Pemilih, dan Partisipasi Masyarakat dalam penyelenggaraan Pemilihan Umum.

e) Peraturan Komisi Pemilihan Umum (PKPU) Nomor 32 Tahun 2018 Tentang perubahan kembali atas perubahan peraturan Komisi Pemilihan Umum Nomor 7 Tahun 2017 Tentang Tahapan, Program, dan jadwal penyelenggaraan Pemilihan Umum Tahun 2019.

Dengan adanya Undang-undang dan Peraturan Komisi Pemilihan Umum (PKPU) dalam kegiatan sosialisasi merupakan faktor pendukung diadakannya sosialisasi. Kemudian faktor lain yaitu sumber daya manusia yang dimiliki Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Sinjai dalam melakukan sosialisasi dan faktor pendukung selanjutnya yaitu konten atau materi sosialisasi yang sudah disiapkan oleh KPU Republik Indonesia. Kemudian faktor penting lainnya yaitu partisipasi masyarakat juga sangat mendukung diadakannya sosialisasi. Sebagaimana yang dikatakan oleh Muhammad Kasim Divisi Sosialisasi, Pendidikan Pemilih Partisipasi Masyarakat dan SDM Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Sinjai.

Faktor pendukung yang pertama karena KPU adalah instansi milik pemerintah maka dalam melakukan sosialisasi pasti ada undang-undang yang mengatur. Kemudian banyak sekali *audiens*

yang ingin ikut serta dalam kegiatan-kegiatan sosialisasi dan dari sisi konten atau materi sosialisasi itu memang sudah disiapkan (Muhammad Kasim, Wawancara, 2023).

Hal ini diperkuat oleh Nurhikmah selaku Divisi Perencanaan, Data dan Informasi Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Sinjai.

Faktor pendukungnya yaitu ketika kita turun untuk melaksanakan sosialisasi masyarakat itu juga antusias menerima kami, mendengarkan kami ketika melakukan sosialisasi. Apabila ketika kita membawa alat peraga sosialisasi pasti masyarakat itu sangat antusias untuk bergabung. Kemudian faktor selanjutnya yaitu dari organisasi-organisasi kampus, komunitas itu banyak yang mengsupport kita dengan cara mereka siap bersama-sama dengan kami di KPU untuk turun bersama-sama melaksanakan sosialisasi. Atau kami diundang ketika mereka melaksanakan kegiatan semisal seminar politik dan yang menjadi pematerinya yaitu dari KPU Kabupaten Sinjai sekaligus kami melakukan sosialisasi (Nurhikmah, Wawancara, 2023).

Jadi faktor pendukung Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Sinjai dalam melakukan sosialisasi yaitu adanya undang-undang yang mengatur maupun Peraturan Komisi Pemilihan Umum (PKPU), pendukung

selanjutnya sumber daya manusia (SDM) yang dimiliki KPU Kabupaten Sinjai dalam melakukan sosialisasi, partisipasi masyarakat yang sangat mendukung dalam kegiatan sosialisasi dan konten atau materi sosialisasi yang sudah disiapkan oleh KPU Republik Indonesia.

## 2. Faktor Penghambat

Faktor penghambat KPU Kabupaten Sinjai dalam sosialisasi Larangan Politik Uang adalah masalah anggaran dan kurangnya kesadaran masyarakat untuk menghindari politik uang. Sebagaimana yang dipaparkan oleh Bapak Muhammad Kasim Divisi Sosialisasi, Pendidikan Pemilih Partisipasi Masyarakat dan SDM Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Sinjai.

Yang menjadi penghambat kami di KPU kabupaten Sinjai dalam sosialisasi itu masalah anggaran dalam melakukan sosialisasi dan yang menjadi substansi sebenarnya yaitu penerimaan atau pemahaman masyarakat bagaimana pencegahan politik uang (Muhammad Kasim, Wawancara, 2023).

Kemudian hal serupa juga dikemukakan oleh Ibu Nurhikmah selaku Divisi Perencanaan, Data dan Informasi Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Sinjai.

Banyak masyarakat juga yang ketika kita turun melaksanakan sosialisasi mereka menggira bahwa kami ini tim sukses caleg yang membawa sembako sehingga ketika kita sementara membawa atau selesai melaksanakan sosialisasi itu mereka kadang bertanya dimana sembako atau amplop yang akan dibagikan. Dan money politik itu susah untuk diproses karena kenapa baik yang memberi dan menerima itu sama-sama diam (Nurhikmah, Wawancara, 2023).

Jadi yang menjadi hambatan Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Sinjai dalam sosialisasi yaitu masalah anggaran dan kurangnya perhatian masyarakat mengenai politik uang yang memang hal ini tidak bisa kita hilangkan dalam Pemilu.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan di Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Sinjai mengenai Strategi Komunikasi Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Sinjai Dalam Sosialisasi Larangan Politik Uang Pada Pemilihan umum Tahun 2019, Penulis dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi komunikasi yang dilakukan oleh Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Sinjai Dalam Sosialisasi Larangan Politik Uang Pada Pemilihan Umum Tahun 2019 yaitu (1) Mengenal Khalayak, (2) Menyusun Pesan, (3) Menentukan Metode, (4) Pemilihan Penggunaan Media, dan (5) Peranan Komunikator.
2. Sedangkan yang menjadi faktor pendukung berjalannya sosialisasi adalah adanya undang-undang yang mengatur maupun Peraturan Komisi Pemilihan Umum (PKPU), pendukung selanjutnya SDM yang dimiliki KPU Kabupaten Sinjai dalam melakukan sosialisasi, partisipasi masyarakat yang sangat mendukung dalam kegiatan

sosialisasi, dan konten atau materi sosialisasi yang sudah disiapkan oleh KPU Republik Indonesia. Sedangkan faktor penghambat Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Sinjai dalam melakukan sosialisasi yaitu kurangnya anggaran dalam melakukan kegiatan sosialisasi dan kurangnya kesadaran masyarakat dalam menghindari politik uang.

## **B. Saran**

### 1. Bagi Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Sinjai

Untuk Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Sinjai peneliti menyarankan agar pihak KPU Kabupaten Sinjai lebih rutin lagi mengadakan kegiatan sosialisasi terkait larangan politik uang sehingga masyarakat dapat lebih mengetahui banyak informasi dan pemahaman tentang larangan politik uang

## 2. Bagi Partisipasi Pemilu dan Partai Politik

Bagi Partisipasi Pemilu dan Partai Politik agar tidak melakukan praktik politik uang karena dapat mencederai demokrasi dan dilarang di dalam undang-undang maupun agama.

## 3. Bagi Peneliti

Semoga tulisan ini dapat menjadi bahan acuan bagi penelitian selanjutnya. Dan terutama bagi peneliti sendiri semoga memberikan masukan dan pemahaman dari kajian-kajian dan isi dari tulisan ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif* (P. Rapanna (ed.)). Syakir Media Press.
- Akmad, B. A. (2022). *Komunikasi Organisasi*. Aswaja Pressindo.
- Arni, M. (2004). *Komunikasi Organisasi*. Bumi Aksara.
- Asriwati, A. (2021). *Strategi Komunikasi Yang Efektif*. Syiah Kuala University Press.
- Bagong, D. N. (2005). *Sosiologi Teks Pengantar*. Prenada Media.
- Cangara, H. (2011). *Komunikasi Politik: Konsep, Teori, dan Atrategi*. Rajawali Pers.
- Cangara, H. (2014). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Raja Grafindo Persada.
- Cangara, H. (2014). *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Raja Grafindo Persada.
- Damsar, D. (2011). *Pengantar Sosiologi Pendidikan*. Kencana Prenada Media Group.

- Effendy, O. U. (1993). *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. PT Citra Aditya Bakti.
- Effendy, O. U. (2000). *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. PT Citra Aditya Bakti.
- Effendy, O. U. (2015). *Dinamika Komunikasi*. Remaja Rosdakarya.
- Henselin, J. M. (2007). *Sosiologi: Dengan Pendekatan Membumi*. Erlangga.
- Hidayat, N. (2006). *Metodologi Penelitian Dakwah Dengan Pendekatan Kualitatif*. UIN Press.
- Indasari, I. (2020). Strategi Badan Pengawas Pemilihan Umum Dalam Mencegah Money Politik di Kabupaten Sinjai (Studi Kasus Tahun 2018). <https://journal.unismuh.ac.id/index.php/kimap/index>, 1.
- Jurdi, F. (2018). *Pengantar Hukum Pemilihan Umum*. Kencana.
- Jurdi, S. (2019). Komisi Pemilihan Umum (KPU) dan Penguatan Institusi: Dari Kooptasi Rejim, Kemandirian dan Penguatan Etik Penyelenggara. *Www*.

*Journal.Kpu.Go.Id.*

Jurdi, S. (2020). *Pemilihan Umum Di Indonesia* (F. H. Lukita (ed.)). Kencana.

Justicia, T. V. (2017). *Undang-Undang Pemilu 2019* (A. Mahardika (ed.)). GENESIS LEARNING.

Karyaningsih, P. D. (2018). *Ilmu Komunikasi*. Samudra Biru.

Lianjani, A. (2018). *Strategi Komunikasi Pemerintah Kota Tangerang Selatan Dalam Mensosialisasikan Program Smart City*.

Maryati, K. (2001). *Sosiologi*. Erlangga.

Morissan, M. (2006). *Pengantar Public Relations Strategi Menjadi Humas Professional*. Ramdina Prakasa.

Mulyana, D. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Remaja Rosdakarya.

Muzdalifa, M. (2022). *Strategi Komunikasi Komisi Pemilihan Umum (Kpu) Untuk Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Dalam Menggunakan Hak Pilih Pada Pemilihan Umum*

*2019 Di Kabupaten Nganjuk.*

Najib, H. (2020). *Dilema Badan Penyelenggaraan Pemilu. Komunika.*

Noor, J. (2017). *Metodologi Penelitian. Kencana.*

Nugraha, Q. (2005). *Manajemen Strategi Pemerintah. Yayasan Obor.*

Prabawa, B. A. T. (2020). *Hubungan Strategi Komunikasi Penyuluhan Pertanian Dengan Perilaku Petani Jahe Subak Sarwa Ada Desa Taro, Kecamatan Tegallalang, Kabupaten Gianyar. Nilacakra.*

Qurtuby, A. (2005). *Al-Jami Lil Ahkam Al-Qur'an. Dayrut Dar-Al-Kutub Al-Ilmiyah.*

Ramli, M. (2021). *Model Komunikasi Islam KPU Sinjai dalam Sosialisasi Pemilu Tahun 2019.*

Salim, S. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Haidir (ed.)). Citapustaka Media.

Sendjaja, D. (2014). *Pengantar Ilmu Komunikasi* (E.R.Palupi (ed.)). Universitas Terbuka.

- Setyawan, D. (2013). *Strategi Meningkatkan Kesadaran Politik dan Menolak Money Politik Pemilihan Pilkada Pada Kota Malang*.
- Sinjai, K. (n.d.). *Komisi Pemilihan Umum Sinjai*. Kpu.Go.Id. <https://kab-sinjai.kpu.go.id/page/25>
- Sugiharto, I. (2021). *Politik Uang dan Permasalahan Penegakan Hukumnya*. PT. Nasya Expanding Management.
- Sugiyono, S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Alfabeta.
- Suryani, L. (2021). *Upaya Penanggulangan Badan Pengawas Pemilu (BAWASLU) Kota Mataram Terhadap Praktek Politik Uang Pada Pelaksanaan Pemilu 2019*.
- Syahputra, D. K. (2012). *Media dan Politik*. Graha Ilmu.
- Urbaningrum, A. (2004). *Pemilu Orang Biasa*. Republika.
- Widiawati, N. (2020). *Metodologi Penelitian Komunikasi dan Penyiaran Islam* (E. F. F. Khomaeny (ed.); Pertama). Edu Publisher.

- Yusuf, M. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*. Kencana.
- Yusuf, M. F. (2021). *Buku Ajar Pengantar Ilmu Komunikasi Untuk Perguruan Tinggi Keagamaan Islam (PTKI) dan Umum* (D. T. Aji (ed.)). Pustaka Ilmu Group.
- Zaman, R. K. (2016). *Perjalanan Panjang PILKADA Serentak*. Mizan Media Utama.

# **LAMPIRAN-LAMPIRAN**

## **Kisi-kisi Instrumen Penelitian**

**Strategi Komunikasi Komisi Pemilihan Umum Kabupaten  
Sinjai Dalam Sosialisasi Larangan Politik Uang Pada Pemilihan  
Umum Tahun 2019**

Nama : Munawwara  
NIM : 190208007  
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

No	Variabel Penelitian	Indikator
1	Strategi Komunikasi Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Sinjai	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Memberi pemahaman tentang strategi komunikasi.</li><li>2. Untuk menemukan Strategi Komunikasi Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Sinjai dalam Sosialisasi Larangan Politik Uang Pada Pemilihan Umum Tahun 2019.</li></ol>

2	Sosialisasi Larangan Politik Uang	<ol style="list-style-type: none"><li data-bbox="582 245 972 443">1. Memberi pemahaman tentang pentingnya menghindari praktik politik uang.</li><li data-bbox="582 466 972 718">2. Menjadikan segala faktor pendukung sebagai sesuatu yang dapat meningkatkan kegiatan sosialisasi.</li></ol>
---	--------------------------------------	---

## **PEDOMAN WAWANCARA**

### Identitas Informan

1. Nama :
2. Jenis Kelamin :
3. Pendidikan :
4. Jabatan :

### Daftar Pertanyaan

1. Apakah ada cara atau metode khusus yang digunakan KPU kabupaten Sinjai dalam mengenali khalayak saat ingin melakukan sosialisasi?
2. Siapa saja khalayak yang menjadi target sasaran sosialisasi politik uang oleh KPU Kabupaten Sinjai?
3. Apa saja klasifikasi yang dibuat oleh KPU Kabupaten Sinjai dalam mengenali khalayak saat melakukan sosialisasi?
4. Siapakah yang berwenang dalam menyusun pesan di KPU Kabupaten Sinjai?
5. Apakah selain divisi sosialisasi diperbolehkan dalam menyusun pesan terkait sosialisasi politik uang?
6. Bagaimana cara KPU kabupaten Sinjai menyusun pesan untuk sosialisasi larangan politik uang? Misalnya

penyusun pesan di daerah pedesaan maupun diperkotaan, pemilih pemula, dan pemilih lansia

7. Apakah terdapat perbedaan susunan pesan pada kategori khalayak yang berbeda?
8. Siapa sajakah orang yang melakukan sosialisasi larangan politik uang ini?
9. Bagaimana cara KPU Kabupaten Sinjai dalam menentukan metode komunikasi tentang larangan politik uang?
10. Metode apa saja yang digunakan?
11. Bagaimana cara KPU kabupaten Sinjai dalam memilih media untuk sosialisasi politik uang?
12. Apa saja media yang digunakan dalam mensosialisasikan larangan politik uang?
13. Bagaimanacara KPU Kabupaten Sinjai dalam memilih komunikator untuk mensosialisasikan larangan politik uang?
14. Apakah terdapat persyaratan khusus untuk menjadi komunikator dalam mensosialisasikan larangan politik uang?

15. Pada saat melakukan sosialisasi apa saja factor pendukung dan penghambat KPU Kabupaten Sinjai dalam Sosialisasi Larangan Politik Uang?

## **DESKRIPSI HASIL WAWANCARA**

### Identitas Informan

1. Nama : Muhammad Kasim
2. Jenis Kelamin : Laki-laki
3. Tempat/Tanggal Lahir : Sinjai, 3 Mei 1975
4. Jabatan : Anggota KPU Kabupaten Sinjai

### Daftar Pertanyaan

1. Apakah ada cara atau metode khusus yang digunakan KPU kabupaten Sinjai dalam mengenali khalayak saat ingin melakukan sosialisasi?

Jawaban: Ketika kita berbicara soal cara sebenarnya ini sudah dipetakan oleh KPU Republik Indonesia, jadi setiap selesai Pemilu diadakan evaluasi secara nasional soal kegiatan sosialisasi dan pendidikan pemilih setiap setiap pemilu. Hasilnya itu KPU RI yang membuat rumusan keputusan-keputusan soal cara mengidentifikasi khalayak yang mau dijadikan sasaran sosialisasi. Jadi itu sudah berbasis dari KPU RI dan kita di KPU Kabupaten tinggal

menjalankan hasil evaluasi dari KPU RI yang merupakan rekomendasi kegiatan sosialisasi.

2. Siapa saja khalayak yang menjadi target sasaran sosialisasi politik uang oleh KPU Kabupaten Sinjai?

Jawaban: Kalau ini sudah ditetapkan secara nasional hasil identifikasinya itu KPU RI merumuskan 11 sekmen atau komunitas yang menjadi sasaran sosialisasi baik secara umum maupun khusus untuk Politik Uang.

3. Apa saja klasifikasi yang dibuat oleh KPU Kabupaten Sinjai dalam mengenali khalayak saat melakukan sosialisasi?

Jawaban: Dengan sekmen yang tadi yang saya jelaskan, misalnya suatu ketika kita sosialisasinya menysasar hanya pemilih pemula kemudian dikesempatan lain kita melakukan pertemuan sosialisasi dengan kelompok keagamaan misalnya kita masuk dipesantren. Dirementang waktu yang lain kita ketemu dengan komunitas pasar.

4. Siapakah yang berwenang dalam menyusun pesan di KPU Kabupaten Sinjai?

Jawaban: Berbicara soal kewenangan ini juga bukan tingkat Kabupaten tapi ditingkat KPU RI. Jadi konten materi sosialisasi itu dirumuskan semua dalam bentuk kurikulum KPU RI salah satunya yaitu tentang metode pencegahan Politik Uang, jadi memang sudah ada modulnya dari KPU RI.

5. Apakah selain Divisi Sosialisasi diperbolehkan dalam menyusun pesan terkait sosialisasi politik uang?

Jawaban: Sebenarnya kita sudah tidak susun lagi kan modulnya sudah disusun oleh KPU RI tinggal Divisi Sosialisasi dan semua anggota KPU itu punya tugas yang sama untuk melakukan sosialisasi.

6. Apakah terdapat perbedaan susunan pesan pada kategori khalayak yang berbeda?

Jawaban: Iya dari susunan bahasanya. Dari sisi bahasanya itu pasti kita kemas sesuai dengan kebutuhan Khalayak yang kita hadapi tapi dari sisi subtansi isi itu sudah diatur. Jadi kontennya sama namun bahasanya beda pada saat kita ketemu dengan kelompok pemilih pemula pasti

sisi bahasanya itu sesuai dengan bagaimana cara berkomunikasi anak muda, ketika bertemu dengan kelompok keagamaan model bahasanya beda lagi.

7. Siapa sajakah orang yang melakukan sosialisasi larangan politik uang ini?

Jawaban: Kalau dari KPU itu harapannya semua unsur yang punya kepentingan pemilih ini. Selain kami di KPU bertugas untuk sosialisasi itu Bawaslu juga punya tugas dan tanggungjawab sosialisasi tapi yang penting sebenarnya ketika kita kembali ke Perundang-undangan pemilih. Kewajiban itu ada di unsur penyelenggara KPU, Bawaslu, ada di unsur peserta seperti partai politik dan calonnya dan kemudian dari pemerintah juga punya kesempatan tugas yang sama itu menurut perintah Undang-undang itu begitu. Termaksud juga masyarakat pemilih juga punya kewajiban mensosialisasikan.

8. Bagaimana cara KPU Kabupaten Sinjai dalam menentukan metode komunikasi tentang larangan politik uang?

Jawaban: Yang pertama itu kita identifikasi kelompok sasaran. Kembali kita lihat misalnya kita ingin melakukan sosialisasi ditingkat Desa kita lakukan identifikasi dulu siapa yang akan hadir apakah misalnya tokoh yang mau hadir atau dari dari kalangan masyarakat biasa atau ada dari kelompok pemilih pemula dari situ baru kita bisa rumuskan model komunikasi yang cocok atau metodenya.

9. Metode apa saja yang digunakan?

Jawaban: Kalau misalnya di Desa biasanya kita tempuh metode tatap muka, ada penyampaian materi kemudian dialog. Sedangkan diperkotaan ini banyak sekali kemasanya selain tadi tatap muka kita juga pakai dalam bentuk misalnya kita mendatangi keramaian-keramaian seperti pasar dalam bentuk menyebarkan selebaran atau misalnya kegiatan *CafreeDay* dalam bentuk penyampaian pesan singkat.

10. Bagaimana cara KPU kabupaten Sinjai dalam memilih media untuk sosialisasi politik uang?

Jawaban: Kita identifikasi lagi kecenderungan masyarakat secara umum untuk mencari tau informasi. Ternyata untuk saat ini diatas 70% masyarakat kita lebih senang dapat informasi itu dari media sosial sehingga Anggota KPU itu dan jajarannya diwajibkan memiliki akun sosial media.

11. Apa saja media yang digunakan dalam mensosialisasikan larangan politik uang?

Jawaban: Semua jenis media sosial yang ada sekarang.

12. Bagaimanacara KPU Kabupaten Sinjai dalam memilih komunikator untuk mensosialisasikan larangan politik uang?

Jawaban: Salahsatu caranya itu sejak Tahun 2020 itu memang ada diberikan keterampilan ada namanya TOT *Training Of Trainer*, jadi direkrut orang-orang internal KPU itu untuk dilatih menjadi komunikator jadi memang dilatih menjadi seorang komunikator yang harus menguasai modul-model ini. Walaupun secara keseluruhan mereka mempunyai tugas dan tanggungjawab yang sama tapia ada yang

memang ditugaskan khusus sebagai *Trainer* memang. Kalau di Sinjai ini sudah ada Pak Awaluddin, Ibu Hikmah dan saya sendiri yang sudah mengikuti pelatihan ini jadi kita memang dilatih dalam bentuk TOT untuk menjadi *fasilitator* namanya.

13. Apakah terdapat persyaratan khusus untuk menjadi komunikator dalam mensosialisasikan larangan politik uang?

Jawaban: Kalau syarat khusus itu tidak tetapi, yang direkomendir itu diutamakan dalam mengikuti TOT itu yang sudah memiliki pengalaman panjang memang sebelum masuk KPU ada memang pengalamannya soal komunikasi public misalnya pernah menjadi dosen, narasumber, guru itu yang diutamakan.

14. Pada saat melakukan sosialisasi apa saja faktor pendukung KPU Kabupaten Sinjai dalam Sosialisasi Larangan Politik Uang?

Jawaban: Berbicara soal faktor pendukung yang pertama yaitu *audiens* banyak siap yang untuk ikut dikegiatan-kegiatan, kemudian yang kedua

yaitu dari sisi konten atau materi sudah disiapkan.

15. Pada saat melakukan sosialisasi apa saja faktor penghambat KPU Kabupaten Sinjai dalam Sosialisasi Larangan Politik Uang?

Jawaban: Yang menjadi penghambatnya sosialisasi itu anggaran dalam berkegiatan dan substansi penerimaan masyarakat soal bagaimana mengikuti pencegahan Politik Uang itu yang besar hambatannya.

## **DESKRIPSI HASIL WAWANCARA**

### Identitas Informan

1. Nama : Nurhikmah, S. S
2. Jenis Kelamin : Perempuan
3. Tempat/Tanggal Lahir : Labakkang, 20 November 1982
4. Jabatan : Anggota KPU Kabupaten Sinjai

### Daftar Pertanyaan

1. Apakah ada cara atau metode khusus yang digunakan KPU kabupaten Sinjai dalam mengenali khalayak saat ingin melakukan sosialisasi?

Jawaban: Kalau soal mengenal khalayak itu sudah ada di petakan oleh KPU RI.

2. Siapa saja khalayak yang menjadi target sasaran sosialisasi politik uang oleh KPU Kabupaten Sinjai?

Jawaban: Ini juga sudah ditetapkan dalam 11 sekmen yang menjadi sasaran sosialisasi kita untuk persiapan Pemilu.

3. Apa saja klasifikasi yang dibuat oleh KPU Kabupaten Sinjai dalam mengenali khalayak saat melakukan sosialisasi?

Jawaban: Misalnya kita menyasar sosialisasi di pemilih pemula kemudian dikelompok yang lain lagi jadi kita identifikasi dulu sebelum turun sosialisasi.

4. Siapakah yang berwenang dalam menyusun pesan di KPU Kabupaten Sinjai?

Jawaban: Mengenai materi sosialisasi itu sudah disiapkan dari KPU RI jadi kita yang di KPU Kabupaten tinggal sosialisasi saja.

5. Apakah selain divisi sosialisasi diperbolehkan dalam menyusun pesan terkait sosialisasi politik uang?

Jawaban: Jawabannya sama dengan pertanyaan yang tadi bahwa kita sudah tidak susun lagi tetapi tinggal turun sosialisasi saja. Materi-materi tentang sosialisasi itu sudah ada dari Komisi Pemilihan Umum Republik Indonesia.

6. Apakah terdapat perbedaan susunan pesan pada kategori khalayak yang berbeda?

Jawaban: Iya sudah pasti, misalnya kita melakukan sosialisasi dengan orang-orang yang kurang berpendidikan sisi bahasa yang kita gunakan itu bukan bahasa yang tinggi tapi bahasanya

yang mudah mereka pahami. Kalau diperkotaan kan lebih cenderung mereka menggunakan media sosial kita juga memanfaatkan media sosial yang ada untuk sosialisasi.

7. Siapa sajakah orang yang melakukan sosialisasi larangan politik uang ini?

Jawaban: kalau harapan dari KPU itu kita semua tanpa terkecuali.

8. Bagaimana cara KPU Kabupaten Sinjai dalam menentukan metode komunikasi tentang larangan politik uang?

Jawaban: Misalnya kita ingin melakukan sosialisasi ditingkat Desa kita lakukan identifikasi dulu siapa yang akan hadir apakah misalnya tokoh yang mau hadir atau dari dari kalangan masyarakat biasa atau ada dari kelompok pemilih pemula dari situ baru kita bisa rumuskan model komunikasi yang cocok atau metodenya.

9. Metode apa saja yang digunakan?

Jawaban: Metode yang digunakan itu berbeda-beda misalnya di Desa kita lakukan tatap muka kalau diperkotaan kita adakan kegiatan-kegiatan semisal jalan santai, lomba-lomba tentang pemilu dan lainnya.

10. Bagaimana cara KPU kabupaten Sinjai dalam memilih media untuk sosialisasi politik uang?

Jawaban: Kita lihat pada zaman modern sekarang masyarakat lebih cenderung menggunakan media sosial jadi kita di KPU melakukan sosialisasi melalui media sosial juga agar masyarakat tertarik.

11. Apa saja media yang digunakan dalam mensosialisasikan larangan politik uang?

Jawaban: Semua media sosial yang dimiliki KPU Kabupaten Sinjai.

12. Bagaimanacara KPU Kabupaten Sinjai dalam memilih komunikator untuk mensosialisasikan larangan politik uang?

Jawaban: Orang yang sudah mengikuti pelatihan TOT dari KPU Republik Indonesia.

13. Apakah terdapat persyaratan khusus untuk menjadi komunikator dalam mensosialisasikan larangan politik uang?

Jawaban: Kalau syarat khusus itu tidak ada tetapi lebih baik lagi orang yang memang memiliki kemampuan komunikasi yang baik.

14. Pada saat melakukan sosialisasi apa saja factor pendukung KPU Kabupaten Sinjai dalam Sosialisasi Larangan Politik Uang?

Jawaban: Faktor pendukungnya itu ketika kita turun untuk melaksanakan sosialisasi masyarakat itu juga antusias untuk menerima kami, antusias mendengarkan kami melakukan sosialisasi apalagi ketika membawa alat peraga sosialisasi, biasakan menjadi tanda tanya itu ada apa itu ribut-ribut apalagi ketika kita menggunakan toa misalnya. Kemudian faktor pendukung yang lainnya itu banyak juga dari komunitas atau dari organisasi-organisasi baik dari organisasi kampus maupun internal dan eksternal banyak yang mensupport kita dengan cara apa, mereka siap bersama-sama dengan kami di

KPU untuk turun bersama-sama melakukan sosialisasi ini bahkan beberapakali kita juga diundang ketika mereka melaksanakan kegiatan seminar politik mereka mengundang kami menjadi narasumbernya.

15. Pada saat melakukan sosialisasi apa saja faktor penghambat KPU Kabupaten Sinjai dalam Sosialisasi Larangan Politik Uang?

Jawaban: Faktor penghambatnya yaitu banyak juga masyarakat yang ketika kita turun melakukan sosialisasi mereka mengira bahwa kita ini membawa sembako, mereka mengira kita ini merupakan tim sukses caleg sehingga ketika sementara ataupun setelah melaksanakan sosialisasi itu mereka bertanya dimana mi amplopnya atau sembako yang ditanyakan yang ini coba dihilangkan kalau kita tidak bisa menghilangkan minimal menggikis atau mengurangi perilaku masyarakat yang seperti itu. Persolanya sekarang *money politik* susah untuk diproses karena yang memberi maupun yang menerima itu sama-sama tutup mulut atau

diam dan hal ini tidak ada yang bisa membuktikan, sementara ketika kita memproses ini misalnya ada masuk laporannya di Bawaslu dan Bawaslu juga tidak bisa memproses karena seperti itu karena kurangnya bukti-bukti yang mendukung.

## **DOKUMENTASI**



**Gambar 1 Membawa Surat Izin Penelitian di Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Sinjai, pada Senin 12 Juni 2023**



**Gambar 2 Wawancara dengan Muhammad Kasim selaku Divisi Sosialisasi, Pendidikan Pemilih, Partisipasi Masyarakat dan SDM Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Sinjai, pada Rabu 14 Juni 2023**



Gambar 3 Wawancara dengan Nurhikmah, S.S selaku Divisi Perencanaan, Data dan Informasi Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Sinjai, pada Rabu 14 Juni 2023



Gambar 4 Mengambil Dokumentasi-dokumentasi tentang Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Sinjai dengan Fatmawati, S.Kom selaku Kasubag Penyelenggaraan Pemilu Partisipasi dan Hubungan Masyarakat KPU Kabupaten Sinjai



**Gambar 5 Wawancara dengan Ibu Idariani, SE mengenai Sejarah KPU Sinjai selaku Kasubag Hukum dan SDM Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Sinjai**



**SURAT KETERANGAN KEABSAHAN ABSTRAK**

Nomor:238.L4/III.3.AU/A/KET/2023

Lembaga Bahasa Universitas Islam Ahmad Dahlan Sinjai, dengan ini menyatakan bahwa abstrak yang berjudul:

*“Strategi Komunikasi Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Sinjai dalam Sosialisasi Larangan Politik Uang Pada Pemilihan Umum Tahun 2019”*

dengan identitas pemilik:

Nama : **MUNAWWARA**  
NIM : 190208007  
Program Studi : Komunikasi Penyiaran Islam

Telah diterjemahkan dan direvisi oleh LEMBAGA BAHASA Universitas Islam Ahmad Dahlan Sinjai dan dinyatakan LAYAK untuk dipublikasikan.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Sinjai, 24 Rabiul Awal 1445 H  
09 Oktober 2023 M

Ketua Lembaga Bahasa,

**Dr. AMRAN AR, S.Pd.I., M.Pd.I.**  
NBM: 12301191



**UIAD UNIVERSITAS ISLAM  
AHMAD DAHLAN**

**FAKULTAS USHULUDDIN  
DAN KOMUNIKASI ISLAM**

Nomor : 113.D2/III.3.AU/F/2023  
Lampiran : -  
Perihal : Permohonan Izin Penelitian

Sinjai, 05 Dzulq'adah 1444 H  
25 Mei 2023 M

Kepada Yang Terhormat  
**Ketua KPU Kabupaten Sinjai**  
di  
Sinjai,

*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh,*

Dengan memohon rahmat dan Ridha Allah SWT, semoga aktifitas keseharian kita bernilai ibadah disisi-Nya. Amin.

Dalam rangka penulisan skripsi mahasiswa program Strata Satu (S1) Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) Fakultas Ushuluddin dan Komunikasi Islam (FUKIS) Universitas Islam Ahmad Dahlan (UIAD) Sinjai, dengan ini disampaikan bahwa mahasiswa yang tersebut namanya di bawah ini :

Nama : **Munawara**  
NIM : 190208007  
Prodi Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Semester : VIII (Delapan)

akan mengadakan penelitian dengan judul :

*"Strategi Komunikasi Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Sinjai dalam Sosialisasi Larangan Politik Uang pada Pemilihan Umum Tahun 2019".*

Sehubungan dengan hal tersebut di atas dimohon kiranya yang bersangkutan dapat diberikan izin melaksanakan penelitian di Komisi Pemilahan Umum Kabupaten Sinjai.

Atas perhatian dan kerjasama kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.*

  
Dekan  
  
**Dr. Sriati, M.Sos.I**  
NBM. 948500



**KOMISI PEMILIHAN UMUM  
KABUPATEN SINJAI**

**SURAT KETERANGAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN**  
NOMOR : 0672/SDM.11/7307/2023

Yang Bertanda Tangan di bawah ini Ketua KPU Kabupaten Sinjai,  
Menerangkan Bahwa :

Nama : Munawwara  
NIM : 190208007  
Prodi Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Semester : VIII (Delapan)

Telah melaksanakan penelitian di Kantor Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Sinjai dengan judul “Strategi Komunikasi Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Sinjai dalam Sosialisasi Larangan Politik Uang pada Pemilihan Umum Tahun 2019”

Demikian Surat Keterangan Ini dibuat untuk dapat di gunakan sebagaimana mestinya.

Sinjai, 28 Juli 2023

KETUA KOMISI PEMILIHAN UMUM  
KABUPATEN SINJAI





**INSTITUT AGAMA ISLAM MUHAMMADIYAH SINJAI**  
**FAKULTAS USHULUDDIN DAN KOMUNIKASI ISLAM**

KAMPUS : JL. SULTAN HASANUDDIN NO. 20 KAB. SINJAI TLP/FAX 048221418, KODE POS 92612  
Email : [fukisainsinjai@gmail.com](mailto:fukisainsinjai@gmail.com) Website : <http://www.iainsinjai.ac.id>

TERDAFTAR DI KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN RI  
NOMOR : 1054/SK/BAN-PT/AKAD/PT/NO/2020

**SURAT KEPUTUSAN**  
Nomor: 0274.D2/III.3.AU/F/KEP/2022

**TENTANG**  
**DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI**  
**FAKULTAS USHULUDDIN DAN KOMUNIKASI ISLAM**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM MUHAMMADIYAH SINJAI**  
**TAHUN AKADEMIK 2022/2023**

Dekan Fakultas Ushuluddin dan Komunikasi Islam Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai setelah:

- Menimbang** : 1. Bahwa dalam rangka penulisan Skripsi mahasiswa Fakultas Ushuluddin dan Komunikasi Islam Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai Tahun Akademik 2022/2023, maka dipandang perlu untuk menetapkan Dosen Pembimbing penulisan Skripsi dalam Surat Keputusan.  
2. Bahwa nama-nama yang tercantum dalam Surat Keputusan ini dipandang cakap dan memenuhi syarat untuk melaksanakan tugas yang diamanahkan kepadanya.
- Mengingat** : 1. Anggaran Dasar dan Anggaran Rumah Tangga Muhammadiyah  
2. Undang-undang No. 20 Tahun 2003 tentang Sisdiknas.  
3. Undang-undang RI No. 12 Tahun 2012, tentang Pendidikan Tinggi.  
4. Keputusan Menteri Agama RI No. 6722 Tahun 2015, tentang perubahan nama STAI Muhammadiyah Sinjai menjadi Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai.  
5. Pedoman PP. Muhammadiyah No. 02/PED/1.0/B/2012 tentang Perguruan Tinggi Muhammadiyah.  
6. Statuta Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai.
- Memperhatikan** : 1. Kalender Akademik Fakultas Ushuluddin dan Komunikasi Islam T.A 2022/2023.  
2. Hasil rapat rasionalisasi pembimbing skripsi Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai Tahun Akademik 2022/2023
- MEMUTUSKAN**
- Menetapkan** : Keputusan Dekan Fakultas Ushuluddin dan Komunikasi Islam Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai tentang Dosen Pembimbing penulisan skripsi mahasiswa.
- Pertama** : Mengangkat dan menetapkan Bapak/Ibu:

Pembimbing I	Pembimbing II
Dr. Ismail, M.Pd	Muhlis. S.Kom.I, M.Sos.I

Untuk penulisan skripsi mahasiswa:

- Nama : Munawwara  
NIM : 190208007  
Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Judul Skripsi : Strategi komunikasi komisi pemilihan umum kabupaten Sinjai dalam sosialisasi larangan politik uang pada pemilihan umum tahun 2019



**INSTITUT AGAMA ISLAM MUHAMMADIYAH SINJAI**  
**FAKULTAS USHULUDDIN DAN KOMUNIKASI ISLAM**

KAMPUS : JL. SULTAN HASANUDDIN NO. 20 KAB. SINJAI, TLP/FAX 048221418, KODE POS 92612

Email : [fukisiaimsinjai@gmail.com](mailto:fukisiaimsinjai@gmail.com)

Website : <http://www.iainsinjai.ac.id>

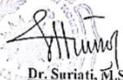
TERAKREDITASI INSTITUSI BAHASIA ROMAGOR - JASSUS/SASBAN 01/Akre-d/PT/2010/2020

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

- Kedua : Hal-hal yang menyangkut pendapatan / nafkah karena tugas dan tanggung jawabnya diberikan sesuai peraturan yang berlaku di Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai.
- Ketiga : Keputusan ini disampaikan kepada yang bersangkutan untuk diketahui dan dilaksanakan sebagai amanat dengan penuh rasa tanggung jawab.
- Keempat : Keputusan ini berlaku sejak tanggal ditetapkan, apabila dikemudian hari terdapat kekeliruan dalam keputusan ini akan diadakan perbaikan sebagai mana mestinya.

Ditetapkan di : Sinjai

Pada Tanggal : 1 Rabiul Akhir 1444 H  
26 Oktober 2022 M

Dekan,  
  
Dr. Suriati, M.Sos.I  
NBM. 948500

Tembusan :

1. Ketua BPH IAIM Sinjai di Sinjai
2. Rektor I AIM Sinjai di Sinjai
3. Wakil Rektor I IAIM Sinjai di Sinjai
4. Wakil Rektor II IAIM Sinjai di Sinjai
5. Wakil Rektor III IAIM Sinjai di Sinjai

## BIODATA PENULIS



Nama : Munawwara  
NIM : 190208007  
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran  
Islam (KPI)  
Tempat/Tanggal Lahir : Sinjai, 24 Mei 2001  
Alamat : Dusun Tanah Tengnga  
Desa Gareccing, Kec.  
Sinjai Selatan, Kab. Sinjai  
Nama Orang Tua :  
Ayah : A. Hasanuddin  
Ibu : Kasmawati  
Riwayat Pendidikan :  
1. TK : TK Satu Atap SDN 47  
Joalampe  
2. SD/MI : Sekolah Dasar Negeri No.  
47 Joalampe  
3. SMP/MTS : SMP Negeri 2 Sinjai  
4. SMA/SMK/MA : SMA Negeri 2 Sinjai

5. S1 : Universitas Islam Ahmad  
Dahlan Sinjai

Pengalaman Organisasi :

1. Sekretaris Bidang Keilmuan Himaprodi Komunikasi dan Penyiaran Islam (HIMKOPIS) UIAD Sinjai, Tahun 2020-2021.
2. Bendahara Umum Himaprodi Komunikasi dan Penyiaran Islam (HIMKOPIS) UIAD Sinjai, Tahun 2021-2022.
3. Ketua Bidang Immawati Pimpinan Komisariat Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah (PK-IMM) Fakultas Ushuluddin dan Komunikasi Islam UIAD Sinjai, Tahun 2021-2022.
4. Anggota Bidang Immawati Pimpinan Komisariat Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah (PK-IMM) Fakultas Ushuluddin dan Komunikasi Islam UIAD Sinjai, Tahun 2022-2023.
5. Anggota Pendidik Sebaya Pusat Informasi dan Konseling Mahasiswa (PIK-M) Ahmad Daahlan UIAD Sinjai, Tahun 2021-2022.

PAPER NAME

**NEW MUNAWWARA Prodi KPI (Nim 1902  
08007).docx**

WORD COUNT

**11811 Words**

PAGE COUNT

**81 Pages**

SUBMISSION DATE

**Oct 9, 2023 1:47 PM GMT+7**



CHARACTER COUNT

**77129 Characters**

FILE SIZE

**11.6MB**

REPORT DATE

**Oct 9, 2023 1:49 PM GMT+7**

● **27% Overall Similarity**

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

- 24% Internet database
- 6% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database
- 21% Submitted Works database

