

**MANAJEMEN KOMISI PEMILIHAN UMUM PROVINSI LAMPUNG
DALAM MENCEGAH PRAKTIK POLITIK UANG**

(Skripsi)

Oleh

**AFIF ALQODAR
NPM 2056021010**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2025**

**MANAJEMEN KOMISI PEMILIHAN UMUM PROVINSI LAMPUNG
DALAM MENCEGAH PRAKTIK POLITIK UANG**

Oleh

**AFIF ALQODAR
NPM 2056021010**

Skripsi

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
SARJANA ILMU PEMERINTAHAN**

Pada

**Jurusan Ilmu Pemerintahan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2025**

ABSTRAK

MANAJEMEN KOMISI PEMILIHAN UMUM PROVINSI LAMPUNG DALAM MENCEGAH PRAKTIK POLITIK UANG

Oleh

AFIF ALQODAR

Tingginya praktik politik uang dalam pemilihan umum di Indonesia, khususnya di Provinsi Lampung, yang tercatat sebagai provinsi dengan tingkat kerawanan politik uang tertinggi kedua. Meskipun sudah ada berbagai peraturan dan upaya untuk menanggulangi praktik ini, politik uang tetap menjadi masalah besar yang menghambat terciptanya pemimpin yang berkualitas dan berintegritas. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui manajemen Komisi Pemilihan Umum Provinsi Lampung dalam mencegah praktik politik uang.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian yaitu wawancara, observasi dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan teori manajemen yang dikemukakan oleh Hanafi (2015), dimana terdapat indikator perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa manajemen Komisi Pemilihan Umum (KPU) Provinsi Lampung dalam mencegah praktik politik uang telah berjalan secara efektif dan terstruktur. Hal ini tercermin dari perencanaan yang sistematis, pembagian tugas yang jelas, pengarahan yang konsisten melalui pelatihan dan evaluasi, serta pengendalian yang komprehensif dengan melibatkan teknologi dan partisipasi masyarakat. Seluruh langkah ini menunjukkan komitmen KPU dalam menjaga integritas pemilu dan menciptakan proses demokrasi yang bersih, adil, dan transparan, meskipun masih diperlukan penguatan dalam optimalisasi teknologi dan libatan publik secara lebih luas.

Kata kunci: manajemen, politik uang, Komisi Pemilihan Umum

ABSTRACT

MANAGEMENT OF THE LAMPUNG PROVINCIAL ELECTION COMMISSION IN PREVENTING MONEY POLITICS

By

AFIF ALQODAR

The widespread practice of money politics in Indonesian elections, especially in Lampung Province, has been recorded as the province with the second-highest level of vulnerability to money politics. Despite various regulations and efforts to tackle this issue, money politics remains a major problem that hinders the creation of leaders with quality and integrity. This study aims to examine how the Provincial General Election Commission (KPU) of Lampung manages the prevention of money politics.

This study uses a descriptive method with a qualitative approach. The data collection techniques employed in the research include interviews, observations, and documentation. This research utilizes the management theory proposed by Hanafi (2015), which includes indicators of planning, organizing, directing, and controlling.

Based on the findings, it can be concluded that the management of the KPU of Lampung Province to prevent money politics have been carried out effectively and in a structured manner. This is evident in their systematic planning, clear division of responsibilities, consistent direction through training and evaluation, and comprehensive control measures involving technology and public participation. These efforts reflect the KPU's strong commitment to maintaining the integrity of elections and ensuring a fair, transparent, and democratic electoral process, although further improvements are still needed in optimizing technology and broadening public engagement.

Keywords: management, money politics, Election Commission

Judul Skripsi

: Manajemen Komisi Pemilihan Umum
Provinsi Lampung Dalam Mencegah Praktik
Politik Uang

Nama Mahasiswa

: Afif Al Qodar

Nomor Pokok Mahasiswa

: 2056021010

Program Studi

: Ilmu Pemerintahan

Fakultas

: Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

MENYETUJUI

1. Komisi Pembimbing

Bendi Juantara, S.IP., M.A
NIP.198809232019031011

2. Ketua Jurusan Ilmu Pemerintahan

Dr. Tabah Maryanah, S.IP., M.Si.
NIP.197105042003122001

MENGESAHKAN

1. S. Tim Pengudi

Ketua

: Bendi Juantara, S.IP., M.A

Pengudi

: Darmawan Purba, S.IP., M.IP

2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Prof. Dr. Anna Gustina Zainal, S.Sos., M.Si
NIP. 197608212000032001

Tanggal Lulus Ujian Skripsi: 8 April 2025

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis saya, Skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (Sarjana), baik di Universitas Lampung maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan Tim Pembimbing dan Pengaji.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah berlaku di Universitas Lampung.

Bandar Lampung, 8 April 2025
Yang Membuat Pernyataan



Afif Al Qodar
NPM. 2056021010

RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama lengkap Afif al qodar, dilahirkan di Pesisir Barat pada tanggal 01 Oktober 2002 yang merupakan anak Pertama dari Empat bersaudara, putra dari pasangan Bapak Armen Qodar dan Ibu Kemala Rohana.

Jenjang pendidikan Penulis dimulai dari TK Al-Amin Pesisir Barat pada tahun 2006-2007, dilanjutkan di SDN 01 Tenumbang pada tahun 2007-2014. Setelah lulus,

Penulis menempuh pendidikan Sekolah Menengah Pertama di SMP Global Madani Bandar Lampung pada tahun 2014-2017 dan melanjutkan ke jenjang Sekolah Menengah Atas di SMAS Global madani Bandar Lampung pada tahun 2017-2020. Pada tahun 2020 Penulis melanjutkan pendidikan di Perguruan Tinggi Negeri (PTN) di Universitas Lampung melalui jalur Seleksi Ujian Mandiri dan dinyatakan lulus pada Jurusan Ilmu Pemerintahan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung tahun 2020.

Selama masa perkuliahan di Jurusan Ilmu Pemerintahan FISIP Unila Penulis mengikuti berbagai kegiatan baik akademik maupun non akademik dalam menunjang kapasitas diri Penulis

Pada saat menjadi mahasiswa Penulis mengikuti Kuliah Kerja Nyata pada tahun 2023 Pekon Ulok manik, Kecamatan Pesisir Selatan, Kabupaten Pesisir Barat. Selanjutnya Penulis ikut serta dalam program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) di Komisi Pemilihan Umum (KPU) Provinsi Lampung

MOTTO

“Hidup yang tidak dipertaruhkan tidak akan pernah dimenangkan”

(Sutan Sjahrir)

“Wat nyawa wat rejeki”

(Afif Al Qodar)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirobbil'almiin telah Engkau Ridhoi Ya Allah Langkah hamba-Mu,
sehingga pada akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan
Teriring shalawat serta salam kepada Nabi Muhammad SAW semoga kelak skripsi
ini dapat memberikan ilmu yang bermanfaat
dan
Ku persembahkan karya sederhana ini kepada:
Ayahanda dan Ibunda tercinta
Armen Qodar dan Kemala Rohana
dan Adikku
Faizi Aiman Qodar, Salwa Nafisa Qodar, Dan Alzeina Soleha Qodar

Terimakasih untuk saudara-saudara seperjuangan di Jurusan Ilmu Pemerintahan,
semoga amal kebaikan yang telah dilakukan mendapat balasan dari Allah SWT

Almamater yang Penulis banggakan
Universitas Lampung

SANWACANA

Puji syukur ke hadirat Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, yang senantiasa memberikan rahmat serta hidayah yang sangat luar biasa, sehingga Penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul "**Manajemen Komisi Pemilihan Umum Provinsi Lampung Dalam Mencegah Praktik Politik Uang**". Tak lupa shalawat serta salam selalu tercurah limpahkan kepada junjungan besar Nabi Muhammad SAW sebagai suri teladan yang baik dan pemimpin kaumnya.

Skripsi yang berjudul "**Manajemen Komisi Pemilihan Umum Provinsi Lampung Dalam Mencegah Praktik Politik Uang**". sebagai salah satu syarat bagi Penulis untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Pemerintahan, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan ini masih banyak terdapat kekurangan dan keterbatasan kemampuan serta pengetahuan yang Penulis miliki. Data yang tersaji dalam skripsi ini masih perlu digali lebih mendalam dan dikonfirmasi kebenarannya secara lebih ilmiah melalui teori yang ada.

Skripsi ini dapat terselesaikan atas bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Suatu kebanggaan bagi Penulis melalui sanwacana ini mengucapkan rasa terimakasih kepada seluruh pihak yang berkenan membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini, diantaranya:

1. Ibu Prof. Dr. Ir. Lusmeilia Afriani, D.E.A., I.P.M., selaku Rektor Universitas Lampung;
2. Ibu Dra. Ida Nurhaida, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung;

3. Ibu Tabah Maryanah selaku Ketua Jurusan Ilmu Pemerintahan, telah memberi arahan dan masukan ke penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. terimakasih Bapak Bendi Juantara, S.IP., M.A atas kritik, saran dan masukannya sehingga Penulis membuat skripsi ini dengan sebaik-baiknya;
5. Bapak Darmawan Purba, S.IP., M.IP. selaku Dosen Pengaji, terimakasih Bapak atas kritik, saran dan masukannya sehingga Penulis dapat menyempurnakan skripsi ini menjadi lebih baik;
6. Bapak Drs. R. Sigit Krisbintoro, M.IP., selaku Dosen Pembimbing Akademik Penulis;
7. Seluruh Dosen Jurusan Ilmu Pemerintahan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung meski tidak dapat disebutkan satu persatu, tetapi tidak mengurangi rasa hormat Penulis kepada bapak dan ibu semua. Terimakasih atas dedikasi yang telah engkau berikan kepada Penulis, sehingga Penulis bisa sampai ke posisi saat ini. Terimakasih atas segala yang engkau berikan;
8. Kedua orang tua Penulis, Ayah Armen Qodar dan Ibu Kemala Rohana yang selalu mengiringi di setiap langkah Penulis Terimakasih telah menjadi orang tua yang sempura bagi penulis;
9. Kepada Adik Penulis, Faizi aiman qodar, Salwa nafisa qodar dan Alzeina solehah qodar terimakasih telah mewarnai hari-hari Penulis;
10. Kepada Selvi Oktapia, terimakasih sudah menemani dari awal perskripsi. Baik senang maupun susah di kehidupan penulis hingga Penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
11. Kepada informan Peneliti, Bapak Samsi Rahman, Udo Adi Siaga, Bang Galang, Bapak Yusman, Awan Joni (alm) dan Bapak Candra wangs;
12. Seluruh komisioner, staf dan jajaran Komisi Pemilihan Umum Provinsi Lampung, terimakasih atas waktu, tempat dan ilmu yang telah diberikan kepada Penulis sehingga Penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini pada waktunya;

13. Kepada Sahabat Seperjuangan Penulis, Gilang Aditia Fajar anak dari bapak Dimy terimakasih telah menjadi Sahabat Penulis karena telah memberikan bantuan baik fikiran, tenaga maupun materi untuk skripsi ini semoga sahabat selalu dalam lindungan Tuhan yang maha Esa.
14. Kepada teman seperjuangan Penulis di Jurusan ilmu pemerintahan , El Husein, M.Shabiel andreas, M.fryco abung, Delpero Darmawan, Tegas adli alam, Anisa krisna, Aulia febri yanti, Temikasi karna telah membuat masa perkuliahan di jurusan Ilmu pemerintahan menjadi lebih menyenangkan dibanding masa masa pendidikan yang lain.
15. Kepada Sahabat Saudara Penulis teman seperjuangan Krui – Bandar lampung, Tuan Vicky, Tuying, Peter, Nofen, Edi, Wardi, Gusti, Arif, Richad, Buduk, Jemy, Dan juga Delpiero, Rama Doni, Terimakasih telah membuat masa perkuliahan Penulis menjadi lebih berwarna;
16. Kepada semua pihak yang telah membantu secara langsung maupun tidak langsung dalam penyelesaian skripsi ini, saya ucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya.

Akhir kata Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata kesempurnaan. Akan tetapi Penulis berharap kiranya karya sederhana ini dapat berguna dan bermanfaat bagi kita semua, Aamiin.

Bandar Lampung, 8 April 2025

Penulis,

Afif Al Qodar

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR SINGKATAN	ix
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan	8
1.4 Manfaat	8
II. TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Tinjauan Manajemen.....	10
2.1.1 Pengertian Manajemen	10
2.1.2 Unsur-Unsur Management	11
2.1.3 Proses Manajemen.....	13
2.1.3 Fungsi Manajemen	17
2.2 Tinjauan Kampanye	22
2.2.1 Pengertian Kampanye.....	22
2.2.2 Jenis-Jenis Kampanye	24
2.2.3 Dasar Hukum Kampanye	27
2.2.4 Tahapan Kampanye	28
2.2.3 Teknik-Teknik Kampanye	31
2.2.4 Model-Model Kampanye.....	32
2.2.5 Tujuan Kampanye.....	36
2.3 Tinjauan Politik Uang	37
2.3.1 Pengertian Politik Uang.....	37
2.3.2 Dasar Hukum.....	39
2.3.3 Bentuk-Bentuk Politik Uang	40
2.3.4 Strategi Politik Uang	45
2.3.4 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Terjadinya Politik Uang	46
2.5 Kasus Politik Uang Pada Pemilihan Umum di Indonesia.....	48
2.6 Kerangka Pikir	51
III. METODE PENELITIAN	53
3.1 Tipe Penelitian	53
3.2 Lokasi Penelitian.....	54

3.3	Fokus Penelitian.....	54
3.4	Jenis Data Penelitian.....	55
3.5	Informan.....	56
3.6	Teknik Pengumpulan Data	57
3.6.1	Observasi	57
3.6.2	Wawancara Mendalam (<i>Depth Interview</i>)	57
3.6.3	Dokumentasi.....	58
3.7	Teknik Pengolahan Data	58
3.7.1	Editing Data.....	58
3.7.2	Interpretasi Data	59
3.8	Teknik Analisis Data	59
3.8.1	Reduksi Data	59
3.8.2	Penyajian Data.....	60
3.8.3	Penarikan Kesimpulan.....	61
IV.	GAMBARAN UMUM	62
4.1	Gambaran Umum Komisi Pemilihan Umum.....	62
4.1.1	Gambaran Umum Komisi Pemilihan Umum Republik Indonesia	62
4.1.2	Visi Misi Komisi Pemilihan Umum	63
4.1.3	Gambaran Umum Komisi Pemilihan Umum Provinsi Lampung..	65
4.2	Keberhasilan KPU Provinsi Lampung dalam Memanajemen Politik Uang	66
4.2.1	Strategi KPU Lampung dalam Memanajemen Politik Uang	67
4.2.2	Analisis Keberhasilan dan Tantangan.....	69
4.2.3	Dampak Positif terhadap Demokrasi di Lampung	70
4.2.4	Kesimpulan dan Rekomendasi	70
V.	HASIL DAN PEMBAHASAN	72
5.1	Perencanaan	72
5.1.1	Menetapkan Tujuan	72
5.1.2	Menentukan Cara Mencapai Tujuan.....	75
5.2	Pengorganisasian.....	80
5.2.1	Mengorganisasi Kegiatan/Seseorang.....	80
5.2.2	Menentukan Apa Yang Harus Dikerjakan	83
5.3	Pengarahan.....	85
5.3.1	Membuat Seseorang Bekerja Optimal.....	86
5.3.2	Memotivasi dan Mengarahkan Seseorang.....	91
5.4	Pengendalian	93
5.4.1	Memonitor	94
5.4.2	Memastikan Tujuan Telah Tercapai	96
VI.	KESIMPULAN DAN SARAN	99
6.1	Kesimpulan	99
6.2	Saran	100
DAFTAR PUSTAKA.....	103	
LAMPIRAN.....	110	

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Penelitian Terdahulu	6
2. Informan Penelitian	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Lima Provinsi dengan Tingkat Kerawanan Politik Uang Tertinggi di Pemilu 2024	4
2. Proses Manajemen	15
3. Kerangka Berpikir	52
4. Logo Komisi Pemilihan Umum	62
5. Struktur Organisasi Komisi Pemilihan Umum Provinsi Lampung	66
6. Rapat Koordinasi Kabupaten/Kota se-Provinsi Lampung Via Daring	74
7. Kegiatan Sosialisasi dan Pendidikan Pemilih Kepada Pemilih Pemula, Pemilih Muda, Organisasi Kampus dan Organisasi Kepemudaan	76
8. Kontak Informasi dan Pengaduan KPU Provinsi Lampung	82
9. <i>Focus Group Discussion</i> (FGD) Kolaborasi dan Penguatan Hubungan antar Lembaga Terkait Pemilu 2024	89
10. KPU Provinsi Lampung Menjadi Narasumber dalam Kegiatan Penguatan Kelembagaan Badan AdHoc	91

DAFTAR SINGKATAN

Pemilu	: Pemilihan Umum
UU	: Undang-Undang
UUD	: Undang-Undang Dasar
KPU	: Komisi Pemilihan Umum
Golput	: Golongan Putih
PKPU	: Peraturan Komisi Pemilihan Umum
Pilpres	: Pemilihan Presiden
DPR	: Dewan Perwakilan Rakyat
DPD	: Dewan Perwakilan Daerah
Bawaslu	: Badan Pengawas Pemilu
Daring	: Dalam Jaringan
TNI	: Tentara Nasional Indonesia
Menwa	: Resimen Mahasiswa
SAR	: <i>Search and Recue</i>
PMI	: Palang Merah Indonesia
Kadiv	: Kepala Divisi
Kabag	: Kepala Bagian
Kasubag	: Kepala Sub Bagian
Pilkada	: Pemilihan Kepala Daerah
DPW	: Dewan Perwakilan Wilayah
PKB	: Partai Kebangkitan Bangsa

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia adalah negara demokrasi yaitu pemerintahan oleh rakyat. Demokrasi merupakan sistem yang tegak di atas prinsip kedaulatan rakyat, dengan dua nilai pokok yang melekat, yaitu: kebebasan (*liberty*) dan kesederajatan (*equality*). Kebebasan diartikan sebagai kebebasan yang bertanggung jawab serta bergerak dalam batas-batas konstitusi, hukum dan etika tanpa ada pengekangan, dominasi, dan kesewenangwenangan. Kesederajatan mencakup lapangan hukum, ekonomi, sosial, dan politik tanpa diskriminasi dan ketidakadilan (Sukriono, 2021).

Salah satu pilar pokok dalam setiap sistem demokrasi adalah adanya mekanisme penyaluran pendapat rakyat secara berkala melalui pemilihan umum yang diadakan secara berkala. Pemilihan Umum merupakan salah satu hak asasi warga negara yang sangat prinsipil, karena dalam pelaksanaan hak asasi merupakan suatu keharusan yang harus laksanakan oleh pemerintah untuk melaksanakan pemilu sesuai asas bahwa kekuasaan tertinggi berada ditangan rakyat untuk menentukan pilihan politiknya. Terlibatnya langsung masyarakat dalam pemilihan mulai dari pemilihan kepala daerah merupakan rekrutmen politik bagaimana masyarakat terlibat langsung didalamnya (Subiyanto, 2020). Sejak merdeka pada tahun 1945, Indonesia sudah melaksanakan Pemilihan Umum (selanjutnya disebut Pemilu) sebanyak dua belas kali yaitu terhitung mulai dari Pemilu pertama pada tahun 1955 sampai dengan Pemilu tahun 2019.

Komisi Pemilihan Umum (KPU) merupakan satu-satunya lembaga yang mempunyai kewenangan dalam menyelenggarakan Pemilu Legislatif, Pemilu Presiden, dan Pemilihan Kepala Daerah di Indonesia. Seluruh aspek yang berkaitan dengan penyelenggaraan Pemilu menjadi tanggung jawab KPU dan bukan lembaga

lainnya. Sebagai lembaga negara yang bersifat nasional, tetap dan mandiri dalam menyelenggarakan Pemilu, kedudukan KPU termuat dalam pasal 22 e ayat (5) UUD 1945 yang menyatakan bahwa pemilihan umum diselenggarakan oleh suatu Komisi Pemilihan Umum yang bersifat nasional, tetap, dan mandiri serta terdapat pada Undang-Undang (UU) Nomor 7 Tahun 2017 tentang penyelenggaraan pemilihan umum.

Dalam penyelenggaraan pemilihan umum, partisipasi politik masyarakat menjadi salah satu hal utama yang perlu untuk selalu ditingkatkan, namun tidak hanya itu, terciptanya ruang kampanye yang dapat memberikan edukasi agar praktik politik uang tidak terjadi juga harus menjadi fokus utama (Yusrin & Salpina, 2023). Politik uang adalah suatu bentuk pemberian atau janji menyuap sesesorang baik supaya seseorang itu tidak menjalankan haknya untuk memilih maupun supaya ia menjalankan haknya dengan cara tertentu pada saat pemilihan umum. Pemberian bisa dilakukan menggunakan uang atau barang (Shela & Sutiyo, 2018). Politik uang sebagai *the mother of corruption* adalah persoalan utama dan paling sering terjadi di Indonesia. Politik uang menjadi corong utama menciptakan sesesorang pemimpin yang pro terhadap kepentingan pribadi dan kelompok. Politik uang mengakibatkan biaya politik sesesorang calon pemimpin menjadi mahal, sehingga ketika terpilih, pihak tersebut mencari berbagai cara untuk mengembalikan modal dan bukan berpikiran untuk kepentingan rakyat (Pahlevi & Amrurobbi, 2020).

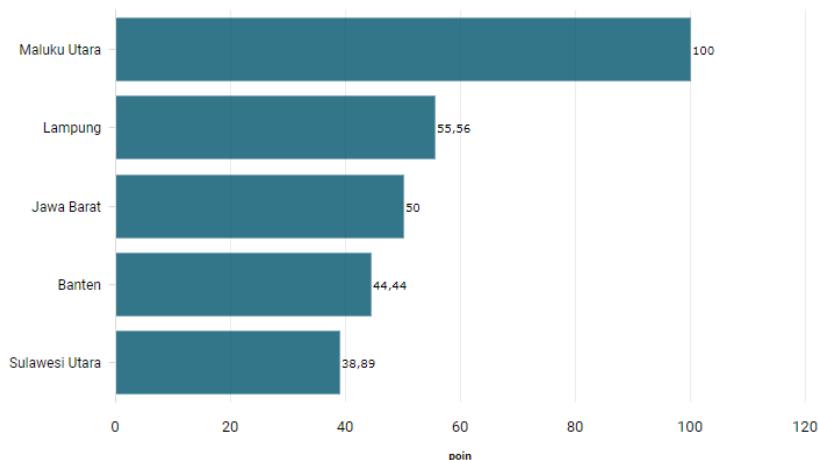
Larangan politik uang tertuang pada Pasal 278 ayat (2), 280 ayat (1) huruf j, 284, 286 ayat (1), 515 dan 523 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2017 Tentang Pemilihan Umum. Seperti Pasal 280 ayat (1) huruf j menyebutkan, “Penyelenggara, peserta hingga tim kampanye dilarang menjanjikan atau memberikan uang atau materi lainnya kepada peserta kampanye pemilu”. Praktik politik uang dalam pemilihan, menghilangkan kesempatan munculnya pemimpin yang berkualitas, karena pihak memiliki uang saja yang terpilih dan bisa memegang keadaulatan dan mengontrol kekuasaan. Didalam konteks ekonomi, praktek politik uang menyuburkan tindakan korupsi yang dapat menghambat pertumbuhan ekonomi suatu negara. Politik uang juga berpotensi memunculkan kebencian dan permusuhan di antara anggota masyarakat (Begovic, 2021).

Meskipun banyak peraturan yang melarang pelaksanaan praktik politik uang serta berbagai upaya dilakukan untuk mengatasi hal tersebut, namun kenyataanya hingga saat ini praktik politik uang tetap tinggi. 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 (Pahlevi & Amrurobbi, 2020).

Berdasarkan data yang dikumpulkan oleh Indonesia Corruption Watch (2014), pada pemilihan legislatif 2014 ditemukan sebanyak 313 kasus politik uang, jumlah ini naik dua kali lipat dibandingkan kasus yang terjadi pada pemilihan legislatif 2009 yang sebanyak 150 kasus. Dari 313 kasus tidak semua berupa uang tetapi dalam bentuk lainnya, adapun rinciannya yaitu 104 kasus pemberian uang, 128 kasus pemberian barang, 27 kasus pemberian jasa, dan 54 kasus penggunaan sumber daya negara.

Menurut Muhtadi (2019) jumlah pemilih yang terlibat politik uang dalam Pemilu 2019 di kisaran 19,4% hingga 33,1%. Sedangkan temuan Bawaslu dan berbagai lembaga survei terdapat kasus politik uang yang terjadi pada Pemilu serentak tahun 2019 antara lain, Pertama 12 kasus dugaan politik uang yang terjadi pada masa tenang tanggal 14 sampai dengan 16 April 2019 dan pada hari pencoblosan yaitu 1 kasus Kabupaten Ciamis, 1 kasus Kabupaten Kuningan, 4 kasus terjadi di Kabupaten Pangandaran, 1 kasus di Kota Bandung, 1 kasus di Kabupaten Indramayu, dan 4 kasus di Kabupaten Garut (Delmana et al., 2020).

Kasus praktik politik uang juga ditemukan pada Pemilihan Kepala Daerah tahun 2020, dimana berdasarkan catatan Badan Pengawas Pemilihan Umum (2019) terdapat 262 kasus praktik politik uang. Pelanggaran politik uang yang berjumlah 262 kasus tersebut diperoleh dari 197 laporan masyarakat dan 65 kasus temuan Badan Pengawas Pemilihan Umum yang dikumpulkan hingga 17 Desember 2020. Kasus-kasus tersebut tersebar di 13 provinsi di seluruh Indonesia. Provinsi dengan tangkapan terbanyak adalah Jawa Barat dan Sumatera Utara dengan kasus sebanyak lima kasus.



Gambar 1. 1 Lima Provinsi dengan Tingkat Kerawanan Politik Uang Tertinggi di Pemilu 2024

Sumber: Badan Pengawas Pemilihan Umum (2023)

Menurut Badan Pengawas Pemilihan Umum (2023), menjadi salah satu isu kerawanan tertinggi tingkat provinsi dalam pelaksanaan pemilihan umum mendatang. Berdasarkan hasil pemetaan, diketahui bahwa Maluku Utara menduduki posisi tertinggi tingkat kerawanan politik uang, yang mendapat skor maksimal 100 poin. Kemudian Lampung di peringkat kedua dengan skor 55,56. Selanjutnya Jawa Barat di peringkat ketiga sebagai provinsi yang rawan isu politik uang, dengan skor 50 poin. Diikuti oleh Banten dan Sulawesi Utara yang masing-masing diberikan skor 44,44 poin dan 38,89 poin.

Berdasarkan data dari Badan Pengawas Pemilihan Umum (2023) juga diketahui bahwa provinsi-provinsi lainnya masuk kedalam kategori rawan sedang soal praktik politik uang. Bawaslu juga mencatat jika tidak ada satupun provinsi di Indonesia yang masuk kedalam kategori rawan rendah. Bertolak dari data-data yang dihimpun di atas, menandakan bahwa kondisi praktik politik uang di Indonesia cukup tinggi dan terus terjadi di setiap penyelenggaraan pemilihan.

Berkaca dari data tingkat kerawanan praktik politik uang di atas, Provinsi Lampung sebagai provinsi tertinggi ke dua memang hampir selalu masuk dalam deretan daerah yang selalu ditemukan kasus praktik politik uang pada penyelenggaraan pemilihan umum. Pada Pilkada Serentak 2018, Bawaslu mencatat ada empat dugaan pelanggaran politik uang secara terstruktur, sistematis, dan masif selama penyelenggaraan pemilihan. Pelanggaran tersebut diduga terjadi di empat provinsi,

yakni Sumatra Selatan, Sulawesi Utara, Gorontalo, dan Lampung (Begouvic, 2021). Menurut Oktavia (2018) yang dilansir pada situs Kompas.id diketahui bahwa pada penyelenggaraan Pilgub 2018 terdapat 17 kasus praktik politik uang. Praktik politik uang tersebut terjadi di Kabupaten Pesawaran, Pringsewu, Tanggamus, Lampung Tengah, Lampung Timur, Kota Bandar Lampung, Kabupaten Pesisir Barat, Way Kanan, Tulangbawang Barat, dan Lampung Selatan. Kemudian pada penyelenggaran Pilkada 2020, tercatat ada 32 kasus praktik politik uang yang terjadi di Provinsi Lampung tepatnya di Kabupaten Lampung Tengah, dua kasus di Kabupaten Lampung Timur, dua kasus di Kabupaten Pesisir Barat, dan satu kasus di Kabupaten Pesawaran (Basyari dkk., 2020).

Masuknya Provinsi Lampung sebagai provinsi tertinggi kedua berdasarkan tingkat kerawanan praktik politik uang dan terus adanya nama Provinsi Lampung dalam deretan sejumlah kasus praktik politik uang, harus menjadi fokus utama Komisi Pemilihan Umum Provinsi Lampung dengan bekerjasama dengan berbagai pihak untuk menekan dan mencegah terjadinya praktik politik uang ini. Komisi Pemilihan Umum Provinsi Lampung tidak hanya harus meningkatkan kesadaran para pemilih namun juga para pihak yang terlibat baik penyelenggara maupun tim kampanye untuk tidak melakukan tindakan yang terlarang.

Komisi Pemilihan Umum Provinsi Lampung harus mengambil peranan yang dominan terutama terkait dengan manajemen kampanye agar efektif dan efisien guna mengoptimalkan meningkatkan kesadaran masyarakat untuk tidak terlibat dalam praktik politik uang dan juga mengawasi penyelenggara dan tim kampanye untuk tidak menjalankan praktik politik uang dalam pemilihan umum. Melalui kampanye yang efektif, KPU Provinsi Lampung memiliki kesempatan untuk memberikan informasi dan edukasi yang lebih baik kepada masyarakat, sehingga masyarakat dapat menjadi pemilih yang cerdas dan bertindak sebagai warga negara yang bertanggung jawab untuk mengawal proses demokrasi. Dengan merancang tahapan kampanye secara cermat, KPU dapat menyusun materi kampanye yang informatif, menarik, dan relevan dengan situasi dan kondisi masyarakat Lampung (Caca, 2023).

Melalui perencanaan yang matang, strategi komunikasi yang tepat, dan kemitraan yang kuat dengan lembaga pendidikan dan organisasi masyarakat, KPU dapat memaksimalkan dampak kampanye dalam mencapai tujuan meminimalisir bahkan menghilangkan praktik politik uang (Khudrotun, 2021). Penelitian yang mendalam tentang manajemen KPU dan pengaruhnya terhadap praktik politik uang di provinsi Lampung akan memberikan wawasan yang berharga bagi pihak berkepentingan, termasuk KPU itu sendiri, pemerintah, organisasi masyarakat sipil, dan masyarakat umum. Hasil penelitian ini dapat menjadi acuan dalam merumuskan kebijakan dan strategi untuk memperkuat sistem politik yang demokratis.

Adapun penelitian terdahulu yang memiliki topik dan relevansi dengan penelitian ini yang akan peneliti jadikan sebagai referensi dalam pelaksanaan penelitian dan penyusunan karya tulis ilmiah ini, yaitu:

Tabel 1. 1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti dan Tahun	Judul	Hasil Penelitian
1	Khoiril Padilah dan Irvansyah Irvansyah (2023)	Solusi terhadap money politik pemilu serentak tahun 2024: mengidentifikasi tantangan dan strategi penanggulangannya	Adanya fakta pencegahan praktik politik uang yang harus dilakukan adalah penegakan aturan yang menjadi dasar hukum praktik suap pemilu itu, lalu dengan memingkatkan pengetahuan dan kemampuan pengawas pemilu juga harus dikuatkan serta Bawaslu harus memperkuat upaya pencegahan terjadinya politik uang. Faktanya dalam memberantas politik uang, peran dan upaya Bawaslu pada pemilu 2024 dibutuhkan peran tidak hanya memberikan himbaun, akan tetapi harus turun langsung dengan membentuk gerakan politik uang sampai tingkat desa
2	Sama Sama (2023)	Strategi Pencegahan <i>Money politic</i> Melalui Pengawasan Pertisipatif Masyarakat di Kecamatan Kalianget	Ada tiga strategi pencegahan pelanggaran kejahatan, yaitu Pencegahan Kejahatan Primer, kedua Pencegahan Kejahatan Sekunder dan ketiga Pencegahan Kejahatan Tersier. dari ketiga konsep tersebut konsep Strategi Pencegahan Primer lebih efektif yaitu dengan cara melakukan sosialisasi politik. Tujuan dengan dibentuknya startegi tersebut dimaksudkan untuk meningkatkan kesadaran dan pengetahuan masyarakat melalui sosialisasi politik agar praktik politik uang di masyarakat tidak terjadi pada saat proses Pemilihan Umum di Kecamatan Kalianget

Lanjutan Tabel 1.1

No	Nama Peneliti dan Tahun	Judul	Hasil Penelitian
3	Lati Praja Delmana, Aidinil Zetra, Hendri Koeswara (2020)	Problematika dan Strategi Penanganan Politik Uang Pemilu Serentak 2019 di Indonesia	Akar permasalahan munculnya politik uang adalah kandidat dan masyarakat yang memiliki perilaku kapitalis didasarkan pada untung dan rugi secara ekonomi. Sementara celah hukum, pengawasan yang lemah dan sistem pemilu proporsional membuka peluang berkembangnya politik uang. Pencegahan politik uang dapat dilakukan secara sistemik dan simultan melalui efektifitas fungsi suprastruktur dan infrastruktur politik, pemberian sistem politik, budaya politik, pendidikan moral dan politik masyarakat dengan strategi jangka pendek, menengah dan jangka panjang. Pencegahan dapat juga dilakukan melalui modifikasi sistem pemilu campuran sehingga meningkatkan hubungan antar pemilih dan wakilnya yang tidak terputus pasca pemilu pada akhirnya akan meminimalisir politik uang dan menekan jumlah caleg instan menjelang pemilu
4	Robi Cahyadi Kurniawan dan Dedy Hermawan (2019)	Strategi Sosial Pencegahan Politik Uang di Indonesia	Formula hukum sudah dibuat dan masih memerlukan beberapa penyesuaian karena praktik politik uang semakin terstruktur, sistematis dan masif. Pendekatan yang perlu dicoba untuk digunakan dalam mereduksi politik uang adalah melalui cara-cara modal sosial dengan mengangkat kearifan lokal di berbagai daerah di Indonesia. Kearifan-kearifan lokal yang berasal dari budaya luhur bangsa kita, sebagian berpedoman pada ajaran agama-agama Samawi, dapat menjadi benteng pertahanan yang kokoh dibalik gempuran praktik politik uang yang kian marak pada pemilu dan pilkada
5	Muhammad Tetuko Nagigo Putra (2018)	Upaya Penanggulangan Politik Uang (<i>Money Politic</i>) Pada Tahap Persiapan dan Pelaksanaan Pilkada Serentak di Provinsi Lampung	Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat ditarik suatu kesimpulan bahwa, upaya penanggulangan politik uang (<i>Money politic</i>) pada tahap persiapan dan pelaksanaan pilkada serentak di Provinsi Lampung yaitu dengan upaya <i>Pre-Emitif</i> dimana KPU Provinsi, Bawaslu dan Polda Lampung melakukan himbauan agar tidak melakukan politik uang (<i>Money politic</i>). Dalam upaya Preventif KPU Provinsi, Bawaslu dan, Polda Lampung melakukan pembinaan dan sosialisasi kepada seluruh calon untuk tidak melakukan politik uang (<i>Money politic</i>). Dan dalam upaya represif Polda Lampung bersama dengan sentra gakkumdu melakukan penindakan langsung apabila adanya laporan dan betul adanya kegiatan politik uang (<i>Money politic</i>)

Sumber: Data Diolah Peneliti (2023)

Berdasarkan tabel penelitian terdahulu di atas diketahui bahwa terdapat perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian sebelumnya. Perbedaan terletak pada lokasi penelitian, perbedaan lokasi akan memberikan perbedaan karakteristik, latar belakang, dan juga situasi dan kondisi yang dialami dan dihadapi. Perbedaan juga terletak pada fokus penelitian dimana penelitian ini untuk menghubungkan antara kampanye dengan partisipasi pemilih dan upaya untuk mencegah praktik politik uang, sedangkan penelitian terdahulu belum ada yang memiliki fokus penelitian yang sama. Berdasarkan uraian masalah dan gap yang ada maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“ Manajemen Komisi Pemilihan Umum Provinsi Lampung dalam Mencegah Praktik Politik Uang”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu “Bagaimana manajemen Komisi Pemilihan Umum Provinsi Lampung dalam mencegah praktik politik uang?”

1.3 Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian ini yaitu “Untuk mengetahui manajemen Komisi Pemilihan Umum Provinsi Lampung dalam mencegah praktik politik uang”

1.4 Manfaat

Manfaat yang diinginkan untuk bisa dirasakan dari dilakukannya penelitian ini yakni:

- a. Manfaat Teoritis
 1. Penelitian ini diharapkan mampu meningkatkan pemahaman masyarakat tentang pentingnya mencegah praktik politik uang pada penyelenggaraan pemilihan umum.

2. Penelitian ini diharapkan mampu meningkatkan partisipasi aktif masyarakat dalam proses politik, terutama dalam pemilihan umum.
 3. Dapat menjadi referensi untuk pembaca dan penulis berikutnya yang juga memiliki ketertarikan untuk melakukan penelitian mengenai dengan topik yang relevan.
- b. Manfaat Praktis
- Untuk Komisi Pemilihan Umum Provinsi Lampung, penelitian ini bisa menjadi bahan alternatif pertimbangan untuk:
1. Menjadi rekomendasi tentang bagaimana materi kampanye dapat dirancang secara efektif untuk memberikan informasi yang relevan dan mendalam kepada masyarakat.
 2. Menjadi rekomendasi tentang strategi komunikasi, pelatihan sumber daya manusia, dan pengelolaan sumber daya kampanye yang lebih efisien.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Manajemen

2.1.1 Pengertian Manajemen

Menurut Sucahyowati (2017), manajemen adalah rangkaian kegiatan berkaitan dengan perencanaan, kepegawaian, pengorganisasian, dan pengawasan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Rangkaian kegiatan tersebut dilakukan dengan menggerakkan seluruh sumber daya organisasi. Sedangkan menurut Abdullah (2014) dalam Muliana dkk., (2020), manajemen merupakan aktivitas dalam menjalankan pekerjaan berkaitan dengan organisasi secara efektif dan efisien untuk mencapai tujuan organisasi melalui fungsi perencanaan, pengarahan, pengorganisasian, dan pengawasan. Menurut Nurdiansyah (2019), mendefinisikan manajemen sebagai serangkaian aktivitas yang terdiri dari perencanaan, pengawasan, pengendalian, dan pelaksanaan dengan memanfaatkan sumber daya perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan.

Sedangkan menurut Naim dan Asma (2019), manajemen adalah kegiatan yang dilakukan berhubungan dengan membuat rencana, mengorganisasikan, dan mengendalikan sumber daya organisasi untuk mewujudkan tujuan organisasi. Adanya pengendalian bertujuan untuk mengawasi kinerja karyawan di dalam organisasi. Berdasarkan penjelasan di atas, terdapat tiga dimensi utama dalam manajemen. Pertama, manajemen muncul sebagai hasil dari aktivitas yang dilakukan oleh seseseorang pengelola. Kedua, aktivitas tersebut melibatkan kerja sama dengan seseorang lain untuk mencapai suatu tujuan. Ketiga, manajemen dilaksanakan dalam konteks organisasi, sehingga tujuan yang dicapai adalah tujuan organisasi. Secara keseluruhan, manajemen merupakan seni atau keterampilan dalam

mengelola dan mengatur pemanfaatan sumber daya manusia serta sumber daya lainnya secara efektif dan efisien untuk mencapai tujuan tertentu.

Berdasarkan beberapa pengertian yang telah dikemukakan mengenai manajemen, peneliti menggunakan penelitian dari Sucayahowati (2017), yang menjelaskan manajemen adalah rangkaian kegiatan berkaitan dengan perencanaan, kepegawaian, pengorganisasian, dan pengawasan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Rangkaian kegiatan tersebut dilakukan dengan menggerakkan seluruh sumber daya organisasi.

2.1.2 Unsur-Unsur Management

Unsur-unsur manajemen sering kali diartikan sebagai komponen atau alat yang digunakan dalam manajemen untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Unsur-unsur ini berfungsi sebagai faktor pendukung (tools) yang saling terintegrasi satu sama lain. Setiap komponen memiliki peran penting, sehingga tidak ada satu pun yang dapat diabaikan. Oleh karena itu, integrasi antar-unsur sangat diperlukan.

Namun, perlu diakui bahwa manusia (unsur men) merupakan elemen paling sentral dalam manajemen. Tanpa kehadiran manusia, unsur-unsur lainnya tidak akan dapat berfungsi dengan baik. Meskipun begitu, manusia juga tidak bisa bekerja tanpa dukungan unsur lainnya. Dengan kata lain, manusia adalah penggerak utama yang memastikan unsur-unsur lain bekerja secara harmonis dalam aktivitas manajemen.

Manajemen yang efektif akan mempermudah tercapainya tujuan organisasi, kebutuhan anggota, dan masyarakat. Inti dari manajemen adalah mengelola sistem agar berjalan lebih baik. Dalam praktik manajemen, terdapat beberapa unsur penting yang mendukung pelaksanaannya, yaitu:

a. *Man* (manusia)

Manusia (man) adalah faktor utama dalam manajemen. Peran manusia sangat penting, karena mereka yang menetapkan tujuan dan menjalankan proses untuk mencapainya. Dengan kata lain, proses kerja tidak dapat berlangsung

tanpa kehadiran unsur manusia. Manusia berperan sebagai tenaga kerja, baik dalam kapasitas eksekutif maupun operasional.

Dalam kegiatan manajemen, manusia menjadi elemen yang paling menentukan, karena inti dari manajemen berpusat pada manusia. Manusia tidak hanya merancang tujuan, tetapi juga melaksanakan aktivitas untuk mewujudkan tujuan tersebut. Tanpa tenaga kerja, tidak akan ada proses kerja yang berjalan. Namun, manajemen tidak akan ada jika setiap individu hanya bekerja untuk kepentingan pribadi tanpa adanya kerja sama. Manajemen muncul karena adanya sekelompok seseorang yang bekerja bersama untuk mencapai tujuan bersama.

b. *Money* (uang)

Uang (*money*) merupakan salah satu unsur penting dalam manajemen yang diperlukan untuk mencapai tujuan yang diinginkan, meskipun manusia tetap menjadi unsur yang paling vital. Dalam dunia modern, uang memegang peran penting sebagai alat ukur nilai dan keberhasilan suatu usaha.

Terutama dalam penerapan manajemen ilmiah, faktor uang memerlukan perhatian yang serius. Segala sesuatu harus diperhitungkan secara rasional, termasuk jumlah tenaga kerja yang harus dibayar, peralatan yang perlu dibeli, serta hasil yang diharapkan dari suatu investasi. Dengan demikian, uang berfungsi sebagai alat untuk mendukung perencanaan, pengelolaan, dan pengukuran efektivitas dalam proses manajemen.

c. *Machine* (mesin)

Mesin (*machines*) atau alat-alat kerja merupakan elemen penting yang diperlukan dalam manajemen untuk mencapai suatu tujuan. Dalam setiap organisasi, mesin memainkan peran sebagai alat bantu yang sangat diperlukan untuk meringankan dan mempermudah pelaksanaan pekerjaan.

Namun, mesin itu sendiri tidak akan ada tanpa keterlibatan manusia yang menciptakannya. Mesin diciptakan oleh manusia dengan tujuan utama untuk membantu dan mempermudah pencapaian berbagai kebutuhan dan tujuan hidup. Dengan demikian, mesin berfungsi sebagai pendukung yang meningkatkan

efisiensi dan efektivitas dalam proses kerja, tetapi tetap bergantung pada peran manusia sebagai penggerak utama.

d. *Methods* (metode)

Metode (methods) adalah cara atau pendekatan yang digunakan untuk melaksanakan pekerjaan guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Metode ini memiliki peran penting dalam menentukan hasil kerja sesesorang, karena pendekatan yang tepat dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas dalam pelaksanaan tugas.

Dalam kegiatan manajemen, metode diperlukan pada setiap tahap proses, mulai dari perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, hingga pengawasan. Dengan menggunakan metode yang sesuai, manajemen dapat memastikan bahwa tujuan organisasi tercapai secara optimal.

e. *Materials* (bahan)

Material (materials) adalah bahan atau perlengkapan yang diperlukan untuk mencapai suatu tujuan. Keberadaan material sangat penting, karena tanpa bahan-bahan yang diperlukan, manusia tidak akan mampu mewujudkan tujuan yang diinginkan. Material mendukung pelaksanaan berbagai aktivitas dan menjadi elemen pendukung yang membantu manusia dalam proses pencapaian tujuan secara efektif dan efisien.

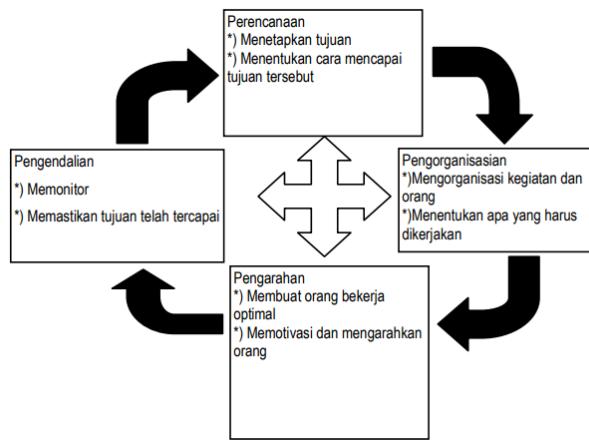
2.1.3 Proses Manajemen

Menurut Schermerhorn (2017) dalam Foster dan Sidharta (2019), proses manajemen dimulai dari membentuk visi dan misi yang berfungsi untuk menentukan tujuan organisasi. Setelah terbentuk visi dan misi langkah selanjutnya adalah menyusun strategi untuk menentukan bagaimana cara mencapai tujuan organisasi. Setelah menyusun strategi langkah selanjutnya adalah melakukan implementasi, yaitu mengimplementasikan strategi yang telah disusun secara rinci dengan mengalokasikan sumber daya organisasi.

Adapun pengertian lain menurut Sucahyowati (2017), proses manajemen terdiri dari lima bagian. Bagian pertama adalah perencanaan, berfungsi untuk menyusun rencana guna mencapai tujuan organisasi. Kedua adalah pengorganisasian, berfungsi untuk mengembangkan organisasi dengan berbagai strategi yang telah disusun. Ketiga adalah kepegawaian, berfungsi untuk merekrut dan mengembangkan sumber daya organisasi agar mampu bekerja secara optimal. Keempat adalah pengarahan, berfungsi untuk memberi arahan dan bimbingan kepada anggota organisasi agar dapat melaksanakan tugasnya dengan baik. Kelima adalah pengawasan, berfungsi untuk mengawasi, menilai, dan melakukan koreksi terhadap anggota organisasi agar dapat bekerja dengan baik.

Sarinah dan Mardalena (2017), menjelaskan proses manajemen terdiri dari empat langkah. Langkah pertama adalah perencanaan, yaitu serangkaian kegiatan yang dilakukan untuk membuat strategi yang tepat dalam upaya mewujudkan tujuan organisasi. Langkah kedua adalah pengorganisasian, yaitu mengintegrasikan seluruh rencana dan strategi yang telah disusun ke dalam lingkungan organisasi, dan memastikan seluruh anggota organisasi bekerja secara efektif dan efisien. Langkah ketiga adalah pengarahan, yaitu implementasi dari rencana dan strategi yang telah disusun untuk dijalankan seluruh anggota organisasi dengan tanggung jawab, serta memotivasi anggota organisasi agar dapat bekerja dengan baik. Langkah keempat adalah pengendalian, yaitu cara yang dilakukan untuk memastikan seluruh anggota bekerja sesuai dengan rencana yang telah dibuat dan mampu mencapai target yang telah ditetapkan.

Sama halnya dengan ungkapan Hanafi (2015) yang menyatakan bahwa manajemen mencakup kegiatan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian. Kata proses ditambahkan untuk mengartikan kegiatan yang dilakukan dengan cara sistematis dan kegiatan tersebut dilakukan oleh manajer pada semua tingkat. Keempat kerangka tersebut dapat dilihat pada bagan berikut ini. Tanda panah gelap menunjukkan urutan kegiatan secara teoretis, dimulai dari perencanaan, kemudian diakhiri oleh pengendalian, yang kemudian berputar lagi kembali ke perencanaan. Tanda panah terang menunjukkan urutan yang lebih realistik, yang terjadi di praktik manajemen.



Gambar 2. 1 Proses Manajemen
Sumber: Hanafi (2015)

1. Perencanaan (*Planning*)

Perencanaan berarti kegiatan menetapkan tujuan organisasi dan memilih cara yang terbaik untuk mencapai tujuan tersebut. Pengambilan keputusan merupakan bagian dari perencanaan yang berarti menentukan atau memilih alternatif pencapaian tujuan dari beberapa alternatif yang ada. Perencanaan diperlukan untuk mengarahkan kegiatan organisasi. Langkah pertama, rencana ditetapkan untuk organisasi secara keseluruhan. Kemudian, rencana yang lebih detail untuk masing-masing bagian atau divisi ditetapkan. Dengan cara semacam itu, organisasi mempunyai perencanaan yang konsisten secara keseluruhan.

Beberapa manfaat perencanaan adalah (1) mengarahkan kegiatan organisasi yang meliputi penggunaan sumber daya dan penggunaannya untuk mencapai tujuan organisasi, (2) memantapkan konsistensi kegiatan anggota organisasi agar sesuai dengan tujuan organisasi, dan (3) memonitor kemajuan organisasi. Jika organisasi berjalan menyimpang dari tujuan yang telah ditetapkan, dapat dilakukan perbaikan. Manfaat nomor tiga tersebut erat kaitannya dengan kegiatan pengendalian. Pengendalian memerlukan perencanaan dan perencanaan bermanfaat bagi pengendalian.

2. Pengorganisasian (*Organizing and Staffing*)

Setelah perencanaan organisasi disusun, langkah berikutnya adalah pengorganisasian, yaitu proses menempatkan sumber daya manusia sesuai dengan keahlian dan kompetensi masing-masing untuk mendukung kerja sama.

Pengorganisasian sangat penting karena mencakup pengelompokan tanggung jawab, pembagian tugas, dan penetapan tanggung jawab individu, sehingga setiap seseorang memiliki peran yang jelas dalam mencapai tujuan organisasi.

Pengorganisasian dapat didefinisikan sebagai pengelompokan dan penetapan berbagai aktivitas penting, serta pemberian kewenangan untuk melaksanakan aktivitas tersebut. Menurut B. Siswanto, pengorganisasian adalah pembagian kerja yang direncanakan untuk diselesaikan oleh anggota organisasi, pengaturan hubungan kerja yang efektif, dan penyediaan lingkungan serta fasilitas yang memadai agar pekerjaan dapat dilakukan secara efisien. Sementara itu, Ahmad Ibrahim menyatakan bahwa pengorganisasian adalah proses penetapan struktur peran melalui identifikasi aktivitas yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan organisasi, pengelompokan aktivitas tersebut, penugasan kepada manajer yang relevan, pendeklasian wewenang, dan pengordinasian hubungan antar-wewenang.

Dengan demikian, pengorganisasian dalam konteks organisasi mencakup seluruh proses pembagian tugas, tanggung jawab, dan kewenangan, termasuk pengalokasian sumber daya dan dana kepada pihak-pihak yang bertanggung jawab, tanpa adanya campur tangan langsung dari manajer dalam pelaksanaan tugas sehari-hari.

3. Pengarahan (*Leading*)

Setelah struktur organisasi ditetapkan, seseorang-seseorangnya ditentukan. Langkah selanjutnya adalah membuat bagaimana seseorang-seseorang tersebut bekerja untuk mencapai tujuan organisasi. Manajer perlu “mengarahkan” seseorang-seseorang tersebut. Lebih spesifik lagi pengarahan meliputi kegiatan memberi pengarahan (*directing*), memengaruhi seseorang lain (*influencing*), dan memotivasi seseorang tersebut untuk bekerja (*motivating*). Pengarahan biasanya dikatakan sebagai kegiatan manajemen yang paling menantang dan paling penting karena langsung berhadapan dengan manusia.

4. Pengendalian (*Controlling*)

Controlling, atau pengendalian, adalah salah satu fungsi manajemen yang bertujuan untuk melakukan evaluasi terhadap pelaksanaan pekerjaan. Jika diperlukan, koreksi dilakukan agar tindakan bawahan tetap berada pada jalur yang benar sehingga tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya dapat tercapai. Dalam proses controlling, seseseorang atasan melakukan pemeriksaan, mencocokkan hasil kerja dengan rencana, dan memastikan bahwa kegiatan yang dilakukan sesuai dengan tujuan yang diinginkan.

Pengawasan memiliki makna membandingkan hasil nyata dengan hasil yang diharapkan. Dengan adanya fungsi manajemen ini, arah dan tujuan dalam pelaksanaan tugas serta pekerjaan menjadi lebih jelas dan dapat dipahami oleh khalayak yang lebih luas. Di era teknologi saat ini, pengendalian juga harus mengikuti perkembangan teknologi dan informasi, yang menjadi bagian penting dari kehidupan dan berbagai aspek manajemen modern. Hal ini memastikan organisasi tetap relevan dan mampu beradaptasi dengan perubahan zaman.

Fungsi pengendalian meliputi empat kegiatan: (1) menentukan standar prestasi, (2) mengukur prestasi yang telah dicapai selama ini, (3) membandingkan prestasi yang telah dicapai dengan standar prestasi, dan (4) melakukan perbaikan jika ada penyimpangan dari standar prestasi yang telah ditentukan. Kemudian, kembali lagi ke fungsi perencanaan untuk periode berikutnya.

2.1.3 Fungsi Manajemen

Adapun fungsi-fungsi manajemen yang dikemukakan oleh para ahli diantaranya menurut G.R. Terry dalam bukunya *Principles of Management* (Sukarna, 2011), membagi empat fungsi dasar manajemen, yaitu:

a. *Planning* (perencanaan)

Planning (Perencanaan) adalah proses menetapkan cara bertindak sebelum tindakan tersebut dilaksanakan. Perencanaan merupakan fungsi awal dalam manajemen yang menjadi pedoman untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Dengan perencanaan, ketidakpastian dapat dikurangi, perhatian

dapat lebih terfokus pada tujuan, dan pengawasan menjadi lebih mudah. Perencanaan yang baik harus didasarkan pada imajinasi yang kuat, pandangan ke depan yang terarah, serta penilaian yang akurat. Langkah-langkah perencanaan biasanya mencakup penetapan tujuan dan standar, prosedur perencanaan, perhitungan kondisi masa depan, serta strategi pendanaan yang matang.

Perencanaan yang efektif dan efisien membutuhkan langkah-langkah tertentu, sebagaimana dijelaskan oleh para ahli manajemen, yaitu:

1. Perkiraan dan Perhitungan Masa Depan: Mengantisipasi kemungkinan yang akan terjadi.
2. Penentuan Tujuan: Menentukan arah yang ingin dicapai.
3. Penetapan Tindakan dan Prioritas: Memutuskan langkah-langkah spesifik yang akan diambil dan menentukan prioritas pelaksanaan.
4. Penetapan Metode: Menentukan cara yang paling efektif untuk melaksanakan tindakan.
5. Penetapan Lokasi: Menentukan tempat pelaksanaan kegiatan.
6. Jadwal: Menyusun waktu pelaksanaan secara sistematis.

Menurut Djati Jultiarsa dan Jhon Suprihatno, perencanaan memberikan beberapa manfaat penting bagi organisasi atau lembaga, antara lain:

1. Alat Pengawasan dan Pengendalian: Membantu mengontrol pelaksanaan kegiatan organisasi.
2. Arah dan Panduan: Menuntun pelaksanaan kegiatan agar tertib dan teratur sesuai tujuan yang telah ditetapkan.
3. Penentuan Prioritas: Membantu memilih dan menentukan prioritas dari berbagai alternatif yang ada.
4. Menghadapi Ketidakpastian: Mengurangi risiko dan ketidakpastian di masa depan.

Dengan perencanaan yang baik, organisasi dapat memastikan bahwa tujuan tercapai secara efektif dan efisien.

b. *Organizing* (pengorganisasian)

Pengorganisasian adalah serangkaian aktivitas yang menjadi wadah untuk semua kegiatan organisasi melalui pembagian, pengelompokan pekerjaan, serta penetapan hubungan kerja di antara satuan-satuan organisasi. Menurut Djati Juliatriasi dan Jhon Suprihanto, istilah pengorganisasian berasal dari kata organum (bahasa Latin), yang berarti alat atau badan. Organisasi memiliki tiga ciri utama, yaitu keberadaan sekelompok manusia, kerja sama yang harmonis, dan kerja sama tersebut berdasarkan hak, kewajiban, serta tanggung jawab masing-masing individu untuk mencapai tujuan bersama.

Menurut Sarwoto, pengorganisasian adalah keseluruhan proses pengelompokan seseorang-seseorang, alat-alat, tugas, tanggung jawab, dan wewenang menjadi satu kesatuan untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Pengorganisasian mencakup beberapa langkah penting, yaitu:

1. Penetapan Sumber Daya dan Kegiatan: Mengidentifikasi sumber daya yang diperlukan serta kegiatan yang harus dilakukan.
2. Perencanaan Kelompok Kerja: Mengelompokkan seseorang-seseorang ke dalam tim atau unit kerja yang terorganisasi.
3. Penugasan Tanggung Jawab: Memberikan tanggung jawab spesifik kepada individu atau kelompok untuk melaksanakan tugas tertentu.
4. Pendeklasian Wewenang: Mendelegasikan wewenang yang dibutuhkan kepada individu untuk memastikan tugas dapat dilaksanakan dengan efektif.

Pengorganisasian bertujuan untuk menciptakan struktur kerja yang efisien, memastikan distribusi tanggung jawab yang jelas, dan mendorong kerja sama yang optimal untuk mencapai tujuan organisasi.

c. *Actuating* (pelaksanaan)

Penggerakan adalah tindakan yang membuat sebuah organisasi berjalan sesuai tujuan yang telah ditetapkan. Secara sederhana, penggerakan dapat diartikan sebagai "gerak atau aksi" yang mencakup kegiatan yang dilakukan oleh seseseorang manajer untuk mengawali dan melanjutkan tugas-tugas yang telah direncanakan dan diorganisasikan agar tujuan organisasi tercapai.

Menurut George R. Terry, penggerakan adalah kegiatan yang bertujuan mengintegrasikan usaha-usaha anggota kelompok sehingga melalui pelaksanaan tugas masing-masing, mereka dapat memenuhi tujuan pribadi dan kelompok secara bersamaan. Penggerakan ini melibatkan berbagai aktivitas, termasuk penetapan dan pemenuhan kebutuhan pegawai, pemberian penghargaan, kepemimpinan, pengembangan sumber daya manusia, dan pemberian kompensasi.

Dalam praktiknya, penggerakan (actuating) memiliki lima subfungsi utama, yaitu:

1. *Motivating* (Motivasi): Memberikan dorongan atau motivasi kepada pegawai untuk meningkatkan semangat dan produktivitas kerja.
2. Pembimbingan: Memberikan panduan dan arahan kepada pegawai agar dapat bekerja sesuai dengan tujuan organisasi.
3. Penjalin Hubungan: Membangun hubungan yang harmonis antarindividu dalam organisasi untuk menciptakan kerja sama yang baik.
4. *Communicating* (Komunikasi): Menyampaikan informasi secara efektif kepada seluruh anggota organisasi agar tugas-tugas dapat dipahami dan dijalankan dengan baik.
5. Pemberian dan Pelaksanaan Pembinaan: Memberikan pelatihan dan pembinaan kepada pegawai untuk meningkatkan keterampilan dan kemampuan mereka.

Penggerakan merupakan elemen penting dalam manajemen karena berfungsi sebagai motor penggerak untuk memastikan bahwa rencana dan organisasi yang telah dibuat dapat direalisasikan secara efektif dan efisien.

d. *Controlling* (pengawasan)

Pengawasan adalah proses atau tindakan untuk memantau pelaksanaan kegiatan, mengidentifikasi hasil yang dicapai, serta mendeteksi kesalahan atau kegagalan. Tujuannya adalah untuk melakukan perbaikan dan mencegah terulangnya kesalahan, sekaligus memastikan pelaksanaan tetap sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan. Meskipun perencanaan telah dirancang dengan baik, pengawasan tetap diperlukan karena memiliki hubungan yang erat dengan perencanaan. Fungsi pengawasan sangat penting agar seluruh kegiatan

organisasi berjalan dengan baik dan efektif. Tanpa pengawasan, fungsi-fungsi manajemen lainnya tidak akan berjalan optimal.

Menurut prosesnya, pengawasan (controlling) mencakup beberapa langkah utama, yaitu:

1. Menentukan Standar: Membuat ukuran sebagai tolok ukur untuk melakukan pengawasan.
2. Pengukuran dan Pengamatan: Memantau operasional organisasi untuk memastikan bahwa kegiatan berjalan sesuai dengan rencana yang telah ditentukan.
3. Melakukan Koreksi: Mengambil tindakan korektif jika terjadi penyimpangan dari rencana atau standar yang telah ditetapkan.
4. Perbandingan Hasil Akhir: Membandingkan hasil akhir dengan masukan yang telah direncanakan untuk mengevaluasi keberhasilan dan menentukan langkah perbaikan.

Pengawasan berfungsi untuk memastikan bahwa semua fungsi manajemen lainnya, seperti perencanaan, pengorganisasian, dan penggerakan, berjalan sesuai dengan tujuan organisasi. Dengan pengawasan yang baik, efektivitas dan efisiensi organisasi dapat terjamin..

Sedangkan menurut Handoko (2019), fungsi manajemen terdiri dari *planning*, *organizing*, *staffing*, *leading*, dan *controlling*. Menurut Fayol (2010), manajer menjalankan fungsi manajemen, yaitu merencanakan, mengorganisasi, mengoordinasi, dan mengendalikan, biasa juga dengan: perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan dan pengendalian. Dari beberapa fungsi manajemen diatas, dapat dipahami bahwa semua manajemen diawali dengan perencanaan (*Planning*). Setelah itu pengorganisasian (*Organizing*). Selanjutnya menerapkan fungsi pengarahan yang diartikan dalam kata yang berbeda seperti *actuating* dan *leading*. Lalu fungsi yang terakhir dalam manajemen adalah pengendalian (*Controlling*).

2.2 Tinjauan Kampanye

2.2.1 Pengertian Kampanye

Terdapat banyak definisi mengenai kampanye yang dikemukakan oleh para ilmuwan komunikasi, namun berikut ini adalah beberapa definisi yang populer. Snyder (2002) dalam Venus (2004), mendefinisikan bahwa kampanye komunikasi merupakan aktivitas komunikasi yang terorganisasi, secara langsung ditujukan kepada masyarakat tertentu, pada periode waktu yang telah ditetapkan untuk mencapai tujuan tertentu. Pfau dan Parrot (1993) dalam Venus (2004), mendefinisikan kampanye sebagai kegiatan yang dilakukan secara sadar untuk menunjang dan meningkatkan proses pelaksanaan yang terencana pada periode tertentu yang bertujuan mempengaruhi masyarakat sasaran tertentu.

Rogers dan Storey (1987) dalam Venus (2004), mendefinisikan kampanye sebagai serangkaian kegiatan komunikasi yang terorganisasi dengan tujuan untuk menciptakan dampak tertentu terhadap sebagian besar masyarakat sasaran secara berkelanjutan dalam periode waktu tertentu. Berdasarkan beberapa definisi di atas, Venus (2004) mengidentifikasi bahwa aktivitas kampanye setidaknya harus mengandung empat hal yakni, (1) ditujukan untuk menciptakan efek atau dampak tertentu (2) ditujukan kepada jumlah masyarakat sasaran yang besar (3) dipusatkan dalam kurun waktu tertentu dan (4) dilakukan melalui serangkaian tindakan komunikasi yang terorganisasi. Kampanye politik adalah bentuk komunikasi politik yang dilakukan sesesorang atau sekelompok seseorang atau organisasi politik dalam waktu tertentu untuk memperoleh dukungan politik dari masyarakat (Arifin, 2003).

Salah satu jenis kampanye politik adalah kampanye massa, yaitu kampanye politik yang ditujukan kepada massa (seseorang banyak), baik melalui hubungan tatap muka maupun dengan menggunakan berbagai media, seperti surat kabar, radio, televisi, film, spanduk, baligo, poster, folder dan selebaran serta medium interaktif melalui komputer (internet). Penyampaian pesan politik melalui media massa merupakan bentuk kampanye yang handal dalam hal menjangkau masyarakat luas. Kampanye politik saat ini sudah mengadopsi prinsip-prinsip pemasaran dan

pembentukan citra. Hal tersebut dimungkinkan terjadi karena sistematika pemilihan kepala kampung adalah langsung.

Menurut Ruslan (2005), kampanye politik merupakan jenis kampanye yang pada umumnya dimotivasi oleh hasrat untuk meraih kekuasaan. Tujuan dari kampanye ini adalah untuk memenangkan dukungan masyarakat terhadap kandidat-kandidat yang dicalonkan agar dapat menduduki jabatan politik yang diperebutkan lewat proses pemilihan. Kegiatan untuk membangun citra atau image merupakan bagian penting dalam kampanye politik untuk memperoleh dukungan. Terkait dengan komunikasi dalam kampanye politik, terdapat beberapa aktivitas komunikasi yang dapat diidentifikasi. Menurut Nimmo (2005), kegiatan komunikasi politik adalah kegiatan simbolik dimana kata-kata itu mencakup ungkapan yang dikatakan atau dituliskan, gambar, lukisan, foto, film, gerak tubuh, ekspresi wajah dan segala cara bertindak. Seseorang-seseorang yang mengamati simbol-simbol itu, menginterpretasikannya dengan cara-cara yang bermakna sehingga membentuk citra mental tentang simbol-simbol tersebut.

Berdasarkan definisi-definisi yang telah diungkapkan, kampanye setidaknya mencakup empat elemen utama:

1. Tindakan Kampanye: Kegiatan yang dirancang untuk menciptakan efek tertentu dalam jangka waktu tertentu.
2. Khalayak Sasaran: Menargetkan jumlah audiens yang besar.
3. Kurun Waktu Terbatas: Biasanya dilakukan dalam periode waktu tertentu.
4. Komunikasi Terorganisasi: Melibatkan serangkaian tindakan komunikasi yang terstruktur dan sistematis.

Dengan demikian, kampanye dapat diartikan sebagai suatu kegiatan atau perilaku yang bertujuan untuk menarik simpati masyarakat. Hal ini dilakukan dengan menampilkan atau menawarkan hal-hal positif terkait tujuan pelaku kampanye, termasuk menyampaikan visi dan misi mereka untuk memperoleh dukungan dalam menduduki posisi kepemimpinan atau pemerintahan.

Menurut Milana dan Muksin (2021), kampanye politik adalah serangkaian kegiatan yang melibatkan beberapa elemen penting sebagai berikut:

1. Penyebaran Informasi: Kampanye melibatkan penyampaian informasi kepada publik.
2. Tujuan Mempengaruhi: Kampanye bertujuan untuk memengaruhi opini dan sikap publik sebagai pemilih potensial.
3. Durasi Terbatas: Kampanye dilaksanakan dalam waktu yang telah ditentukan.
4. Strategi Komunikasi: Kampanye menggunakan strategi komunikasi yang terstruktur dan terorganisasi.
5. Pesan Spesifik: Kampanye memiliki pesan-pesan yang spesifik dan terfokus.
6. Media Penyampaian: Pesan-pesan kampanye disampaikan melalui berbagai media, baik konvensional maupun digital.
7. Dampak Terhadap Pemilih: Kampanye politik memiliki efek tertentu terhadap pemilih dan masyarakat umum.

Dengan elemen-elemen ini, kampanye politik dirancang untuk mencapai efektivitas dalam memengaruhi pemilih dan menciptakan dampak yang signifikan di masyarakat.

2.2.2 Jenis-Jenis Kampanye

Menurut Charles U. Larson (1992), kampanye dapat dibagi menjadi tiga kategori utama:

1. *Product-Oriented Campaigns*

Kampanye ini berorientasi pada produk dan umumnya berlangsung di dunia bisnis. Kampanye jenis ini juga dikenal sebagai commercial campaign atau corporate campaign. Tujuan utamanya adalah untuk mendapatkan keuntungan finansial dengan mempromosikan produk atau layanan tertentu.

2. *Candidate-Oriented Campaigns*

Kampanye ini berfokus pada kandidat, dengan motivasi utama untuk memperoleh kekuasaan politik. Jenis kampanye ini sering disebut sebagai political campaign (kampanye politik). Tujuannya adalah untuk

memenangkan dukungan masyarakat terhadap kandidat yang diusung oleh partai politik, agar mereka dapat menduduki jabatan politik melalui proses pemilihan umum.

3. *Ideologically Or Cause-Oriented Campaigns*

Kampanye ini berorientasi pada tujuan khusus yang biasanya terkait dengan perubahan sosial. Dalam istilah Kotler, kampanye ini disebut Social Change Campaigns, yaitu kampanye yang bertujuan untuk mengatasi masalah sosial dengan mengubah sikap dan perilaku publik yang relevan dengan isu tersebut.

Ketiga kategori ini mencerminkan tujuan dan motivasi yang berbeda dalam pelaksanaan kampanye, baik untuk keuntungan finansial, kekuasaan politik, maupun perubahan sosial.

Berdasarkan isinya, kampanye dapat dibagi menjadi empat jenis utama:

1. Kampanye Positif

Kampanye ini bertujuan untuk mengenalkan calon pemimpin, program kerja, serta visi dan misinya. Bentuknya biasanya berupa slogan, baliho, iklan televisi, dialog, wawancara, atau debat. Kampanye ini dianggap ideal karena menonjolkan kelebihan kandidat secara konstruktif. Namun, pada kenyataannya, jarang dilakukan secara dominan, karena calon atau tim kampanye lebih sering menyoroti kekurangan lawan.

2. Kampanye Negatif

Jenis kampanye ini cenderung menyerang lawan secara pribadi atau menyerang program kerja serta visi dan misi mereka. Meskipun menyerang, kampanye negatif seringkali masih memiliki dasar atau fakta yang mendukung kritik tersebut.

3. Kampanye Abu-Abu

Kampanye ini menjelekkan lawan politik dengan informasi yang belum jelas kebenarannya. Data yang digunakan sering kali tidak bisa dibuktikan, namun memberikan kesan bahwa lawan politik berada dalam posisi yang salah.

4. Kampanye Hitam

Kampanye Hitam (*Black Campaign*) adalah jenis kampanye yang bertujuan menjatuhkan lawan dengan cara yang tidak etis, seperti menyebarkan fitnah, kebohongan, dan tuduhan tanpa bukti. Kampanye ini mengarah pada pembunuhan karakter, yang sering kali menggunakan isu-isu negatif tanpa dasar. Jika terbukti dilakukan oleh tim calon kandidat pemilu, kampanye hitam dapat dikenakan sanksi, termasuk hukuman dari KPU.

Kampanye hitam tidak hanya dilakukan oleh individu atau tim kampanye, tetapi juga sering kali melibatkan media sebagai alat penyebar informasi. Meskipun tujuannya adalah untuk mengangkat citra baik di mata pemilih dan meraih simpati, kampanye hitam justru berpotensi menciptakan citra buruk di mata masyarakat luas. Gosip atau rumor dalam kampanye hitam sering muncul, terutama dalam persaingan untuk jabatan publik.

Secara historis, kampanye hitam dikenal sebagai Whispering Campaign atau kampanye mulut ke mulut. Namun, di era modern, metode ini berkembang dengan memanfaatkan media massa sebagai sarana utama penyebaran informasi. Black Campaign dapat diartikan sebagai "kampanye kotor," yang secara harfiah mengacu pada upaya untuk menjatuhkan lawan politik melalui isu-isu yang tidak berdasar.

Berdasarkan definisi ini, kampanye hitam adalah salah satu strategi yang digunakan oleh kandidat atau tim untuk merusak reputasi lawan, dengan menggunakan informasi yang tidak benar dan bersifat fitnah. Namun, dalam konteks kampanye pemilu, kegiatan idealnya adalah menyampaikan visi, misi, dan program kerja untuk meyakinkan pemilih secara konstruktif, bukan dengan cara menyerang lawan secara tidak etis.

2.2.3 Dasar Hukum Kampanye

Dasar hukum atau aturan yang mengatur mengenai kampanye pada pemilihan umum, tertuang dalam Peraturan Komisi Pemilihan Umum Nomor 15 Tahun 2024 Tentang Kampanye Pemilihan Umum. PKPU ini mengatur tentang Kampanye Pemilihan Umum yang meliputi, pelaksana kampanye, materi kampanye Pemilihan Umum, metode kampanye, pemberitaan dan penyiaran, kampanye Pemilu oleh pejabat negara, kampanye dalam penyelenggaraan Pemilu Presiden dan Wakil Presiden Putaran kedua, larangan kampanye Pemilu, koordinasi dengan Kementerian atau lembaga pemerintah daerah, Tentara Nasional Indonesia, dan Kepolisian Negara Republik Indonesia dalam penyelenggaraan Pemilihan Umum, sosialisasi dan pendidikan politik.

Berdasarkan PKPU No 15 Tahun 2023, kampanye Pemilu harus diselenggarakan dengan berdasarkan prinsip: a. jujur; b. adil; c. berkepastian hukum; d. tertib; e. kepentingan umum; f. terbuka; g. proporsional; h. profesional; i. akuntabel; j. efektif; dan k. efisien. Lebih lanjut, para pelaksana kampanye dalam membuat materi kampanye harus menjunjung tinggi nilai luhur Pancasila, UUD 1945, moralitas dan kesadaran hukum. Aturan tersebut tertuang dalam PKPU No 15 Tahun 2023 pasal 23:

- a. Materi Kampanye Pemilu sebagaimana dimaksud dalam Pasal 22 ayat (1), harus:
- b. menjunjung tinggi pelaksanaan Pancasila dan UndangUndang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945;
- c. menjaga dan meningkatkan moralitas dan nilai agama serta jati diri bangsa;
- d. meningkatkan kesadaran hukum;
- e. memberikan informasi yang benar, seimbang, dan bertanggung jawab sebagai bagian dari pendidikan politik; dan
- f. menghormati perbedaan suku, agama, ras, dan antargolongan dalam masyarakat.

Pada Peraturan Komisi Pemilihan Umum Nomor 15 Tahun 2024 Tentang Kampanye Pemilihan Umum pasal 72 ayat (j), ditegaskan bahwa dalam pelaksanaan kampanye peserta dan tim kampanye Pemilihan Umum dilarang untuk menjanjikan atau memberikan uang atau materi lainnya kepada peserta Kampanye Pemilu. Larangan menjanjikan uang kepada peserta kampanye, kembali ditegaskan pada pasal 75 yang berbunyi:

Pelaksana Kampanye Pemilu dan/atau tim Kampanye Pemilu dilarang menjanjikan atau memberikan uang atau materi lainnya sebagai imbalan kepada peserta Kampanye Pemilu secara langsung atau tidak langsung untuk:

- a. tidak menggunakan hak pilihnya;
- b. menggunakan hak pilihnya dengan memilih Peserta Pemilu dengan cara tertentu sehingga surat suaranya tidak sah;
- c. memilih Pasangan Calon tertentu;
- d. memilih Partai Politik Peserta Pemilu tertentu; dan/atau
- e. memilih Calon Anggota DPD tertentu.

2.2.4 Tahapan Kampanye

Menurut PKPU No. 3 Tahun 2022, untuk masa Kampanye Pemilu 2024 berlangsung mulai tanggal 28 November 2023 sampai dengan tanggal 10 Februari 2024. Sehingga, total masa Kampanye Pemilu 2024 dilaksanakan selama 75 hari. Tahapan kampanye sebagai berikut:

1. Pra-kampanye: Sebelum masa kampanye resmi dimulai, calon atau partai politik melakukan persiapan, membangun tim kampanye, dan merencanakan strategi kampanye. Masa pra-kampanye ini dimulai setelah penetapan calon oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU) atau lembaga penyelenggara pemilu lainnya.
2. Masa Kampanye Resmi: Tahapan ini adalah masa resmi kampanye yang ditetapkan oleh KPU atau lembaga penyelenggara pemilu lainnya. Masa kampanye memiliki jangka waktu yang ditentukan dan berlangsung sebelum hari pemungutan suara. Selama masa kampanye, calon atau partai politik

melakukan berbagai kegiatan kampanye untuk mempengaruhi pemilih dan mendapatkan dukungan.

3. Penyebaran Materi Kampanye: Selama masa kampanye, calon atau partai politik menyebarkan materi kampanye melalui berbagai media, termasuk iklan di media massa, spanduk, selebaran, poster, dan media sosial. Materi kampanye ini berisi pesan-pesan yang ingin disampaikan kepada pemilih.
4. Debat Publik: Calon atau perwakilan partai politik sering kali berpartisipasi dalam debat publik yang diadakan oleh KPU atau lembaga lain. Debat ini memungkinkan calon untuk menyampaikan visi, misi, dan program mereka serta menjawab pertanyaan dari pemilih.
5. Kampanye Daring (*Online*): Penggunaan media sosial dan *platform* daring lainnya menjadi semakin penting dalam tahapan kampanye modern di Indonesia. Calon atau partai politik menggunakan platform ini untuk berkomunikasi dengan pemilih, menyebarkan pesan kampanye, dan mendapatkan dukungan.
6. Monitoring dan Evaluasi: Selama tahapan kampanye, calon atau partai politik secara terus-menerus memonitor dan mengevaluasi efektivitas kampanye mereka. Mereka menilai respons pemilih, mendengarkan masukan dari tim kampanye, dan melakukan penyesuaian strategi jika diperlukan.
7. Masa Tenang: Sebelum hari pemilihan, ada periode masa tenang di mana semua kampanye resmi dihentikan. Ini bertujuan untuk memberikan waktu bagi pemilih untuk mempertimbangkan pilihan mereka secara tenang tanpa pengaruh kampanye.
8. Hari Pemilihan: Ini adalah hari ketika pemilih keluar untuk memberikan suara mereka di tempat pemungutan suara. Selama hari pemilihan, kampanye resmi harus berhenti, dan calon atau partai politik tidak boleh mempengaruhi pemilih.

Melansir situs resmi Info KPU sebagaimana didasarkan pada aturan PKPU No. 3 Tahun 2024, berikut ini informasi lengkap jadwal dan tahapan penyelenggaraan Pemilu 2024, termasuk kapan Kampanye Pemilu 2024 dimulai:

- a. Tanggal 14 Juni 2022 - 14 Juni 2024: Perencanaan program dan anggaran serta penyusunan peraturan pelaksanaan penyelenggaraan Pemilu 2024
- b. Tanggal 14 Oktober 2022 - 21 Juni 2023: Pemutakhiran data pemilih dan penyusunan daftar pemilih
- c. Tanggal 29 Juli 2022 - 13 Desember 2022: Pendaftaran dan verifikasi peserta Pemilu 2024
- d. Tanggal 14 Desember 2022: Penetapan peserta Pemilu 2024
- e. Tanggal 14 Oktober 2022 - 9 Februari 2023: Penetapan jumlah kursi dan penetapan daerah pemilihan
- f. Tanggal 6 Desember 2022 - 25 November 2023: Pencalonan anggota DPD
- g. Tanggal 24 April 2023 - 25 November 2023: Pencalonan anggota DPR, DPRD Provinsi, DPRD Kabupaten/Kota
- h. Tanggal 19 Oktober 2023 - 25 November 2023: Pencalonan Presiden dan Wakil Presiden
- i. Tanggal 28 November 2023 - 10 Februari 2024: Masa Kampanye Pemilu 2024
- j. Tanggal 11 Februari 2024 - 13 Februari 2024: Masa tenang
- k. Tanggal 14 Februari 2024: Pemungutan suara
- l. Tanggal 14 Februari 2024 - 15 Februari 2024: Penghitungan suara
- m. Tanggal 15 Februari 2024 - 20 Maret 2024: Rekapitulasi hasil penghitungan suara
- n. Waktu 3 Hari Setelah Pemberitahuan MK atau 3 Hari Setelah Putusan MK: Penetapan hasil Pemilu
- o. Tanggal 1 Oktober 2024: Pengucapan sumpah/janji DPR dan DPD
- p. Tanggal 20 Oktober 2024: Pengucapan sumpah/janji Presiden dan Wakil Presiden.

Selain itu, PKPU juga menetapkan jadwal dan tahapan penyelenggaraan Pilpres 2024 jika terdapat dua putaran yang dimulai dua hari setelah rekapitulasi hasil penghitungan suara putaran pertama. Berikut jadwal dan tahapan Pilpres 2024 jika ada putaran kedua:

- a. Tanggal 22 Maret 2024 - 25 April 2024: Pemutakhiran data pemilih dan penyusunan daftar pemilih
- b. Tanggal 2 Juni 2024 - 22 Juni 2024: Masa Kampanye Pilpres 2024 putaran kedua

- c. Tanggal 23 Juni 2024 - 25 Juni 2024: Masa tenang
- d. Tanggal 26 Juni 2024: Pemungutan suara Pemilu 2024
- e. Tanggal 26 Juni 2024 - 27 Juni 2024: Penghitungan suara
- f. Tanggal 27 Juni 2024 - 20 Juli 2024: Rekapitulasi hasil penghitungan suara

2.2.3 Teknik-Teknik Kampanye

Selama masa kampanye, tim kampanye berusaha menggalang dukungan dan simpati pemilih agar pemilih menjatuhkan pilihannya pada calon kepala kampung yang dikampanyekannya. Tim kampanye politik menggunakan teknik-teknik kampanye politik yang kemudian diwujudkan dalam suatu bentuk kegiatan kampanye politik untuk mempengaruhi pemilih. Imawan (1997) dalam Amir (2020) merumuskan beberapa teknik kampanye politik, yaitu:

1. Kampanye dari rumah ke rumah (*door to door campaign*), yaitu calon kepala Kampung mendatangi langsung para pemilih sambil menanyakan persoalan-persoalan yang dihadapi. Kampanye ini efektif dilakukan pada pemilihan umum tahun 1955, dengan mendatangi seseorang-seseorang yang pilihannya dianggap masih ragu dan dapat dibujuk atau diancam untuk mengubah sikap dan pilihan politik mereka.
2. Diskusi Kelompok (*group discussion*), dilakukan dengan membentuk kelompok-kelompok diskusi kecil yang membicarakan masalah yang dihadapi masyarakat.
3. Kampanye massa langsung (*direct mass campaign*), dilakukan dalam bentuk aktivitas yang menarik perhatian massa, seperti pawai, pertunjukkan kesenian dan sebagainya. Teknik inilah yang dilarang dalam kampanye pemilu 1992, karena selain tidak efektif juga berpotensi menimbulkan bentrokan fisik.
4. Kampanye massa tidak langsung (*indirect mass campaign*), yang dilakukan dengan cara berpidato di radio, televisi atau memasang iklan di media cetak dan elektronik.

2.2.4 Model-Model Kampanye

Tiga model kampanye yang dirumuskan oleh beberapa ahli:

1. *Model The Five Stages Development.*

Model ini dikembangkan oleh tim peneliti dan praktisi kampanye di Yale University, Amerika Serikat, pada tahun 1960-an. Model ini menjadi salah satu yang paling populer karena fleksibilitasnya untuk diterapkan pada berbagai jenis kampanye, termasuk *candidate-oriented campaigns*, *product-oriented campaigns*, dan *cause or idea-oriented campaigns*. Fokus utama model ini adalah pada tahapan kegiatan kampanye, bukan pada interaksi atau pertukaran pesan antara pelaku kampanye (*campaigner*) dengan audiens (*campaignee*). Berikut adalah lima tahapan dalam model ini:

- a. Tahap Identifikasi

Pada tahap ini, identitas kampanye diciptakan agar mudah dikenali oleh khalayak. Elemen yang sering digunakan sebagai identitas meliputi simbol, warna, lagu/jingle, seragam, dan slogan. Identitas ini berfungsi untuk membedakan kampanye dari yang lain dan memperkuat daya ingat audiens terhadap pesan kampanye.

- b. Tahap Legitimasi

Legitimasi dicapai ketika kampanye atau kandidat memperoleh pengakuan formal atau dukungan yang signifikan. Dalam kampanye politik, legitimasi terjadi ketika seseseorang kandidat masuk daftar resmi pemilu atau mendapatkan dukungan kuat melalui hasil polling lembaga independen.

- c. Tahap Partisipasi

Tahap ini ditandai dengan dukungan dari khalayak yang bersifat partisipatif. Partisipasi dapat berupa dukungan nyata, seperti bergabung dalam demonstrasi, menyumbangkan dana, atau membantu kampanye. Selain itu, partisipasi juga bisa bersifat simbolik, seperti menempelkan stiker kampanye pada kendaraan atau mengenakan kaos partai yang dibagikan secara gratis.

d. Tahap Penetrasi

Pada tahap ini, kandidat, produk, atau gagasan berhasil mendapatkan tempat di hati masyarakat. Kampanye mulai dikenal secara luas, baik oleh khalayak umum maupun media massa. Pada tahap ini, juru kampanye telah berhasil meyakinkan audiens bahwa kandidat atau gagasan yang diusung adalah pilihan terbaik.

e. Tahap Distribusi

Ini merupakan puncak dari semua tahapan sebelumnya. Pada tahap ini, keberhasilan kampanye terlihat melalui pembuktian hasil yang nyata. Misalnya, dalam kampanye politik, tahap ini mencerminkan pencapaian tujuan kampanye, seperti kemenangan kandidat dalam pemilu atau implementasi gagasan yang dikampanyekan.

2. *The Communicative Function Model*

Model kampanye yang dijelaskan oleh Trent dan Robert Frienderberg, yang merupakan praktisi sekaligus pengamat kampanye di lingkungan politik. Model ini berfokus pada analisis tahapan kampanye, mencakup empat langkah utama: *surfacing* (pemunculan), *primary* (terpenting), *nomination* (pemilihan), dan *election* (pencalonan). Berikut adalah penjelasan tiap tahap:

a. *Surfacing* (Pemunculan)

Tahap ini bertujuan membangun dasar bagi tahapan kampanye berikutnya. Aktivitas pada tahap ini mencakup:

- 1) Memetakan wilayah kampanye yang menjadi target.
- 2) Membina hubungan dengan tokoh-tokoh lokal atau seseorang-seseorang yang memiliki pengaruh di daerah tersebut.
- 3) Memulai evaluasi awal terhadap citra kandidat.

Khalayak pada tahap ini mulai mengamati dan mengevaluasi citra umum kandidat, sehingga dapat dianggap sebagai uji coba citra publik.

b. *Primary* (Tahap Utama)

Tahap ini bertujuan untuk memusatkan perhatian khalayak pada kandidat, gagasan, atau produk yang telah diperkenalkan. Fokus utama adalah:

- 1) Memperkuat citra kandidat atau gagasan yang diusung.
- 2) Melibatkan khalayak secara aktif dalam mendukung kampanye.

Tahap ini merupakan inti dari upaya kampanye untuk memperoleh pengakuan dan perhatian yang lebih luas.

c. *Nomination* (Pemilihan)

Tahap ini bergantung pada hasil dari tahap *primary*. Jika kandidat berhasil mendapatkan pengakuan dari masyarakat, liputan media yang signifikan, atau gagasan mereka menjadi perbincangan publik, maka tahap ini dapat segera dimulai. Pada tahap ini, kandidat atau gagasan yang telah diakui akan maju sebagai pilihan resmi untuk pemilihan lebih lanjut.

d. *Election* (Pencalonan)

Tahap terakhir, di mana kampanye secara resmi berakhir. Namun, dalam praktiknya, sering kali kandidat tetap berupaya mempertahankan perhatian khalayak dengan cara-cara terselubung, seperti:

- 1) Membeli ruang media untuk tetap mempertahankan eksistensi mereka di benak publik.
- 2) Membuat berita-berita tertentu yang dirancang untuk mendapatkan simpati masyarakat.

3. Model Kampanye Nowak dan Warned

McQuail dan Windahl menjelaskan bahwa ini salah satu model tradisional kampanye yang memulai prosesnya dari tujuan hingga efek yang diinginkan. Model ini menggambarkan berbagai proses kerja dalam kampanye dan memiliki sifat normatif untuk meningkatkan efektivitas. Dalam model ini, setiap elemen saling terhubung, sehingga perubahan pada satu elemen akan memengaruhi elemen lainnya. Model ini juga fleksibel, memungkinkan tujuan kampanye untuk disesuaikan bahkan saat kampanye sedang berlangsung.

Berikut adalah delapan elemen penting dalam model ini:

a. Efek yang Diharapkan (*Intended Effect*)

Efek yang ingin dicapai harus dirumuskan secara jelas untuk memudahkan penentuan elemen-elemen lainnya. Kesalahan umum adalah terlalu melebih-lebihkan potensi efek kampanye, sehingga tujuan menjadi tidak fokus dan tidak tegas.

b. Persaingan Komunikasi (*Competing Communication*)

Kampanye yang efektif memerlukan antisipasi terhadap potensi gangguan dari kampanye tandingan (counter campaign). Strategi yang dirancang harus memperhitungkan persaingan ini agar pesan kampanye tetap dominan.

c. Objek Komunikasi (*Communication Object*)

Objek kampanye harus fokus pada satu isu tertentu karena objek yang berbeda membutuhkan metode komunikasi yang berbeda. Setelah objek ditentukan, langkah selanjutnya adalah menentukan aspek mana yang akan ditekankan.

d. Populasi Target dan Kelompok Penerima (*Target Population and Receiving Group*)

Kelompok penerima adalah bagian dari populasi target yang diidentifikasi untuk menerima pesan kampanye. Fokus dapat diarahkan pada opinion leader untuk mempermudah penyebaran pesan. Populasi target dapat dikategorikan berdasarkan tingkat kesulitan mereka untuk dijangkau.

e. Saluran (*The Channel*)

Saluran komunikasi yang digunakan dapat bervariasi tergantung pada karakteristik kelompok penerima dan jenis pesan. Media massa dapat menjangkau banyak seseorang, tetapi jika tujuannya adalah mengubah perilaku, saluran komunikasi interpersonal lebih efektif.

f. Pesan (*The Message*)

Pesan harus disesuaikan dengan karakteristik penerima. Pesan kampanye memiliki tiga fungsi utama:

- 1) Menumuhukan Kesadaran: Membuat penerima sadar akan isu yang diangkat.
 - 2) Memengaruhi: Mendorong perubahan opini atau sikap.
 - 3) Memperkuat Keyakinan: Meyakinkan penerima bahwa tindakan atau pilihan mereka adalah benar.
- g. Komunikator/Pengirim Pesan (*The Communicator/Sender*)
- Komunikator dipilih berdasarkan kredibilitasnya di mata audiens. Mereka bisa berupa ahli atau tokoh yang dipercaya, sehingga pesan yang disampaikan lebih meyakinkan.
- h. Efek yang Dicapai (*The Obtained Effect*)
- Efek kampanye dapat dibagi menjadi:
- 1) Efek Kognitif: Perhatian, peningkatan pengetahuan, dan kesadaran.
 - 2) Efek Afektif: Perubahan perasaan, suasana hati, dan sikap.
 - 3) Efek Konatif: Mendorong keputusan bertindak dan penerapan perubahan perilaku

2.2.5 Tujuan Kampanye

Kampanye, apapun ragam dan tujuannya, selalu berupaya menciptakan perubahan yang berkaitan dengan tiga aspek utama: pengetahuan (knowledge), sikap (attitude), dan perilaku (behavior), sebagaimana diungkapkan oleh Pfau dan Parrot (dalam Efriza, 2012). Ketiga aspek ini sering disebut sebagai "3A" (awareness, attitude, dan action) menurut Ostegaard (dalam Efriza, 2012). Ketiga elemen ini saling berhubungan dan merupakan sasaran pengaruh (target of influences) yang dicapai secara bertahap untuk menciptakan perubahan.

1. Tahap Kesadaran (*Awareness*)

Kampanye pada tahap ini bertujuan menciptakan perubahan pada tatanan pengetahuan dan kognitif. Pengaruh yang diharapkan meliputi munculnya kesadaran, perubahan keyakinan, atau meningkatnya pemahaman khalayak terhadap isu tertentu.

2. Tahap Perubahan Sikap (*Attitude*)

Pada tahap ini, kampanye diarahkan untuk mengubah sikap. Sasaran utamanya adalah menumbuhkan simpati, rasa suka, kepedulian, atau keberpihakan khalayak terhadap isu-isu yang menjadi tema kampanye.

3. Tahap Perubahan Perilaku (*Action*)

Tahap terakhir bertujuan untuk mengubah perilaku khalayak secara konkret dan terukur. Hasil dari tahap ini adalah tindakan spesifik yang dilakukan oleh sasaran kampanye, baik dalam bentuk tindakan satu kali maupun tindakan berkelanjutan.

Dalam konteks kampanye politik, tujuan utamanya adalah pembentukan citra politik. Untuk mencapai hal ini, partai politik (parpol) perlu menjalin hubungan internal dan eksternal:

- a. Hubungan Internal: Merujuk pada interaksi antara anggota partai dan pendukungnya, dengan tujuan memperkuat ikatan ideologis dan identitas partai.
- b. Hubungan Eksternal: Bertujuan mengomunikasikan citra yang ingin dibangun kepada pihak luar, termasuk media massa dan masyarakat.

Dengan strategi yang mencakup tiga tahap tersebut serta pengelolaan hubungan internal dan eksternal, kampanye politik dapat lebih efektif dalam memengaruhi audiens dan membentuk citra yang diinginkan.

2.3 Tinjauan Politik Uang

2.3.1 Pengertian Politik Uang

Politik uang atau *money politic* dalam Bahasa Indonesia adalah suap, arti suap dalam buku kamus besar Bahasa Indonesia adalah uang sogok. Suap dalam bahasa arab adalah rishwah atau rushwah, yang yang berasal dari kata al-risywah yang artinya sebuah tali yang menyambungkan sesuatu ke air.

Menurut pakar hukum Tata Negara Universitas Indonesia, Yusril Ihza Mahendra, definisi *money politic* sangat jelas, yakni mempengaruhi massa pemilu dengan imbalan materi. Yusril mengatakan, sebagaimana yang dikutip oleh Indra Ismawan kalau kasus *money politic* bisa di buktikan, pelakunya dapat diberat dengan pasal tindak pidana biasa, yakni penyuapan. Tapi kalau penyambung adalah figur anonim (merahasiakan diri) sehingga kasusnya sulit dilacak, tindak lanjut secara hukum pun jadi kabur. Secara umum *money politic* biasa diartikan sebagai upaya untuk mempengaruhi perilaku seseorang dengan menggunakan imbalan tertentu. Ada yang mengartikan *money politic* sebagai tindakan jual beli suara pada sebuah proses politik dan kekuasaan (Istianah, 2023).

Secara umum politik uang diartikan sebagai seni untuk memperoleh kemenangan dalam memperebutkan kekuasaan. Sedangkan uang politik hanyasebagai akses untuk memperoleh kemenangan tersebut (Sumartini dalam Hastuti dkk, 2012). Sedangkan menurut Ismawan politik uang diartikan sebagai upaya mempengaruhi perilaku seseorang lain dengan menggunakan imbalan tertentu atau bisa dikatakan sebagai jual beli suara pada proses politik demokratisasi atau pemilihan umum seperti pemilihan tingkat nasional maupun pemilihan tingkat desa (Ismawan, 1999).

Dalam perjalanannya bahwa politik uang ini merupakan tindakan membagi-bagikan uang, barang dan jasa sudah mengalami pembiasan makna. Sedangkan batasan pelaku politik uang menurut Ismawan adalah seseorang yang memberi uang politik baik kandidat, pendukung atau tim sukses dan penerima uang politik dalam bentuk apapun. Politik uang dilakukan dengan sadar oleh pihak-pihak yang melakukan praktik politik uang (Ismawan, 1999). Dengan demikian *Money politics* adalah suatu bentuk pemberian atau janji menyuap sesesorang baik supaya seseorang itu tidak menjalankan haknya untuk memilih maupun supaya ia menjalankan haknya dengan cara tertentu pada saat pemilihan umum. Pemberian bisa dilakukan menggunakan uang atau barang.

Politik uang umumnya dilakukan untuk menarik simpati para pemilih dalam menentukan hak suaranya tiap pemilihan umum. Berdasarkan pemikiran tersebut dapat dikatakan bahwa *Money politics* yang digunakan bisa berupa uang ataupun barang dengan tujuan untuk menarik simpati para pemilih. Dengan adanya beberapa

klasifikasi pemilih sehingga diperlukan untuk menentukan sasaran khalayak yang kiranya sangat mudah untuk dipengaruhi agar calon kandidat bisa memenangkan kampanyenya untuk mengambil kekuasaan tersebut.

2.3.2 Dasar Hukum

A. Pasal 73 ayat 3 Undang-Undang No. 3 Tahun 1999 menyatakan:

"Barang siapa pada waktu diselenggarakannya pemilihan umum menurut undang-undang ini, dengan pemberian atau janji, menyuap sesesorang, baik supaya seseorang itu tidak menjalankan haknya untuk memilih maupun supaya ia menjalankan haknya dengan cara tertentu, dipidana dengan pidana penjara paling lama tiga tahun. Pidana itu dikenakan juga kepada pemilih yang menerima suap berupa pemberian atau janji berbuat sesuatu."

Inti dari Pasal ini:

1. Tindakan yang Dilarang:

- a. Memberikan suap atau janji kepada sesesorang untuk:
 - 1) Tidak menggunakan hak pilihnya.
 - 2) Menggunakan hak pilihnya dengan cara tertentu.

b. Menerima suap atau janji berbuat sesuatu terkait dengan hak pilih.

2. Sanksi:

Pelaku, baik pemberi maupun penerima suap, dapat dijatuhi hukuman penjara maksimal tiga tahun.

Pasal ini bertujuan untuk melindungi integritas proses pemilu dari praktik politik uang dan memastikan kebebasan pemilih dalam menentukan pilihannya tanpa tekanan atau pengaruh tidak sah.

B. Undang-Undang Negara RI Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum pasal 523

- 1) 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 Rp24.000.000,00 (dua puluh empat juta rupiah).

- 2) 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 Rp48.000.000,00 (empat puluh delapan juta rupiah).
- 3) Setiap seseorang 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).

2.3.3 Bentuk-Bentuk Politik Uang

Istianah (2023) menjelaskan bahwa bentuk-bentuk *Money politics*, sebagai berikut

a. Berbentuk Uang (*Cash Money*)

Dalam masyarakat, tidak terkecuali masyarakat religius, uang memang diakui sebagai senjata politik ampuh yang sangat strategis untuk menaklukkan kekuasaan. Karena, pada dasarnya uang merupakan saudara kembar kekuasaan. Uang merupakan faktor penting yang berguna untuk mendongkrak personal seseseseorang, sekaligus untuk mengendalikan wacana strategis terkait dengan sebuah kepentingan politik dan kekuasaan. Dimana seseseseorang leluasa mempengaruhi dan memaksakan kepentingan pribadi dan kelompoknya pada pihak lain melalui berbagai sarana, termasuk uang.

Modus *Money politic* dalam Pemilihan Umum sering kali menjadi praktik yang umum dilakukan oleh sejumlah pihak. Berikut adalah beberapa bentuknya:

1. Sarana kampanye sering kali melibatkan upaya meminta dukungan dari masyarakat melalui penyebaran bahan kampanye seperti brosur, stiker, dan kaos. Selain untuk menyampaikan pesan kampanye, bahan-bahan ini juga

bertujuan meningkatkan popularitas kandidat. Setelah acara kampanye selesai, pendukung yang hadir biasanya diberikan uang transportasi sebagai bentuk kompensasi, dengan nominal yang bervariasi, tergantung pada kebijakan tim kampanye. Praktik ini menjadi salah satu cara yang umum digunakan untuk mempertahankan loyalitas dan dukungan dari para peserta kampanye.

2. Dalam Pemilu, praktik *money politic* sering kali dilakukan melalui berbagai bentuk, salah satunya adalah distribusi sumbangan, baik berupa barang maupun uang, kepada kader partai, simpatisan, kelompok tertentu, atau bahkan penggembira politik. Tujuan utama dari sumbangan ini adalah untuk memperoleh dukungan politik dari penerima bantuan. Selain itu, ada juga bentuk *money politic* yang dikenal sebagai bantuan langsung atau Sembako Politik. Praktik ini melibatkan pemberian kebutuhan pokok, seperti beras, mie instan, minyak goreng, gula, atau bahan sembako lainnya, kepada komunitas atau kelompok tertentu. Prosesnya biasanya dimulai dengan pengiriman proposal dari komunitas kepada calon, mencantumkan jenis bantuan dan besaran yang diminta. Jika proposal tersebut disetujui, penerima bantuan sering kali merasa berkewajiban untuk memberikan suaranya kepada calon yang memberikan bantuan. Praktik ini dianggap sangat efektif karena menyasar masyarakat dengan kondisi ekonomi rendah, yang lebih rentan terhadap pengaruh material langsung. Namun, meskipun efektif dalam menjaring dukungan, praktik ini melanggar prinsip demokrasi dan aturan hukum dalam pemilu, sehingga dapat dikenai sanksi yang berlaku.

b. Berbentuk fasilitas umum

Politik pencitraan dan tebar pesona lazim dilakukan oleh para calon untuk menarik simpati masyarakat didaerah pemilihannya. Hal ini tidak saja menguntungkan rakyat secara personal, namun fasilitas dan sarana umum juga kebagian “berkah”. Politik pencitraan dan tebar pesona melalui “jariyah politis” ini tidak hanya dilakukan oleh calon-calon yang baru, tetapi juga oleh para calon yang berniat maju kembali di daerah pemilihannya. Instrumen yang dijadikan alat untuk menarik simpati masyarakat dengan menyediakan semen,

pasir, besi, batu dan sebagainya. Fasilitas dan sarana umum yang biasa dijadikan Jariyah Politis, yaitu: Pembangunan Masjid, Mushalla, Madrasah, jalan-jalan kecil (gang-gang), dan sebagainya.

Sedangkan menurut Aspinall dan Sukmajati (2019), beberapa bentuk politik uang yang juga sering terjadi dalam pemilihan umum adalah sebagai berikut:

1. Pembelian suara (*vote buying*). Praktik ini melibatkan pemberian imbalan materi, baik berupa uang maupun barang, kepada individu atau keluarga yang memiliki hak pilih. Biasanya, pemberian ini dilakukan pada hari pemungutan suara atau beberapa hari sebelumnya.

Distribusi uang tunai atau barang dilakukan secara sistematis oleh kandidat atau timnya menjelang pemilu, dengan harapan implisit bahwa penerima imbalan akan memberikan suara mereka kepada kandidat yang memberikan bantuan tersebut. Praktik ini merupakan bentuk manipulasi yang tidak hanya melanggar etika demokrasi tetapi juga dapat mencederai prinsip keadilan dalam pemilu.

2. Pemberian pribadi (*individual gifts*)

Tindakan ini merupakan salah satu bentuk politik uang yang sering dilakukan oleh kandidat untuk mendukung pembelian suara secara sistematis. Praktik ini biasanya melibatkan pemberian berbagai bentuk hadiah pribadi kepada pemilih, baik berupa uang maupun barang. Pemberian tersebut sering dilakukan ketika kandidat melakukan kunjungan ke rumah-rumah pemilih atau saat acara kampanye.

Hadiah-hadiah ini sering kali dibahasakan sebagai "perekat hubungan sosial," seolah-olah untuk memperkuat kedekatan antara kandidat dan pemilih. Dalam beberapa kasus, pemberian ini tidak langsung dilakukan oleh kandidat, melainkan didistribusikan melalui tim kampanye mereka. Praktik ini bertujuan untuk menciptakan kesan positif terhadap kandidat dan memengaruhi keputusan pemilih secara halus namun sistematis.

3. Pelayanan dan Aktivitas (*services and activities*)

Tindakan ini merupakan salah satu bentuk politik uang di mana kandidat menyediakan atau membiayai berbagai kegiatan dan layanan untuk menarik dukungan dari pemilih. Sama seperti pemberian uang tunai atau barang, praktik ini bertujuan untuk menciptakan kesan positif terhadap kandidat.

Bentuk aktivitas yang sering dilakukan meliputi kampanye dalam acara perayaan komunitas, seperti festival, pertandingan olahraga, turnamen catur atau domino, forum pengajian, atau demonstrasi memasak. Selain itu, kandidat juga sering membiayai layanan masyarakat seperti pemeriksaan kesehatan gratis, penyediaan ambulans, dan berbagai bentuk bantuan pelayanan lainnya.

Praktik ini dirancang untuk menunjukkan kepedulian kandidat terhadap kebutuhan masyarakat, namun pada kenyataannya sering kali bertujuan memengaruhi keputusan pemilih secara tidak langsung melalui fasilitas yang disediakan. Strategi ini dinilai efektif karena memberikan manfaat langsung kepada masyarakat, meskipun praktiknya dapat mencedera prinsip keadilan dalam proses demokrasi.

4. Barang-Barang Kelompok (*Club Goods*)

Tindakan ini adalah bentuk politik uang yang difokuskan pada pemberian untuk kepentingan bersama suatu kelompok sosial tertentu, bukan individu. Praktik ini bertujuan untuk menciptakan keuntungan kolektif bagi komunitas atau kelompok tertentu, dengan harapan mendapatkan dukungan politik secara kelompok.

Barang-barang yang diberikan biasanya disesuaikan dengan kebutuhan komunitas yang bersangkutan. Misalnya, donasi untuk asosiasi komunitas di lingkungan perkotaan, pedesaan, atau wilayah lainnya dapat berupa perlengkapan ibadah, peralatan olahraga, peralatan pertanian, sound system, atau barang-barang lain yang relevan dengan kebutuhan mereka.

Kandidat sering kali melakukan kunjungan langsung ke komunitas-komunitas tersebut, membawa barang-barang atau fasilitas yang dibutuhkan sebagai bentuk perhatian dan dukungan mereka terhadap komunitas tersebut. Meskipun terlihat sebagai bentuk bantuan sosial, praktik ini sebenarnya bertujuan untuk memengaruhi komunitas agar memberikan dukungan politik kepada kandidat yang memberikan barang atau fasilitas tersebut. Praktik ini juga sering dianggap lebih halus dibandingkan pemberian langsung kepada individu, namun tetap mencederai prinsip demokrasi yang adil dan bebas.

5. Proyek Gentong Babi (*Pork Barrel Projects*)

Tindakan ini adalah bentuk politik uang yang berbeda dari strategi lainnya, karena berfokus pada proyek-proyek pemerintah yang dirancang untuk wilayah geografis tertentu. Tidak seperti bentuk politik uang lain yang cenderung bersifat privat dan melibatkan pemberian langsung kepada individu atau kelompok kecil, pork barrel projects menggunakan dana publik untuk membiayai proyek yang ditujukan kepada masyarakat luas di suatu wilayah.

Proyek-proyek ini sering kali dilaksanakan dengan tujuan menciptakan kesan positif terhadap kandidat tertentu, dengan harapan masyarakat yang menerima manfaat proyek akan memberikan dukungan politik kepada kandidat tersebut. Contoh proyek seperti ini dapat meliputi pembangunan infrastruktur lokal, penyediaan fasilitas umum, atau program-program komunitas yang dibiayai oleh anggaran publik.

Meskipun secara formal proyek ini ditujukan untuk kepentingan publik, tujuannya sering kali bersifat politis, yaitu untuk memenangkan simpati dan suara masyarakat di wilayah yang menjadi sasaran proyek. Praktik ini sering dikritik karena memanfaatkan dana publik untuk tujuan politik tertentu, yang dapat mencederai integritas dan keadilan dalam proses demokrasi.

Berdasarkan penjelasan tersebut, *money politics* dapat diartikan sebagai segala bentuk tindakan yang bertujuan memengaruhi hak pilih sesesorang dalam pemilu. Biasanya, hal ini dilakukan melalui pemberian uang, barang, fasilitas umum, janji proyek, atau materi lainnya dengan tujuan menarik simpati pemilih. Praktik ini sering kali menargetkan kelompok pemilih tertentu yang dianggap mudah dipengaruhi, dengan strategi yang disesuaikan untuk memastikan dukungan terhadap kandidat tertentu. Tujuan utama dari politik uang ini adalah untuk meningkatkan peluang kandidat memenangkan kampanye, meskipun tindakan tersebut melanggar prinsip-prinsip demokrasi yang jujur dan adil.

2.3.4 Strategi Politik Uang

Dedi Irawan (2022) mengatakan bahwa terdapat beberapa strategi-strategi *Money politics*, sebagaimana berikut:

a. Serangan fajar

Serangan fajar adalah istilah yang digunakan untuk menyebut bentuk politik uang dalam rangka membeli suara yang dilakukan oleh satu atau beberapa seseorang untuk memenangkan calon yang bakal menduduki posisi sebagai pemimpin politik. Serangan fajar umumnya menasarkan kelompok masyarakat menengah ke bawah dan kerap terjadi menjelang pelaksanaan pemilihan umum.

b. Mobilisasi massa

Mobilisasi massa biasa terjadi pada saat kampanye yang melibatkan penggalangan massa dengan iming-imingan sejumlah uang untuk meramaikan kampanye yang diadakan oleh partai politik. Penggunaan uang biasanya untuk biaya transportasi, uang lelah serta uang makan, dengan harapan massa yang datang pada saat kampanye akan memilihnya kelak.

Dalam hal inilah biasanya terjadi fenomena pembelian pengaruh, dengan instrumen para tokoh masyarakat yang dijadikan vote getter untuk mempengaruhi pemilih sesuai dengan pesanan kandidat. Tidak dapat dipungkiri bahwa masyarakat saat ini mau mengikuti kampanye dengan cuma-cuma. Sebagian masyarakat meminta uang makan dan bayaran untuk

mengikuti kampanye akbar dan sebagainya. Bahwasanya Undang-Undang Nomor 10 tahun 2012 yaitu dalam hal pelaksana kampanye tidak diperkenakan menjanjikan atau memberikan uang atau materi lainnya sebagai imbalan kepada peserta kampanye secara langsung ataupun tidak langsung

Dalam hal ini, baik strategi melalui serangan fajar ataupun mobilisasi massa yang dilakukan oleh para tim kampanye untuk menarik simpati para pemilih bisa diberikan sebelum masa kampanye, saat masa kampanye, pada masa tenang, ataupun malam hari menjelang esoknya datang ke TPS serta bisa juga dengan cara meramaikan kampanye akbar berupa jalan sehat, panggung hiburan, patroli, dll.

2.3.4 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Terjadinya Politik Uang

Jika dilihat dari masyarakatnya, ada beberapa faktor mengapa banyak rakyat yang terlibat dalam politik uang, antara lain:

a. Kemiskinan

Sebagaimana kita ketahui, angka kemiskinan di Indonesia cukup tinggi. Kemiskinan adalah keadaan dimana terjadi ketidakmampuan untuk memenuhi kebutuhan dasar seperti makanan, pakaian, tempat berlindung, pendidikan, dan kesehatan. Kemiskinan dapat disebabkan oleh kelangkaan alat pemenuh kebutuhan dasar, ataupun sulitnya akses terhadap pendidikan dan pekerjaan.

Kondisi miskin tersebut seperti memaksa dan menekan sebagian masyarakat untuk segera mendapat uang. *Money politics* menjadi ajang para masyarakat untuk berebut uang. Mereka yang menerima uang terkadang tidak memikirkan konsekuensi yang akan diterima yaitu, tindakan suap dan jual beli suara yang jelas melanggar hukum. Yang terpenting adalah mereka mendapat uang dan dapat memenuhi kebutuhan hidupnya.

b. Rendahnya Pengetahuan Masyarakat Tentang Politik

Tidak semua seseorang tahu apa itu politik, bagaimana bentuknya, serta apa yang ditimbulkan dari politik. Itu semua bisa disebabkan karena tidak ada

pembelajaran tentang politik di sekolah-sekolah ataupun masyarakatnya sendiri yang memang acuh terhadap politik di Indonesia. Sehingga ketika adapesta politik, seperti pemilu, masyarakat tersebut akan bersikap acuh dengan pemilu. Tidak mengenal partai, tidak masalah. Tidak tahu calon anggota legislatif, tidak masalah. Bahkan mungkin, tidak ikut pemilu pun tidak masalah.

Kondisi seperti ini menyebabkan maraknya politik uang. Masyarakat yang acuh dengan pemilu dengan mudah menerima pemberiandari para peserta pemilu. Politik uang pun dianggap tidak masalah bagimereka. Mereka tidak akan berpikir jauh ke depan bahwa uang yang diberikan itu suatu saat akan ditarik kembali oleh para calon kandidat yang nantinya terpilih. Mereka tidak menyadari adanya permainan politik yang sebenarnya justru merugikan diri mereka sendiri.

c. Lemahnya Pengawasan

Praktik *money politic* akan sulit dihilangkan tanpa adanya kerja sama yang baik antara pihak-pihak terkait dan masyarakat dalam mengawasi praktik politik uang, terutama menjelang waktu pemilihan. Lemahnya pengawasan sering kali disebabkan oleh kurangnya pemahaman masyarakat terhadap aturan yang mengatur larangan dan pengawasan praktik tersebut. Hal ini diperburuk oleh rendahnya tingkat pendidikan masyarakat, yang memengaruhi pola pikir mereka sehingga sulit untuk memahami dan menyaring informasi terkait aturan pengawasan. Akibatnya, upaya meminimalkan praktik *money politic* di masyarakat menjadi kurang efektif. Kerja sama yang solid dan edukasi yang lebih baik diperlukan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya menghindari dan melaporkan praktik politik uang.

d. Kebudayaan

Saling memberi dan jika mendapat rejeki, tidak boleh ditolak. Begitulah ungkapan yang nampaknya telah melekat dalam diri bangsa Indonesia. Uang dan segala bentuk politik uang dari peserta pemilu dianggap sebagai rejeki bagi masyarakat yang tidak boleh ditolak. Dan karena sudah diberi, secara otomatis masyarakat harus memberi sesuatu pula untuk peserta pemilu, yaitu dengan memilih, menjadi tim sukses, bahkan ikut menyukseskan politik uang demi memenangkan peserta pemilu tersebut.

2.5 Kasus Politik Uang Pada Pemilihan Umum di Indonesia

Dalam proses pemilihan umum di Indonesia, praktik politik uang sering kali menjadi fenomena yang sulit dihindari. Politik uang ini melibatkan pemberian uang, barang, atau imbalan lainnya kepada pemilih dengan tujuan memengaruhi pilihan mereka. Praktik ini biasanya dilakukan oleh kandidat atau tim sukses mereka, baik secara langsung maupun melalui jaringan pendukung. Bentuknya dapat berupa pembelian suara (*vote buying*), pemberian sembako, bantuan langsung, hingga pembiayaan kegiatan komunitas untuk mendapatkan simpati dan dukungan. Meskipun tindakan ini melanggar aturan yang diatur dalam undang-undang pemilu, pengawasan dan penegakan hukum sering kali belum efektif dalam memberantas praktik ini. Faktor ekonomi masyarakat yang lemah, kurangnya edukasi politik, serta lemahnya pengawasan menjadi celah yang dimanfaatkan oleh oknum tertentu untuk mempertahankan budaya politik transaksional ini. Akibatnya, praktik politik uang tidak hanya mencenderai proses demokrasi, tetapi juga berpotensi melanggengkan korupsi dan ketidakadilan dalam pemerintahan yang terpilih.

Berikut beberapa kasus yang sering terjadi:

1. Pembelian Suara Pemilu

Pembelian suara pemilu merupakan salah satu bentuk money politic yang paling umum. Hal ini terjadi ketika seseseorang calon atau tim kampanyenya memberikan uang atau barang kepada pemilih untuk mempengaruhi pilihan mereka. Praktik ini merusak integritas proses demokrasi dan menghambat keadilan pemilu. Pembelian suara pemilu sering terjadi di daerah dengan tingkat kesadaran masyarakat yang rendah dan ekonomi yang lemah.

Pembelian suara pemilu dapat dilakukan secara langsung atau tidak langsung. Contoh pembelian suara langsung adalah memberikan uang kepada pemilih, sedangkan contoh pembelian suara tidak langsung adalah memberikan barang atau jasa kepada pemilih. Pembelian suara pemilu memiliki dampak negatif yang signifikan terhadap proses demokrasi. Hal ini dapat menyebabkan kehilangan

kepercayaan masyarakat terhadap proses pemilu dan menghambat perkembangan demokrasi.

Kasus:

- a. Kasus Pembelian Suara di Pilkada Lampung Timur 2024: Seseseorang caleg divonis 8 bulan penjara karena memberikan uang Rp50.000 kepada 20 pemilih
- b. Kasus Pembelian Suara di Pilkada Jakarta 2017: Gubernur DKI Jakarta, Basuki Tjahaja Purnama, dituduh melakukan pembelian suara dengan memberikan uang kepada pemilih

2. Kampanye yang Tidak Transparan

Kampanye yang tidak transparan merupakan bentuk money politic yang tidak langsung. Hal ini terjadi ketika seseseorang calon atau tim kampanyenya tidak transparan dalam penggunaan dana kampanye atau tidak menjelaskan sumber dana kampanye mereka. Praktik ini dapat merusak kepercayaan masyarakat terhadap proses pemilu.

Kampanye yang tidak transparan dapat dilakukan dengan cara tidak melaporkan sumber dana kampanye atau tidak menjelaskan penggunaan dana kampanye. Hal ini dapat menyebabkan kecurigaan masyarakat terhadap proses pemilu. Kampanye yang tidak transparan memiliki dampak negatif terhadap proses demokrasi. Hal ini dapat menyebabkan kehilangan kepercayaan masyarakat terhadap proses pemilu dan menghambat perkembangan demokrasi.

Kasus:

- a. Kasus Kampanye tidak Transparan di Pemilu 2019: Bawaslu menemukan 1.244 kasus kampanye tidak transparan
- b. Kasus Kampanye tidak Transparan di Pilkada Jawa Barat 2018: Calon gubernur Jawa Barat, Dedi Mulyadi, dituduh tidak transparan dalam penggunaan dana kampanye

3. Keterlibatan Oknum Partai Politik

Keterlibatan oknum partai politik dalam money politic merupakan salah satu bentuk korupsi politik. Hal ini terjadi ketika oknum partai politik menerima uang atau barang dari calon atau tim kampanye untuk mempengaruhi hasil pemilu. Praktik ini merusak integritas partai politik dan menghambat keadilan pemilu.³

Keterlibatan oknum partai politik dalam money politic dapat dilakukan secara langsung atau tidak langsung. Contoh keterlibatan langsung adalah menerima uang dari calon, sedangkan contoh keterlibatan tidak langsung adalah menerima barang atau jasa dari calon. Keterlibatan oknum partai politik dalam money politic memiliki dampak negatif yang signifikan terhadap proses demokrasi. Hal ini dapat menyebabkan kehilangan kepercayaan masyarakat terhadap partai politik dan menghambat perkembangan demokrasi.

Kasus:

- a. Kasus Keterlibatan Oknum Partai Politik di Pemilu 2019: KPK menangkap 14 oknum partai politik atas dugaan money politic
- b. Kasus Keterlibatan Oknum Partai Politik di Pilkada Bali 2018: Oknum partai politik dituduh menerima uang dari calon gubernur Bali

4. Penggunaan Uang Negara

Penggunaan uang negara untuk kepentingan pribadi atau kampanye merupakan salah satu bentuk money politic. Hal ini terjadi ketika pejabat negara atau calon menggunakan uang negara untuk membiayai kampanye atau kepentingan pribadi. Praktik ini merusak integritas negara dan menghambat keadilan pemilu.

Penggunaan uang negara untuk kepentingan pribadi atau kampanye dapat dilakukan secara langsung atau tidak langsung. Contoh penggunaan langsung adalah menggunakan uang negara untuk membiayai kampanye, sedangkan contoh penggunaan tidak langsung adalah menggunakan uang negara untuk membiayai kegiatan yang tidak terkait dengan tugas negara. Penggunaan uang negara untuk kepentingan pribadi atau kampanye memiliki dampak negatif yang signifikan terhadap proses demokrasi. Hal ini dapat menyebabkan kehilangan

kepercayaan masyarakat terhadap negara dan menghambat perkembangan demokrasi.

Kasus:

- a. Kasus Penggunaan Uang Negara di Pemilu 2019: BPK menemukan penggunaan uang negara tidak sah sebesar Rp1,4 triliun
- b. Kasus Penggunaan Uang Negara di Pilkada DKI Jakarta 2012: Gubernur DKI Jakarta, Fauzi Bowo, dituduh menggunakan uang negara untuk kampanye

5. Penyebaran Hoaks

Penyebaran hoaks merupakan salah satu bentuk money politic yang tidak langsung. Hal ini terjadi ketika calon atau tim kampanye menyebarkan informasi palsu atau menyesatkan untuk mempengaruhi opini publik.

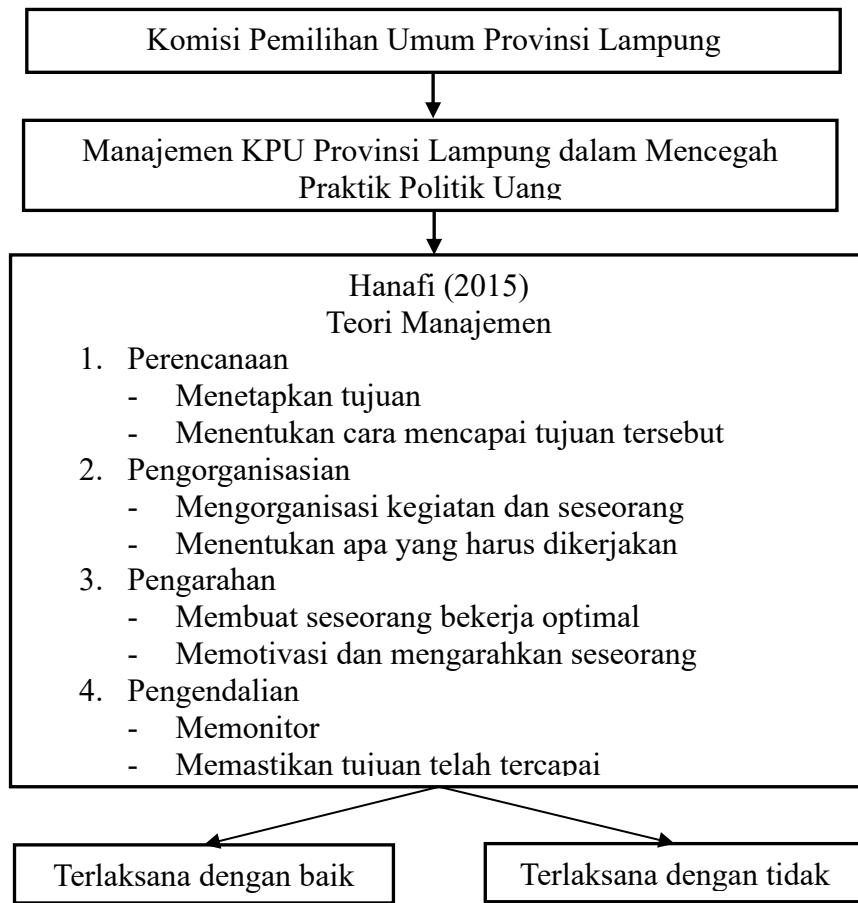
Kasus:

Kasus Penyebaran Hoaks di Pemilu 2019: MAFINDO melaporkan 1.527 kasus penyebaran hoaks

Kasus Penyebaran Hoaks di Pilkada Jakarta 2017: Calon gubernur DKI Jakarta, Basuki Tjahaja Purnama, dituduh menyebarkan hoaks

2.6 Kerangka Pikir

Kerangka pikir adalah konsep-konsep dan kejelasan hubungan antara konsep yang dirumuskan oleh Peneliti berdasarkan tinjauan pustaka yang telah dicantumkan dengan menggunakan teori sebagai pisau analisis untuk menjawab berbagai pertanyaan dan pemecahan masalah yang diteliti. Pada penelitian ini memakai teori manajemen menurut Hanafi (2015) dengan indikator perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengendalian. Berikut ini adalah gambaran kerangka pikir dalam manajemen KPU Provinsi Lampung dalam mencegah praktik politik uang:



Gambar 2. 2 Kerangka Berpikir
Sumber: Data Diolah Peneliti (2023)

III. METODE PENELITIAN

3.1 Tipe Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif, dengan pendekatan kualitatif. Jenis penelitian deskriptif ini biasanya dilakukan terhadap satu variabel yang diteliti dengan mencoba menguraikan secara rinci yang sesuai dengan masalah penelitian yang diinginkan. Penelitian deskriptif ini digunakan untuk memberikan penjelasan mengenai karakteristik suatu populasi atau fenomena tertentu. Metode pengumpulan data melalui survei memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

1. Informasi yang diperoleh dari sekumpulan seseorang-seseorang yang dipercaya;
2. Informasi yang diperoleh dari sekumpulan seseorang-seseorang tersebut merupakan sampel;
3. Informasi yang diperoleh melalui bertanya dengan beberapa pertanyaan.

Menurut Sarwono (2006) dalam penelitian kualitatif peneliti berbaur menjadi satu dengan yang diteliti sehingga peneliti dapat memahami persoalan dari sudut pandang yang diteliti itu sendiri. Sasaran utama penelitian kualitatif ialah manusia karena manusialah sumber masalah dan sekaligus penyelesaian masalah penelitian kualitatif. Menurut Ruslan (2013) penelitian kualitatif bertujuan untuk mendapat pemahaman yang sifatnya umum terhadap kenyataan sosial dari perspektif partisipan. Pemahaman tersebut tidak ditentukan terlebih dahulu, tetapi diperoleh setelah melakukan analisis terhadap kenyataan sosial yang menjadi fokus penelitian, dan kemudian ditarik suatu kesimpulan berupa pemahaman umum tentang kenyataan-kenyataan tersebut menggunakan data yang pasti yaitu data yang terlihat dan terucap, tetapi mengandung makna dibalik yang terlihat dan terucap tersebut, diperlukan beberapa sumber data dan berbagai teknik pengumpulan data.

Penelitian kualitatif bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang sifatnya umum terhadap kenyataan sosial dari perspektif partisipan. Pemahaman tersebut tidak ditentukan terlebih dahulu, tetapi diperoleh setelah melakukan analisis terhadap kenyataan sosial yang menjadi fokus penelitian, dan kemudian ditarik suatu kesimpulan berupa pemahaman umum tentang kenyataan-kenyataan tersebut. Peneliti berpendapat bahwa penelitian deskriptif kualitatif dapat lebih menjelaskan dengan bahasa-bahasa yang dapat menggambarkan suatu fenomena sehingga lebih sistematis. Fenomena tersebut baik berupa bentuk, aktivitas, karakteristik, perubahan, hubungan, dan perbedaan antara fenomena yang satu dengan fenomena yang lainnya.

3.2 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat peneliti melaksanakan penelitiannya supaya memeroleh informasi mengenai data-data yang diperlukan untuk pemecahan masalah penelitian. Penelitian ini dilaksanakan di Komisi Pemilihan Provinsi Lampung, Jalan Gajah Mada No.87, Tanjung Agung Raya, Tanjung Karang Timur, Tanjung Agung Raya, Kecamatan Kedamaian, Kota Bandar Lampung.

3.3 Fokus Penelitian

Masalah dalam penelitian kualitatif bertumpu pada sesuatu fokus. Terdapat dua maksud tertentu yang ingin peneliti capai dalam merumuskan masalah penelitian dengan jalan memanfaatkan fokus. Pertama, penetapan fokus dapat membatasi studi. Kedua, penetapan fokus berfungsi untuk memenuhi kriteria inklusi-eksklusi atau kriteria masuk-keluar (*inclusion-exclusion criteria*) suatu informasi yang baru diperoleh di lapangan (Moleong, 2014).

Fokus penelitian telah ditetapkan berdasarkan kerangka konsep yang telah Peneliti tulis di tinjauan pustaka, yaitu:

1. Perencanaan
 - a. Menetapkan tujuan
 - b. Menentukan cara mencapai tujuan tersebut
2. Pengorganisasian
 - a. Mengorganisasi kegiatan dan seseorang
 - b. Menentukan apa yang harus dikerjakan
3. Pengarahan
 - a. Membuat seseorang bekerja optimal
 - b. Memotivasi dan mengarahkan seseorang
4. Pengendalian
 - a. Memonitor
 - b. Memastikan tujuan telah tercapai

3.4 Jenis Data Penelitian

Menurut Lofland dalam Moleong (2014) sumber data utama dalam penelitian kualitatif berupa kata-kata dan tindakan yang diperoleh dari informan melalui wawancara dan data tambahan seperti dokumen dan lain-lain. Sumber data adalah benda, hal, atau seseorang maupun tempat yang dapat dijadikan sebagai acuan peneliti untuk melakukan analisis data untuk mendapatkan informasi yang akurat dengan fokus penelitian. Jenis data dalam penelitian ini yakni:

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari objek penelitian yang ditentukan. Dalam penelitian ini, data primer didapatkan melalui wawancara langsung dengan informan yang ditentukan dari keterkaitan informan tersebut dengan masalah penelitian. Wawancara juga dilakukan melalui panduan wawancara. Jadi data primer dalam penelitian ini adalah hasil wawancara dengan beberapa informan. Saat menetapkan informan, penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*, yakni dengan pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu dalam penelitian.

2. Data Sekunder

Sumber sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada peneliti, melainkan lewat studi kepustakaan atau studi dokumentasi (Sugiyono, 2019). Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data sekunder adalah literatur yang bersumber dari dokumen negara berupa Peraturan Menteri dan Surat Edaran Menteri, jurnal ilmiah, artikel, situs di internet, serta bahan referensi lain yang relevan terhadap penelitian yang dilakukan.

3.5 Informan

Menurut Sugiyono (2019) ketika melakukan penelitian kualitatif, teknik pengambilan sampel yang dilakukan untuk menetapkan sumber data informan yaitu teknik *Purposive Sampling* (Sugiyono, 2019). Teknik pengambilan informasi dari sumber data dilakukan dengan menentukan sesesorang sebagai di anggap paling mengetahui informasi yang kita harapkan, bisa saja dia sebagai pimpinan sehingga lebih memudahkan peneliti dalam mendapatkan suatu informasi disebut dengan *purposive sampling*. Adapun daftar narasumber, yaitu:

Tabel 3. 1 Informan Penelitian

No.	Jabatan	Instansi	Nama
1.	Kadiv Sosialisasi Pendidikan Pemilih dan Partisipasi Masyarakat	KPU Provinsi Lampung	Antonyus
2.	Kabag Teknis Penyelenggaraan Pemilu dan Partisipasi Masyarakat	KPU Provinsi Lampung	Yustian Umri Sangon
3.	Kasubag Partisipasi Masyarakat	KPU Provinsi Lampung	Candra
4.	Kordiv Pencegahan & Parmas	Bawaslu Provinsi Lampung	Reki
6.	Ketua Bidang Pemenangan Pemilu dan Pilkada	DPD Partai Golkar Lampung	Adi Siaga
7.	Ketua Bidang Pemenangan Pemilu dan Pilkada	DPW Partai Nasdem Lampung	Samsi Rahman
8	Pengamat Politik	Universitas Muhamadiyah lampung	Candrawansah

Sumber: Data diolah peneliti (2023)

3.6 Teknik Pengumpulan Data

3.6.1 Observasi

Observasi adalah suatu metode penelitian yang melibatkan pengamatan sistematis dan teliti terhadap objek, kejadian, atau fenomena tertentu secara langsung, tanpa melakukan manipulasi atau intervensi. Tujuan dari observasi adalah untuk mengumpulkan data dan informasi mengenai perilaku, pola, atau karakteristik dari objek yang diamati. Proses observasi dapat dilakukan dengan menggunakan alat bantu seperti checklist, skala penilaian, atau instrumen pengamatan lainnya. Observasi dapat dilakukan dalam berbagai konteks, termasuk penelitian ilmiah, pengawasan, penilaian kinerja, atau pengembangan pemahaman terhadap situasi tertentu. Observasi sering kali memberikan gambaran yang akurat dan objektif tentang keadaan yang diamati, sehingga dapat menjadi metode yang sangat berguna dalam pengumpulan data empiris dalam berbagai bidang penelitian (Moleong, 2019).

3.6.2 Wawancara Mendalam (*Depth Interview*)

Wawancara mendalam menurut (Moelong, 2014) wawancara mendalam merupakan proses menggali informasi secara mendalam, terbuka, dan bebas dengan masalah dan fokus penelitian dan diarahkan pada pusat penelitian. Dalam hal ini metode wawancara mendalam yang dilakukan dengan adanya daftar pertanyaan yang telah dipersiapkan sebelumnya. Wawancara digunakan sebagai fokus pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus di teliti, tetapi juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari informan yang lebih mendalam. Wawancara di lakukan untuk mengetahui cara yang dilakukan KPU Provinsi Lampung dalam mengoptimalkan pendidikan politik dan peningkatan partisipasi politik.

3.6.3 Dokumentasi

Menurut Arikunto (2006) dokumentasi adalah mencari dan mengumpulkan data mengenai hal-hal yang berupa catatan, transkrip, buku dan surat kabar, majalah, notulen, agenda dan sebagainya. Dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data-data tertulis yang merupakan data sekunder, peraturan-peraturan, laporan kegiatan, foto-foto, film dokumenter, arsip-arsip, surat kabar, jurnal, majalah, serta data tertulis lainnya yang digunakan sebagai pelengkap hasil wawancara. Alasan peneliti menggunakan metode pengumpulan data dokumentasi yaitu sebagai bahan bukti yang akurat dalam penelitian.

3.7 Teknik Pengolahan Data

Setelah data terkumpul, tahap selanjutnya yaitu peneliti melakukan pengolahan data. Teknik pengolahan data menurut Efendi, dkk (dalam Singarimbun, 2008), terdiri dari:

3.7.1 Editing Data

Menurut Moh Pabundu Tika (2005) *Editing* atau pemeriksaan adalah pengecekan atau penelitian kembali data yang telah dikumpulkan untuk mengetahui dan menilai kesesuaian dan relevansi data yang dikumpulkan untuk bisa diproses lebih lanjut. Hal yang perlu diperhatikan dalam *editing* ini adalah kelengkapan pengisian kuesioner, keterbacaan tulisan, kesesuaian jawaban, dan relevansi jawaban.

Editing data merupakan sebuah proses yang bertujuan agar data yang dikumpulkan dapat memberikan kejelasan, mudah dibaca, konsisten dan lengkap. Data yang diperoleh oleh Peneliti dari hasil wawancara, observasi dan dokumentasi. Setelah data terkumpul peneliti melakukan penyuntingan kata-kata yang berasal dari wawancara supaya layak untuk disajikan. Kemudian dari observasi peneliti coba deskripsikan lewat tulisan sehingga nantinya dapat mudah digabungkan dan disajikan.

3.7.2 Interpretasi Data

Interpretasi data adalah tahapan yang dilakukan dengan tujuan mengaitkan hubungan antara berbagai variabel penelitian dengan hipotesis penelitian antara diterima ataukah ditolak, sehingga dalam hal ini menjelaskan terkait dengan fenomena penelitian secara mendalam berdasarkan data dan informasi yang tersedia (Abror, 2013)

Interpretasi data digunakan untuk mencari makna dan hasil penelitian dengan jalan tidak hanya menjelaskan atau menganalisis data yang diperoleh, tetapi data diinterpretasikan untuk kemudian mendapatkan kesimpulan sebagai hasil penelitian. Setelah data terkumpul dan dedit oleh peneliti, peneliti mencoba untuk menginterpretasikan data yaitu dengan mencocokkan atau menggabungkan antara hasil wawancara, observasi dan dokumentasi kemudian dianalisis dan dibahas sehingga peneliti menghasilkan kesimpulan sebagai hasil dari penelitian.

3.8 Teknik Analisis Data

Pada tipe penelitian kualitatif jenis deskriptif ini, pengolahan data tidak harus dilakukan setelah data terkumpul atau pengolahan data selesai. Dalam hal ini, data sementara yang terkumpulkan, sudah dapat diolah dan dilakukan analisis. Pada saat analisis data, dapat kembali lagi ke lapangan untuk mencari tambahan data yang dianggap perlu dan mengolahnya kembali. Analisis data pada penelitian ini terdiri dari:

3.8.1 Reduksi Data

Reduksi data merupakan proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan lapangan (Miles dan Huberman, 1992). Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, mencari

tema dan polanya dan membuang yang tidak perlu dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, serta mencarinya apabila diperlukan. Langkah-langkah yang dilakukan peneliti adalah menajamkan analisis, mengategorikan ke dalam tiap permasalahan melalui uraian singkat, mengarahkan, membuang yang tidak perlu, dan mengorganisasikan data sehingga dapat ditarik dan diverifikasi. Data yang di reduksi antara lain seluruh data mengenai permasalahan penelitian.

Dalam penelitian ini data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu Peneliti dalam proses penelitian melakukan penyederhanaan, perumusan data-data dari hasil penelitian wawancara di lapangan yang bertujuan agar memudahkan Peneliti dalam melihat hasil penelitian wawancara dan memudahkan pembaca melihat hasil penelitian wawancara dengan hasil yang sederhana dan akurat.

3.8.2 Penyajian Data

Setelah data di reduksi, langkah analisis selanjutnya adalah penyajian data. Penyajian data merupakan sekumpulan informasi tersusun yang memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan (Miles dan Huberman, 1992). Peneliti melakukan pengumpulan data yang telah melalui tahap reduksi untuk menggambarkan kejadian yang terjadi pada saat di lapangan. Catatan-catatan penting di lapangan, kemudian disajikan dalam bentuk teks deskriptif, bagan, hubungan antar indikator serta diagram alur.

Pada penelitian ini disajikan data dalam bentuk deskriptif yang menjelaskan atau memaparkan manajemen KPU Provinsi Lampung dalam mencegah politik uang. Dalam penelitian kualitatif penyajian data dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, dan sejenisnya. Ini bertujuan agar memudahkan dalam memahami permasalahan atau fenomena yang diteliti.

3.8.3 Penarikan Kesimpulan

Tahap ini merupakan tahap penarikan kesimpulan dari semua data yang telah diperoleh sebagai hasil dari penelitian. Penarikan kesimpulan atau verifikasi adalah langkah yang dilakukan untuk mencari atau memahami makna/arti, keteraturan, pola-pola, penjelasan, alur sebab akibat atau proposisi. Setelah melakukan reduksi data, penyajian data, maka peneliti harus melakukan verifikasi sehingga dapat ditarik kesimpulan berdasarkan hasil penelitian yang disajikan dalam bentuk narasi.

Dalam penelitian ini, Peneliti menarik kesimpulan yang mampu menjawab rumusan masalah yang telah dirumuskan sejak awal yaitu manajemen KPU Provinsi lampung dalam mencegah politik uang.

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa manajemen yang diterapkan oleh Komisi Pemilihan Umum Provinsi Lampung telah terlaksana dengan baik dalam upaya mencegah praktik politik uang. Kinerja Komisi Pemilihan Umum dapat dinilai baik berdasarkan empat fungsi utama manajemen, yaitu:

a. Perencanaan

KPU Provinsi Lampung telah menyusun rencana tahapan kampanye secara sistematis dan preventif. Kegiatan edukasi politik, penyusunan regulasi larangan politik uang, serta kerja sama dengan lembaga pengawas menjadi bagian integral dari perencanaan yang dilakukan.

b. Pengorganisasian

Pembagian tugas antar divisi sudah jelas dan dijalankan sesuai fungsinya. Keterlibatan masyarakat sebagai pengawas partisipatif dan pemanfaatan teknologi digital menunjukkan bahwa KPU mampu mengorganisir sumber daya dengan efektif untuk mendeteksi dan mencegah politik uang.

c. Pengarahan

KPU memberikan pengarahan melalui pelatihan teknis, evaluasi kinerja, serta pembinaan nilai integritas kepada penyelenggara pemilu. Ini memperkuat komitmen seluruh elemen untuk menjalankan kampanye secara bersih.

d. Pengendalian

KPU telah melaksanakan pengendalian yang konkret, melalui sistem pelaporan, evaluasi rutin, serta pengawasan langsung di lapangan. Partisipasi publik dalam pelaporan pelanggaran juga menjadi mekanisme kontrol sosial yang mendukung upaya pencegahan.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan simpulan yang telah dikemukakan, maka saran yang dapat Peneliti berikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Saran untuk KPU Provinsi Lampung

1. Kembangkan Sistem Pengawasan Digital yang Terintegrasi

KPU perlu membuat aplikasi khusus pelaporan pelanggaran politik uang yang dapat digunakan masyarakat secara mudah dan real-time. Sistem ini harus terhubung langsung dengan tim pengawas untuk mempercepat tindak lanjut.

2. Libatkan Masyarakat Secara Aktif dan Terukur

KPU harus menyusun program pelatihan khusus bagi relawan pengawas masyarakat di setiap kecamatan. Mereka dilatih secara formal untuk mengenali dan melaporkan praktik politik uang, sehingga keterlibatan publik menjadi lebih konkret dan terarah.

3. Tingkatkan Kapasitas Penyelenggara Melalui Kurikulum Khusus Anti-Politik Uang

Materi pelatihan bagi penyelenggara pemilu harus memasukkan modul anti-politik uang yang praktis dan berbasis studi kasus. Evaluasi pelatihan dilakukan secara berkala untuk memastikan pemahaman benar-benar diterapkan di lapangan.

4. Bangun Tim Koordinasi Khusus bersama Lembaga Penegak Hukum

Bentuk satuan tugas gabungan antara KPU, Bawaslu, Kepolisian, dan Kejaksaan yang bertugas secara khusus menangani laporan politik uang. Tim ini harus memiliki SOP, batas waktu penanganan kasus, dan laporan publik yang transparan.

5. Fokuskan Penyuluhan ke Segmen Pemilih Muda

KPU harus menjalankan kampanye anti-politik uang yang khusus menyasar pemilih muda menggunakan media sosial, konten video pendek, dan kolaborasi dengan komunitas kampus serta sekolah. Strategi ini penting

mengingat pemilih muda adalah kelompok potensial yang rentan disasar praktik transaksional.

b. Saran untuk peneliti selanjutnya

1. Gunakan Pendekatan Penelitian Gabungan

Kombinasikan data kuantitatif (survei) dan kualitatif (wawancara mendalam) untuk menghasilkan gambaran utuh mengenai efektivitas manajemen pencegahan politik uang dari berbagai perspektif, termasuk pemilih, penyelenggara, dan peserta pemilu.

2. Studi Perbandingan dengan Daerah Lain

Bandingkan strategi manajemen KPU Provinsi Lampung dengan KPU di provinsi lain. Studi komparatif ini akan membantu mengidentifikasi praktik terbaik (best practices) dan tantangan khas di masing-masing daerah, sehingga rekomendasi dapat lebih aplikatif dan berbasis bukti.

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR PUSTAKA

Jurnal

- Affandi, S., Setyawan, H., Winardi, S., Purwanto, A., dan Balgis, R. (2009). A facile method for production of high-purity silica xerogels from bagasse ash. *Advanced Powder Technology*,
- Asmawi, M., Amiludin, A., dan Sofwan, E. (2021). Strategi Badan Pengawas Pemilu Kabupaten Serang Dalam Pencegahan Praktik Politik Uang. *Indonesian Journal of Law and Policy Studies*, 2(1), 28-42.
- Badan Pengawas Pemilu. (2020). *Laporan Pengawasan Pemilu 2019: Meningkatkan Kualitas Pemilu dengan Pengawasan yang Berintegritas*. Jakarta: Bawaslu.
- Badan Pusat Statistik. (2020). *Partisipasi pemilih pemula dalam pemilu di Indonesia*. Diakses dari <https://bps.go.id>.
- Begouvic, M. E. H. (2021). Money Politik Pada Kepemiluan Di Indonesia. *Sol Justicia*, 4(2), 105–122. <https://doi.org/10.54816/sj.v4i2.451>
- Delmana, L. P., Zetra, A., & Koeswara, H. (2020). Problematika Dan Strategi Penanganan Politik Uang Pemilu Serentak 2019 Di Indonesia. *Electoral Governance Jurnal Tata Kelola Pemilu Indonesia*, 1(2), 1–20. <https://doi.org/10.46874/tkp.v1i2.61>
- Dewi, L. Y., Sinaga, H. L. N., Pratiwi, N. A., dan Widiyasono, N. (2022). Analisis Peran Komisi Pemilihan Umum (KPU) dalam Partisipasi Politik Masyarakat di Pilkada serta Meminimalisir Golput. *Jurnal Ilmu Politik Dan Pemerintahan*, 8(1), 36–47.
- Drucker, P. F. (1993). *Management: Tasks, Responsibilities, Practices*. New York: Harper & Row.
- Gerring, J., Thacker, S. C., dan Alfaro, R. (2012). Democracy and human development. *Journal of Politics*.
- Handoko, A.A. (2019). Penerapan Fungsi Manajemen Klub Trio Muda Dalam Kompetisi Divisi Satu Liga Go-Jek Sleman Smbada 2017. *Jurnal Pendidikan Kesehatan dan Rekreasi*

- Iqbal, M. A. (2020). Partisipasi Politik Masyarakat Dalam Pemilihan Legislatif Tahun 2019 di Kabupaten Bulungan. *Jurnal Ilmu Pemerintahan*, 8(3), 827–836.
- International IDEA. (2022). *Elections and Technology: Building trust and transparency in the digital era*. Stockholm: International IDEA.
- Irawan, A. D. (2019). Pendidikan Pemilih Dalam Meningkatkan Partisipasi Politik Masyarakat Pada Pemilihan Umum Serentak 2019. *Jurnal Hukum Replik*, 7(1).
- Istianah, L. (2023). The Ideal Model For Implementing A Proportional System in The 2024 Elections in Indonesia. *Jurnal Hukum Sehasen*, 9(2), 209-218.
- Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK). (2019). *Politik Uang dan New Normal dalam Pemilu Pasca-Orde Baru*. *Jurnal Integritas*, 5(1). Diakses dari <https://jurnal.kpk.go.id>
- Khopipah, S., Susilowardhani, E. M., Djuhardi, L., Lubis, A. A., Ardha, B., dan Putri, M. S. (2023). Manajemen Kampanye Humas Bawaslu Kota Jakarta Selatan Melalui Media Online Sebagai Upaya Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Dalam Pengawasan Pemilu 2024. *IKON: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 28(1).
- Khudrotun, N. (2021). Strategi Komunikasi dan Pendidikan Politik Penyelenggara Pemilu di Era Pandemi Covid-19. *Panoptikon: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 1(2).
- Kurniawan, R. C., & Hermawan, D. (2019). Strategi Sosial Pencegahan Politik Uang di Indonesia. *Jurnal Antikorupsi Integritas*, 5(1), 29–41.
- Marpaung, F. (2012). Pengaruh Pendidikan Terhadap Partisipasi Politik dalam Pemilihan Wali Kota 2012. *Jurnal Umrah*, 9(2).
- Muhtadi, B. (2019). Politik Uang dan New Normal dalam Pemilu Paska-Orde Baru. *Jurnal Antikorupsi Integritas*, 5(1), 55–74. <https://doi.org/10.32697/integritas.v5i1.413>
- Naim, R., dan Asma, A. (2019). Pengaruh Tingkat Pendidikan Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Guru Pada Sekolah Dasar Negeri 35 Panggalo Kelurahan Pangali-Ali Kecamatan Banggae. *MALA'BI: Jurnal Manajemen Ekonomi STIE Yapman Majene*, 1(2), 80-96.
- Nimmo, F., dan Tanaka, K. (2005). Early crustal evolution of Mars. *Annu. Rev. Earth Planet. Sci.*, 33, 133-161.

- Padilah, K., & Irwansyah, I. (2023). Solusi terhadap money politik pemilu serentak tahun 2024: mengidentifikasi tantangan dan strategi penanggulangannya. *Jurnal Educatio: Jurnal Pendidikan Indonesia*, 9(1), 236. <https://doi.org/10.29210/1202322821>
- Pahlevi, M. E. T., & Amrurobbi, A. A. (2020). Pendidikan Politik dalam Pencegahan Politik Uang Melalui Gerakan Masyarakat Desa. *Integritas: Jurnal Antikorupsi Integritas*, 6(1), 141–152.
- Robbins, S. P., & Coulter, M. (2016). *Management* (13th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson.
- Sama, S. (2023). Strategi Pencegahan *Money politic* Melalui Pengawasan Pertisipatif Masyarakat Di Kecamatan Kalianget. *Jurnal Hukum Dan Sosial Politik*, 1(1), 199–209.
- Sari, I. R., & Warjio, W. (2018). Perilaku Pemilih Etnik Batak terhadap Pemilihan Kepala Daerah. *Politeia: Jurnal Ilmu Politik*, 10(2), 60–68. <https://doi.org/10.32734/politeia.v10i2.628>
- Shela, M., & Sutiyo. (2018). Peran Bawaslu Dalam Mencegah *Money politics* Dalam Pemilihan Gubernur Provinsi Lampung Tahun 2018. *Wacana Publik*, 12(02), 75–82. <https://doi.org/10.37295/wp.v12i02.21>
- Shockley, M. F., dan Muliana, A. H. (2020). Modeling temporal and spatial changes during hydrolytic degradation and erosion in biodegradable polymers. *Polymer Degradation and Stability*, 180, 109298.
- Snyder, C. R. (2002). Hope theory: Rainbows in the mind. *Psychological inquiry*, 13(4), 249-275. *Psychological Inquiry*
- Subiyanto, A. E. (2020). Pemilihan Umum Serentak yang Berintegritas sebagai Pembaruan Demokrasi Indonesia. *Jurnal Konstitusi*, 17(2).
- Sukriono, D. (2021). Menggagas Sistem Pemilihan Umum di Indonesia. *Jurnal Konstitusi*, 11(1).
- Susilo, J., dan Istiinah, S. R. D. (2019). Peran komisi pemilihan umum daerah kabupaten Semarang dalam meningkatkan partisipasi politik masyarakat pada pemilu serentak 2019. *Prosiding Konferensi Ilmiah Mahasiswa Unissula (KIMU) Klaster Hukum*.
- Stoner, J. A. F., Freeman, R. E., & Gilbert, D. R. (1995). *Management* (6th ed.). Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Terry, G. R. (1977). *Principles of Management*. Homewood, IL: Richard D. Irwin.

Wanma, A. V. (2015). Pentingnya Pendidikan Politik Generasi Muda Terhadap Pelaksanaan Partisipasi Politik Di Distrik Samofa Kabupaten Biak Numfor. *Politico: Jurnal Ilmu Politik*, 2(6), 1123.

Yandra, A., Sudaryanto, Sintiya, B., Arizal, dan Rianita, D. (2023). Pendidikan Politik dalam Upaya Peningkatan Pemilih Jelang Pemilu 2024. *Jurnal Dinamika Pemerintah*, 6(2).

Yusrin, & Salpina. (2023). Partisipasi Generasi Millenial dalam Mengawasi Tahapan Pemilu 2024. *Journal on Education*, 5(3), 9646–9653

Zubaidah, D., dan Munadi, M. (2020). Peran Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Wonosobo dalam Pendidikan Politik untuk Masyarakat pada Pemilu Serentak 2019. *Unnes Political Science Journal*, 4(2).

Skripsi

Caca, R. F. (2023). *Strategi Sosialisasi Komisi Pemilihan Umum Dalam Meningkatkan Partisipasi Pemilih Pemula Pada Pemilihan Umum 2024 (Studi Pada KPU Privinsi Lampung)*. Skripsi. Universitas Lampung.

Irawan, D. (2022). *Pemilihan Kepala Desa dengan Menggunakan Sistem E-votting di Desa Ranggo Kecamatan Limum Kabupaten Saropangun* (Doctoral dissertation, Fakultas hukum).

Nauval, S. (2018). *Pengaruh Tingkat Pendidikan Terhadap Partisipasi Politik Pada Pemilihan Kepala Daerah Kabupaten Banyuasin Tahun 2019*. Skripsi, Universitas Sriwijaya

Putra, M. T. N. (2018). *Upaya Penanggulangan Politik Uang (Money Politik) Pada Tahap Persiapan dan Pelaksanaan Pilkada Serentak di Provinsi Lampung*. Skripsi, Univeristas Lampung.

Zikrahma, Z. (2023). *Strategi Pendidikan Politik Untuk Meningkatkan Partisipasi Politik Bagi Generasi-Z Pada Pilkada Tahun 2024 di Kota Payakumbuh Provinsi Sumatera Barat*. Skripsi, Institut Pemerintahan Dalam Negeri.

Buku

Arikunto, S. (2006). *Metode penelitian kualitatif*. Jakarta: Bumi Aksara.

Basrowi dan Suwandi. (2008). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rineka Cipta

Budiardjo, M. (2008). *Dasar-dasar ilmu politik* edisi revisi. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Fayol, H. (2010). *Manajemen public relations*. Jakarta: PT Elex Media.

- Foster, B., dan Sidharta, I. (2019). *Dasar-Dasar Manajemen*. Yogyakarta: Diandra Kreatif.
- Hanafi, M. (2015). *Konsep dasar dan perkembangan teori manajemen*.
- Handoko, T. H. (2001). *Manajemen*. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.
- Hastuti dkk. (2012). Politik uang dalam pemilihan kepala desa Cangkringan dan desa Dawuhan kecamatan Talang kabupaten Tegal. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ismawan, Indra. (1999). Money politik (pengaruh uang dalam pemilu). Yogyakarta :Media Pressindo.
- Listyianingsih, T. (2014). *Perencanaan dalam Pengembangan Ekonomi dan Sosial*. Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia. Diakses dari Universitas Airlangga Repository, <https://repository.unair.ac.id>
- Moleong, L. J. (2019). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosdakarya.
- Pfau, M., dan Parrot, R. (1993). Persuasive Communication Campaign Massachussets. *Allyn dan Bacon*.
- Ramli, M. (2023). *Manajemen Strategis dan Operasional*. Surabaya: Pustaka Ilmiah. Diakses dari Ilmu Manajemen Industri, <https://ilmumanajemenindustri.com>
- Ruslan, Rosady. (2014). *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi Konsepsi dan Aplikasi*. Jakarta: Raja Grafindo
- Sarinah dan Mardalena (2017). *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta: CV Budi Utama
- Sucahiyowati, H. (2017). *Pengantar Manajemen: Sebuah Pengantar*. Wilis.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Bisnis : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D*. Alfabeta.
- Sukarna. (2011.) *Dasar-Dasar Manajemen*. Bandung: CV. Mandar Maju
- Surbakti, R. (1992). *Memahami ilmu politik*. Grasindo.
- Suryadinata, L., Arifin, E. N., dan Ananta, A. (2003). *Indonesia's population: Ethnicity and religion in a changing political landscape (No. 1)*. Institute of Southeast Asian Studies.

Sutrisno, E., Fatoni, A., dan Nawawi, H. (2010). *Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM)*. Jakarta: Kencana Predana Media Group

Terry, G. R. (1972). *Principles of management*.

Venus, A. (2004). *Manajemen kampanye: panduan teoritis dan praktis dalam mengefektifkan kampanye komunikasi*. Simbiosa Rekatama Media.

Undang-undang

Peraturan Komisi Pemilihan Umum Nomor 15 Tahun 2024 Tentang Kampanye Pemilihan Umum

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2017 Tentang Pemilihan Umum.

Internet

Badan Pengawas Pemilihan Umum. 2023. Bawaslu Petakan Kerawanan Pemilu dan Pemilihan Soal Politik Uang, Lolly Ingatkan Upaya Pencegahan [online]. Tersedia: <https://www.bawaslu.go.id/berita/bawaslu-petakan-kerawanan-pemilu-dan-pemilihan-soal-politik-uang-lolly-ingatkan-upaya#:~:text=Berdasarkan%20pemetaan%20kerawanan%20berdasarkan%20politik,Sulawesi%20Utara%20dengan%20skor38%2C89>. Diakses 25 November 2023

Basyari, Iqbal, Nikolaus Harbowo, dan Kristi Dwi Utami. 2020. Praktik Politik Uang Subur di Masa Pandemi [online]. Tersedia: <https://www.kompas.id/baca/nusantara/2020/12/15/praktik-politik-uang-subur-di-masa-pandemi>. Diakses 25 November 2023

Indonesian Corruption Watch. 2014. 313 Kasus Politik Uang Ditemukan dalam Pileg 2014 [online]. Tersedia <https://antikorupsi.org/id/article/313-kasus-politik-uang-ditemukan-dalam-pileg-2014>. Diakses pada 25 November 2023

Lampost.co (2024). "Matangkan Pemutakhiran Data Pemilih Pilkada 2024."

Lampost.co. Diakses dari <https://lampost.co>

Oktavia, Vina. 2018. Laporan Kasus Politik Uang Pilgub Lampung Bertambah [online]. Tersedia https://www.kompas.id/baca/utama/2018/07/02/laporan-kasus-politik-uang-pilgub-lampung-bertambah?status=sukses_login%3Fstatus_login%3Dlogin&loc=hard_paywall&status_login=login. Diakses 25 November 2023

Peraturan Komisi Pemilihan Umum Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2018 Tentang Sosialisasi, Pendidikan Pemilih, dan Partisipasi Masyarakat dalam Penyelenggaraan Pemilihan Umum.

Wibawana, W. A. (2023). *Kapan Kampanye Pemilu 2024 Dimulai? Cek Jadwal dan Tahapannya.* DetikNews. <https://news.detik.com/pemilu/d-6548239/kapan-kampanye-pemilu-2024-dimulai-cek-jadwal-dan-tahapannya>. Diakses pada 06 Agustus 2023