

**PEMBATASAN KAMPANYE DAN RENDAHNYA PARTISIPASI PEMILIH
PADA PILKADA SERENTAK 2015 DI TIGA KABUPATEN
DI SULAWESI SELATAN**

**LIMITATION OF CAMPAIGN AND LOW VOTER PARTICIPATION
ELECTION IN SIMULTANEOUSLY ELECTION 2015 IN THREE DISTRICTS
IN SOUTH SULAWESI**

Andi Ayatullah Ahmad, Hafied Cangara, Hasrullah

Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Hasanuddin

ABSTRAK

Kampanye pilkada 2015 berbeda dengan pilkada sebelumnya. Tiga metode kampanye yaitu Alat Peraga Kampanye (APK), Bahan Kampanye dan Iklan Kampanye sudah dibatasi, dibiayai oleh APBD dan diambil alih KPU Kabupaten. Hasil pilkada menunjukkan partisipasi pemilih rendah, sehingga muncul asumsi bahwa pembatasan kampanye berkorelasi terhadap menurunnya partisipasi pemilih. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dampak pembatasan kampanye terhadap rendahnya partisipasi pemilih di Kabupaten Bulukumba, Pangkep dan Gowa. Pendekatan penelitian menggunakan metode deskriptif kualitatif, bagaimana potret pelaksanaan kampanye, serta faktor yang memengaruhi rendahnya partisipasi pemilih. Pengumpulan data menggunakan teknis purposif dengan wawancara 27 informan. Pembahasannya menggunakan pendekatan Model Komponensial Kampanye dan Teori Perilaku Pemilih Richard R. Lau dan David P. Redalawsk (2006). Hasil penelitian menunjukkan, beberapa permasalahan terjadi saat kampanye. Sejumlah APK yang rusak atau hilang tidak digantikan oleh KPU Kabupaten, urutan nomor urut kandidat pada pemasangan APK terbalik, dan minimnya jumlah dan kualitas APK. Adapun faktor yang memengaruhi rendahnya partisipasi pemilih di tiga kabupaten bukan karena faktor pembatasan kampanye melainkan jumlah Daftar Pemilih Tetap (DPT) menggelembung, serta adanya kejenuhan dan sikap apatis masyarakat sebagai pemilih. Permasalahan pelaksanaan kampanye tersebut muncul akibat regulasi pilkada yang tidak mengatur secara jelas teknis pelaksanaannya secara detail. Dengan demikian disarankan untuk mengembalikan pelaksanaan metode kampanye tersebut kepada para pasangan calon, KPU hanya menentukan ukuran, durasi, jumlah dan titik lokasi pemasangan APK dengan mempertimbangkan letak wilayah dan jumlah penduduk.

Kata Kunci: Pilkada, Metode Kampanye, Partisipasi Pemilih, Perilaku Pemilih.

ABSTRACT

Election campaign 2015 is different from the previous election. Three methods, namely campaign Campaign Viewer Tool (APK), Materials Campaign and Ad Campaign has been curtailed, financed by the budget and taken over district electoral commissions. Results of the elections showed a low voter turnout, hence the assumption that campaign restrictions correlated to the decline in voter participation. This study aims to determine the impact of restrictions on campaign about the low turnout in Bulukumba, Pangkep and Gowa. The research approach using qualitative description, how the portrait of the campaign, as well as the factors affecting the low turnout. Collecting data using purposive technical with 27 informant interviews. Discussion approach componential Model Campaign and Voter Behavior Theory Richard R. Lau and David P. Redalawsk (2006). The results showed, some problems occurred during the campaign. A number of APK damaged or lost is not replaced by district electoral commissions, the order of candidates on the serial number of the APK installation reversed, and the inadequate number and quality of APK. The factors that influence the low participation of voters in the three districts not because of the limitation of the campaign, but the number of voters list (DPT) ballooned, as well as their boredom and apathy of the community as a voter. The problems arising from the implementation of the campaign of election regulations do not set out clear technical implementation details. Thus it is advisable to restore the implementation of the campaign method to the candidate, the Commission only determine the size, duration, number and location of the installation point APK taking into account the location of the region and population.

Keywords: *election, campaign methods, voter participation, voter behavior.*

PENDAHULUAN

Esensi dari demokrasi adalah partisipasi politik. Partisipasi atau keterlibatan masyarakat dalam berpolitik merupakan ukuran demokrasi suatu negara. Pemilu atau pilkada merupakan perwujudan dari kedaulatan rakyat dalam memilih pemimpinnya. Partisipasi warga menjadi penting karena demokrasi sejatinya dimaknai sebagai konsep “dari rakyat, oleh rakyat dan untuk rakyat”, konsep demokrasi dinilai sebagai instrumen bagi rakyat untuk meraih kesejahteraan.

Pada Desember 2015 yang lalu, rakyat Indonesia kembali disuguhkan sebuah pesta demokrasi. Untuk pertama kalinya pemerintah melaksanakan pemilihan kepala daerah dan wakil kepala daerah (Pilkada) berlangsung serentak secara nasional di 8 (delapan) provinsi untuk memilih gubernur dan wakil gubernur, 36 kota untuk memilih walikota dan wakil walikota, serta 224 kabupaten untuk memilih bupati dan wakil bupati, totalnya ada 268 daerah melakukan pilkada pada hari tersebut. Di provinsi Sulawesi Selatan terdapat 11 (sebelas) kabupaten yang menyelenggarakan pilkada, yaitu Selayar, Bulukumba, Gowa, Maros, Pangkep, Barru, Soppeng, Luwu Utara, Luwu Timur, Tana Toraja, dan Toraja Utara. Untuk meningkatkan partisipasi

pemilih, Presiden Joko Widodo pun menetapkan hari pencoblosan sebagai hari libur nasional di seluruh wilayah Indonesia, termasuk daerah yang tidak menyelenggarakan Pilkada.

Partisipasi politik adalah kegiatan seseorang atau sekelompok orang untuk ikut secara aktif dalam kehidupan politik yaitu dengan cara jalan memilih pimpinan negara secara langsung atau tidak langsung, mempengaruhi kebijakan pemerintah. Kegiatan ini mencakup tindakan seperti memberikan suara dalam pemilihan umum, menghadiri rapat umum, menjadi anggota suatu partai atau kelompok kepentingan (Budihardjo, 2008). Dukungan warga diterjemahkan ke dalam keikutsertaan dalam pemilihan umum, guna memilih partai atau kandidat. Tanpa adanya partisipasi warga sama sekali dalam pemilu, maka tidak mungkin ada demokrasi, dan tidak akan ada pemerintahan demokratis (Mujani dkk., 2012). Adapun menurut Bailusy (2015) menyebutkan ada dua tipe partisipasi politik dalam pilkada: *Pertama*, partisipasi politik yang memobilisasi yaitu warga negara digiring oleh orang-orang tertentu untuk berbagai kegiatan politik. *Kedua*, partisipasi politik yang otonom yaitu setiap warga negara dengan suka rela tanpa dorongan, pancingan atau paksaan pihak lain untuk mengikuti atau melakukan kegiatan politik.

Secara umum Pilkada serentak relatif berlangsung dengan demokratis, aman dan damai. Namun dari keberhasilan pelaksanaan itu terbersit hal yang mengganggu dan merisaukan, yakni: rendahnya partisipasi pemilih. Dari hasil pilkada serentak 11 kabupaten di Sulawesi Selatan, menunjukkan hanya Kabupaten Soppeng dan Kabupaten Toraja Utara yang tingkat partisipasi pemilihnya meningkat, sedangkan 9 kabupaten lainnya memiliki tingkat partisipasi pemilih yang rendah dan menurun dari pilkada 2010.

Pada pilkada sebelumnya marak dengan berbagai bahan kampanye dan Alat Peraga Kampanye (APK), seperti spanduk, baliho, namun pada pilkada 2015 metode dan materi kampanye tersebut sudah dibatasi dan diambil alih oleh KPU. Pemasangan APK hanya dapat dilihat pada lokasi-lokasi tertentu dan jumlah terbatas. Dampaknya proses pelaksanaan pilkada kurang semarak. Hiruk-pikuk pilkada seperti pemasangan APK tidak semeriah pelaksanaan pilkada sebelumnya. Kebijakan tersebut disoroti, karena dianggap membatasi kreatifitas pasangan calon atau tim sukses melakukan kampanye untuk memengaruhi khalayak memilih kandidatnya

Kampanye adalah suatu aktivitas komunikasi, ditinjau dari aspek kajian komunikasi, Alat Peraga Kampanye (APK), bahan kampanye, maupun iklan

kampanye adalah sarana bagi para pasangan calon untuk memperkenalkan diri, serta memersuasi para khalayak untuk memilihnya dalam pilkada. Cangara dalam Damsar (2010), membuat batasan dari pengertian kampanye politik sebagai aktivitas komunikasi yang ditujukan untuk memengaruhi orang lain agar ia memiliki wawasan, sikap dan perilaku sesuai dengan kehendak penyebar atau pemberi informasi. Menurut Hasrullah (2014), bagi para kandidat yang ingin mendapatkan publikasi yang luas, maka iklan telah menjadi alat promosi, baik soal sosok diri maupun program kerja yang akan dikerjakan jika terpilih dalam pemilu. Iklan telah menjadi “senjata yang ampuh” tidak saja untuk memperkenalkan diri tapi pengaruhnya sampai pada perubahan perilaku (behavior) pemilih untuk memutuskan memilih kandidat.

Dari definisi kampanye politik tersebut, hubungannya dengan pilkada serentak yang lalu, maka apakah pelaksanaan kampanye yang diambil alih oleh KPU, efektif dalam memengaruhi masyarakat dalam memilih kandidat? Pemerintah atau KPU dianggap telah melakukan upaya “pengkerdilan” pelaksanaan kampanye yang selama ini dilakukan oleh para kandidat, sehingga terbangun asumsi bahwa, pengambil-alihan dan pembatasan kampanye pilkada oleh KPU berkorelasi terhadap menurunnya

angka partisipasi pemilih, meskipun ada faktor lainnya yang memengaruhi. Dengan demikian penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dampak pembatasan metode kampanye terhadap rendahnya partisipasi pemilih pada Pilkada Serentak 2015 di Kabupaten Bulukumba, Pangkep dan Gowa.

BAHAN DAN METODE

Pendekatan penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif yaitu penelitian yang didasari atas asumsi bahwa pengambil-alihan dan pembatasan kampanye pilkada memiliki korelasi terhadap menurunnya angka partisipasi pemilih, serta faktor lainnya yang memengaruhi partisipasi. Penelitian kualitatif memandang obyek sebagai suatu yang dinamis, hasil konstruksi pemikiran yang utuh (*holistic*) karena setiap aspek dari obyek itu mempunyai satu kesatuan yang tidak terpisahkan (Sugiyono, 2012). Peneliti hadir terintegrasi dari data, artinya peneliti terjun langsung dalam melakukan penelitian di lapangan baik pada saat wawancara maupun pada saat melakukan pengamatan langsung atau observasi. Menurut Kriyantono (2014), periset memproduksi penjelasan unik tentang situasi yang terjadi dan individu-individunya

Lokasi dan Rancangan Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di tiga kabupaten yang melaksanakan pilkada serentak 2015 di Sulawesi Selatan, yaitu Kabupaten Bulukumba, Pangkep dan Gowa. Penetapan tiga lokasi ini karena partisipasi pemilihnya rendah dan menurun dari pilkada 2010.

Sumber Data

Jenis data yang digunakan adalah data primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan instrumen wawancara kepada informan. Materi wawancara disusun dari tiga aspek pertanyaan, yaitu aspek regulasi, aspek pelaksanaan dan aspek hasil atau dampak. Selain menggunakan teknik wawancara dan observasi untuk mendapatkan data primer, peneliti juga mengumpulkan data sekunder berupa studi pustaka berupa literatur yang relevan dan dokumentasi berupa gambar foto dan video.

Teknik Pengumpulan Data

Penetapan informan sebagai sumber data menggunakan teknik purposive yang didasari pemahaman bahwa peneliti cenderung memilih informan yang dianggap tahu dan dapat percaya untuk menjadi sumber data yang mantap dan mengetahui masalahnya secara mendalam. Selanjutnya peneliti menetapkan sampel sebagai informan dari KPU Kabupaten, Panwaslu, tim sukses,

pengurus partai politik, aktifis LSM dan masyarakat dengan total informan 27 orang untuk tiga kabupaten. Selain itu data juga didapatkan dari pengumpulan data sekunder yang bersumber dari KPU Kabupaten maupun dari para tim sukses pasangan calon.

HASIL PENELITIAN

Pelaksanaan pilkada di Kabupaten Bulukumba, Pangkep dan Gowa adalah pilkada yang ketiga kalinya sejak berlakunya undang-undang pemerintahan daerah yang dimulai dilaksanakan pada tahun 2005. Pilkada tiga kabupaten ini bersamaan dengan pilkada delapan kabupaten lainnya di Provinsi Sulawesi Selatan yang pelaksanaannya masuk dalam desain pilkada serentak di seluruh Indonesia pada tanggal 9 Desember 2015 yang lalu. Tingkat partisipasi pemilih di Kabupaten Bulukumba hanya mencapai 58,35 persen, Kabupaten Pangkep sebanyak 71,70 persen dan Kabupaten Gowa mencapai 66,23 persen. Untuk memudahkan memahami dan menjabarkan permasalahan penelitian, maka peneliti membuat kategorisasi berdasarkan tiga aspek yang menjadi bagian penting dalam penelitian ini, yaitu:

Penanganan Kampanye oleh KPU Kabupaten

Dalam pelaksanaan kampanye pilkada 2015, tiga metode kampanye yakni

pemasangan Alat Peraga Kampanye (APK), Bahan Kampanye dan Iklan Kampanye sudah dibatasi, dibiayai pemerintah dan ditangani oleh KPU Kabupaten. Tujuan dari pembatasan tersebut adalah menekan biaya kampanye pasangan calon, menyetarakan kampanye pasangan calon sehingga tidak ada yang mendominasi, menghindari *black campaign*, dan menjaga lingkungan dari polusi atribut kampanye. Namun karena dibatasi, maka pelaksanaan kampanye pilkada kurang semarak, tidak meriah, dan tidak ada lagi hiruk pikuk pemasangan baliho, spanduk, dan poster.

Keuntungannya adalah membantu calon yang kurang modal, kampanye lebih terukur, dan mengurangi beban pemerintah dalam penertiban APK. Namun dari sisi efektifitas, APK yang berupa baliho, spanduk dan umbul-umbul, tidak lagi menjadi sarana kampanye yang efektif untuk memengaruhi khalayak dalam memilih kandidat, APK tersebut lebih cocok digunakan menjelang pelaksanaan pilkada guna meningkatkan popularitas dan menjaga citra bakal calon.

Adapun anggaran dari ketiga metode kampanye tersebut berbeda-beda setiap kabupaten tergantung dari jumlah pasangan calon yang bertarung, jumlah kecamatan dan desa, serta jumlah penduduk. Anggaran untuk tiga metode kampanye masing-masing kabupaten

adalah Bulukumba sebanyak Rp. 3.872.004.500, Pangkep sebanyak Rp. 2.429.442.000 dan Gowa sebanyak Rp. 1.058.992.500.

Masalah yang Ditimbulkan oleh Penanganan Kampanye oleh KPU Kabupaten

Dalam pelaksanaan metode kampanye oleh KPU Kabupaten, terdapat sejumlah permasalahan yang ditemukan, diantaranya kualitas dari pemasangan baliho dan spanduk kurang bagus sehingga mudah rubuh, rusak atau robek, tidak ada biaya penggantian APK kalau rusak atau hilang, jumlah APK sangat kurang sehingga aksesibilitas khalayak terhadap atribut kampanye terbatas, serta urutan pemasangan APK terbalik dari nomor besar ke nomor urut yang lebih kecil, misalnya urutannya menjadi 5,3,4,2,1. Permasalahan pelaksanaan kampanye tersebut muncul akibat regulasi pilkada yang tidak mengatur secara jelas teknis pelaksanaannya secara detail.

Efek Pilkada 2015 dari Penanganan Kampanye oleh KPU Kabupaten

Angka partisipasi pemilih pilkada di tiga kabupaten tersebut rendah dan menurun dari pilkada 2010. Namun setelah mengumpulkan informasi dan data, faktor yang memengaruhi rendahnya partisipasi pemilih bukan karena faktor pembatasan kampanye, melainkan jumlah Daftar Pemilih Tetap (DPT) yang

menggelembung karena nama pemilih ganda, fiktif, dan sudah meninggal tapi masih tercatat. Kenaikan DPT yang terlalu besar mengakibatkan jumlah pembagi saat menghitung partisipasi pemilih terlalu besar, sehingga persentasenya menjadi rendah. Jumlah DPT pilkada 2015 meningkat dari pelaksanaan pemilu tahun 2014 yaitu Bulukumba sebanyak 41.555, Pangkep 14.616 dan Gowa sebanyak 49.675.

Faktor lainnya yang memengaruhi rendahnya partisipasi pemilih adalah adanya kejenuhan dan sikap apatis masyarakat sebagai pemilih. Masyarakat sudah bosan mengikuti ajang pemilihan karena menganggap tidak ada perubahan sejak pilkada atau pemilu sebelumnya. Ada juga sikap *pragmatisme*, yaitu mereka hanya datang memilih apabila diberikan sejumlah imbalan materi (*money politic*). Adapun sikap masyarakat dalam memilih kandidat masih lebih dominan karena faktor figur dibanding visi misi atau program kerjanya.

PEMBAHASAN

Penelitian ini membahas bagaimana potret pelaksanaan kampanye yang ditangani oleh KPU Kabupaten, serta bagaimana perilaku pemilih dalam memilih kandidat, kaitannya dengan rendahnya partisipasi pemilih. Untuk

membahas pelaksanaan kampanye, peneliti menggunakan pendekatan Model Komponensial Kampanye, sedangkan untuk pembahasan partisipasi pemilih menggunakan teori perilaku pemilih Richard R. Lau dan David P. Redalawsk (Lau R.R, et al., 2006).

Komunikasi adalah proses penyampaian pesan dari seseorang kepada orang lain dengan tujuan untuk memengaruhi pengetahuan atau perilaku seseorang. Dari pengertian komunikasi yang sederhana ini, maka kita bisa mengatakan bahwa suatu proses komunikasi tidak akan bisa berlangsung tanpa didukung oleh unsur-unsur; pengirim (*source*), pesan (*message*), saluran/media (*channel*), penerima (*receiver*), dan akibat/pengaruh (*effect*). Unsur-unsur ini juga disebut komponen atau elemen komunikasi (Cangara, 2014). Ketika unsur atau komponen ini dibawa ke ranah kampanye politik, maka komponen tersebut merupakan unsur yang sangat berpengaruh dalam keberhasilan suatu kegiatan kampanye politik. Inilah inti dari Model Komponensial Kampanye, model ini mengambil komponen-komponen pokok yang terdapat dalam suatu proses pengiriman dan penerimaan pesan-pesan kampanye. Unsur yang terdapat di dalamnya meliputi: sumber kampanye, saluran, pesan, penerima kampanye, efek dan umpan balik. Unsur-unsur ini harus

dipandang sebagai satu kesatuan yang mendeskripsikan dinamika proses kampanye (Venus 2012).

Sesuai undang-undang pilkada, yang menjadi sumber atau pelaku kampanye di pilkada 2015 adalah KPU Kabupaten dan para pasangan calon, KPU memfasilitasi empat metode kampanye yaitu debat publik, pemasangan APK, penyebaran Bahan Kampanye dan Iklan Kampanye, sedangkan pasangan calon hanya melakukan tiga metode kampanye yaitu pertemuan terbatas, pertemuan tatap muka/dialog dan kampanye lainnya/rapat umum. Di sinilah dinilai sebagai kekeliruan, oleh karena KPU sebagai regulator, mereka juga bertindak sebagai promotor atau pelaku kampanye sehingga kampanye hanya dianggap sebagai pemenuhan aspek proseduralnya saja. Pada aspek isi pesan dari APK, bahan kampanye dan iklan kampanye hanya cocok untuk meningkatkan citra dan popularitas seorang calon kandidat menjelang pilkada, bukan menjadi faktor elektabilitas kandidat.

Pemilih atau penerima pesan kampanye adalah entitas yang beragam. Dengan pembatasan jumlah APK, dan bahan kampanye, maka para pasangan calon tidak bisa lagi mendesain materi kampanye sesuai karakteristik khalayak penerima pesan, sehingga pasangan calon hanya mendesain materi pesannya lebih

umum agar bisa diterima oleh semua kalangan. Mengenai efek, pengaruh tiga metode kampanye sudah sangat rendah ketika ingin mendulang suara, untuk itu para pasangan calon lebih mengandalkan metode kampanye yang sifatnya interaksi atau dialog. Selanjutnya ketiga metode kampanye itu merupakan saluran komunikasi dalam bentuk satu arah yang menggunakan pendekatan transmisi (*transmission approach*) ketimbang pendekatan interaksi (*interaction approach*) dan sedikit membuka peluang saling bertukar informasi dengan khalayak, hanya sumber (*campaigner*) yang aktif berupaya mempengaruhi penerima (*campaignee*) yang berada dalam posisi pasif. Dengan demikian sangat sulit diharapkan umpan balik dari penerima pesan lebih cepat, oleh karena adanya keterbatasan dan perbedaan posisi dalam proses bertukar pesan selama kampanye berlangsung.

Bagaimana dengan partisipasi pemilih? Hasil penelitian ini menemukan banyaknya angka golput lebih dominan disebabkan karena faktor teknis penyelenggaraan yaitu jumlah DPT yang menggelembung, serta banyaknya undangan pemilih (Form C6) yang tidak tersalurkan kepada pemilih. Preferensi lainnya terkait perilaku pemilih adalah *pertama*, pemilih cenderung memilih figur yang sudah dikenal karena orang tersebut

sudah pernah ikut kontestasi sebelumnya, pemenang pilkada Bulukumba adalah mantan bupati, pemenang di Pangkep adalah petahana bupati, dan pemenang di Gowa adalah anak bupati dua periode. *Kedua*, masyarakat terkadang memilih kandidat bukan karena pasangan calonnya, namun faktor siapa tim suksesnya. Ketika tim sukses pasangan calon adalah kerabatnya atau keluarganya, maka dia lebih cenderung mengikuti saran atau ajakan dari tim sukses tersebut. *Ketiga*, pemilih akan lebih condong memilih pasangan calon yang terlihat lebih dominan dibandingkan dengan calon lainnya. Ketika pasangan calon tertentu terkesan sulit dikalahkan maka massa mengambang (*swing voters*) akan lebih cenderung memilih kandidat yang sudah mendominasi dan berpeluang menang.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, rendahnya partisipasi pemilih di tiga kabupaten yang melaksanakan pilkada, bukan karena faktor pembatasan kampanye namun lebih dominan disebabkan oleh faktor jumlah Daftar Pemilih Tetap (DPT) yang menggelembung karena ada nama yang ganda dan sudah meninggal tapi masih tercatat, sehingga mempengaruhi bilangan pembagi saat menghitung angka partisipasi pemilih. Faktor lainnya adalah adanya kejenuhan masyarakat mengikuti

berbagai event pemilihan, masyarakat apatis terhadap pelaksanaan pesta demokrasi karena dianggap tidak ada perubahan yang lebih baik. Kemudian sikap pragmatis masyarakat yang hanya mau memilih ketika ada imbalan materi, serta faktor teknis lainnya seperti tidak terdaftar dalam DPT, tidak mendapatkan undangan pemilih dan Tempat Pemungutan Suara atau TPSnya berpindah ke tempat yang lebih jauh. Alat Peraga Kampanye yang terdiri dari baliho, spanduk dan umbul-umbul tidak lagi menjadi media kampanye yang efektif untuk memengaruhi khalayak untuk memilih kandidat tertentu, tapi fungsinya lebih cocok digunakan menjelang pilkada dengan tujuan membangun citra dan meningkatkan popularitas bakal calon dalam pilkada. Selanjutnya peneliti menyarankan, sebaiknya KPU membangun sistem pendataan pemilih secara otonom, data kependudukan dari BPS dan Kemendagri hanya sebagai referensi pembanding. APK, bahan kampanye dan iklan kampanye dikembalikan ke pasangan calon dalam hal pengadaan dan pemasangan, KPU Kabupaten/kota KPU hanya menentukan ukuran, durasi, jumlah dan titik lokasi pemasangannya dengan mempertimbangkan letak wilayah dan jumlah penduduk. Mengatur dengan jelas dalam peraturan teknis kampanye tentang

urutan pemasangan APK pasangan calon pada titik yang telah ditentukan.

DAFTAR PUSTAKA

- Bailusy M.K. (2015). *Pilkada Demokrasi dan Partisipasi Politik*. Makassar: *Prosiding Jurusan Ilmu Politik FISIP Unhas*, 1:1-6
- Budiharjo M. (2008). *Dasar-Dasar Ilmu Politik*. Jakarta: PT. Gramedia Widiasarana
- Cangara H. (2014). *Komunikasi Politik*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Damsar. (2010). *Pengantar Sosiologi Politik*. Jakarta: PT Kencana Prenada Media Grup
- Mujani S. dkk. (2012). *Kuasa Rakyat*. Jakarta: Mizan Publika
- Hasrullah. (2014). *Opium Politik dan Dramaturgi*. Jakarta: Prenadamedia.
- Kriyantono R (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenadamedia.
- Lau R.R, & Redlawsk D.P. (2006). *How Voters Decide: Information Processing in Election Campaigns*. New York: Cambridge University Press.
- Sugiyono (2012). *Memahami Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeth.
- Venus A. (2012). *Manajemen Kampanye*. Bandung: Simbiosis Pratama.