



P-ISSN: 2615-3416  
E-ISSN: 2615-7845

*Jurnal Hukum*

# SAMUDRA KEADILAN

**Editorial Office** : Jl. Prof. Syarif Thayer, Meurandeh, Kota Langsa – Aceh  
Email : samudrakeadilan.fhus@gmail.com  
Website : <https://ejurnalunsam.id/index.php/jhsk>

## EVALUASI KAMPANYE PILKADA SERENTAK PADA MASA PANDEMI COVID-19

<sup>1</sup>Ahmad Syarifudin, <sup>2</sup>Fatikhatul Khoiriyah, <sup>3</sup>Hendro Edi Saputro, <sup>4</sup>Adam Malik

*Hukum Tatanegara, Fakultas Syariah, Institut Agama Islam Negeri Metro  
Jalan Ki. Hajar Dewantara 15A, Iringmulyo, Metro Timur, Kota Metro, Lampung*  
<sup>1</sup>ahmadsyarifudin@metrouniv.ac.id, <sup>2</sup>dhe.fatikha@gmail.com, <sup>3</sup>hendroedisaputro@gmail.com,  
<sup>4</sup>adammalik.shi@gmail.com

---

### Abstract

---

*This article is an evaluation to campaign rules of regional election 2020 during Pandemic Covid-19 which are many violations of health protocol. Two question will be answered are: 1) how is the legal basis of campaign regional election 2020 during pandemic? 2) how the campaign can be more effective for candidates and save for people during Pandemic Covid-19? This study use normative legal research method with statute approach and conceptual approach. Primary legal material are Law No. 6 Year 2020, PKPU No. 6 Year 2020, PKPU No. 1 Year 2020, PKPU No.4 Year 2017, PKPU No.13 Year 2020, and PKPU No. 6 Year 2020. Secondary legal material are book, journals and articles are relevant. Legal materials have been collected then summarized, edited, classified, and analyzed by descriptive-qualitative. Results are: 1) design of campaign method as limited meetings, face to face, and dialog during Pandemic Covid-19 based on article 65 Law No.10 Years 2016 and adopted from "Pedoman Pencegahan dan Pengendalian Coronavirus Disease (Covid-19)" by Minister of health those forbid the crowd and limited social interactions. 2).campaign method as limited meetings, face to face and dialog during pandemic Covid-19 prioritize people save by implement health protocol, give chance to candidate and voters to direct interact, increase the number of campaign participants as limited meetings, face to face, and dialog also allow campaign advertising in mass media and social media.*

*Keywords: Redesign of campaign, regional election 2020, pandemic Covid-19*

---

### Abstrak

---

Penelitian ini merupakan evaluasi terhadap ketentuan dan pelaksanaan kampanye Pilkada Serentak 2020 yang dilaksanakan di masa pandemi Covid-19 yang dari sisi regulasi sangat ketat sehingga diwarnai dengan berbagai pelanggaran protokol kesehatan. Dua rumusan yang diajukan yaitu: 1) bagaimana konstruksi hukum ketentuan pelaksanaan kampanye Pilkada Serentak 2020? 2) bagaimana desain kampanye pada masa pandemi Covid-19 agar dapat berlaku efektif tanpa mengancam kesehatan dan keselamatan masyarakat serta merugikan pasangan calon? Penelitian ini merupakan penelitian hukum normatif dengan pendekatan perundang-undangan dan pendekatan konsep. Bahan hukum yang

digunakan yaitu bahan hukum primer yang berupa UU No. 6 Tahun 2020, PKPU No. 1 Tahun 2020, PKPU No. 4 Tahun 2017, PKPU No. 13 Tahun 2020, dan PKPU No. 6 Tahun 2020. Adapun bahan hukum sekunder meliputi buku, jurnal, dan artikel yang relevan. Bahan hukum yang terkumpul kemudian dirangkum, diedit, diklasifikasi, dan dianalisis secara deskriptif kualitatif. Dari hasil penelitian tersebut ditemukan bahwa: 1) desain metode kampanye pertemuan terbatas, tatap muka, dan dialog di masa pandemi Covid-19 didasarkan pada Pasal 65 UU No.10 Tahun 2016 dan mengadopsi “Pedoman Pencegahan dan Pengendalian Coronavirus Disease (Covid-19)” dari Kementerian Kesehatan dengan meniadakan sama sekali kerumunan dan membatasi interaksi sosial. 2), metode kampanye pertemuan terbatas, tatap muka, dan dialog di masa pandemi Covid-19 semestinya tetap mengutamakan kesehatan dan keselamatan masyarakat melalui penerapan protokol kesehatan, tetap memberikan peluang bagi Paslon dan Pemilih untuk tetap berinteraksi secara langsung, menambah jumlah peserta dalam kegiatan pertemuan terbatas, tatap muka, dan dialog, serta menghapus ketentuan iklan kampanye media massa cetak, elektronik, dan media sosial.

Kata kunci: evaluasi kampanye, pilkada serentak 2020, pandemi Covid-19

## PENDAHULUAN

Sirkulasi kepemimpinan di tingkat daerah baik untuk jabatan gubernur, bupati, maupun wali kota—beserta para wakilnya masing-masing—dilaksanakan melalui mekanisme demokratis mengacu pada Pasal 18 ayat (4) Undang-Undang Dasar 1945 yang diinterpretasikan dengan pemilihan secara langsung oleh rakyat melalui Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada)<sup>1</sup>. Kedudukan kepala daerah seperti gubernur, bupati, maupun walikota penting untuk menjamin berlangsungnya usaha mewujudkan kesejahteraan rakyat.<sup>2</sup> Kepala Daerah menjabat selama 5 (lima) tahun terhitung sejak pelantikan, dan dapat dipilih kembali untuk jabatan yang sama selama satu kali.<sup>3</sup> Gelaran Pilkada Serentak 2020 yang semula berdasarkan jadwal dilaksanakan pada September 2020 ditunda dan dilaksanakan pada 9 Desember 2020 melalui terbitnya Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang No. 2 Tahun 2020 (selanjutnya ditulis Perppu No. 2 Tahun 2020)<sup>4</sup>. Keputusan tersebut diambil setelah melalui Rapat Dengar Pendapat (RDP) yang dilaksanakan oleh Kemendagri, Komisi II DPR, Dewan Kehormatan Penyelenggara Pemilu, KPU, dan Bawaslu.<sup>5</sup>

Di Indonesia, pandemi Covid-19 di Indonesia pada Maret 2020, yang dalam konteks pelaksanaan Pilkada telah diantisipasi oleh UU No.10 Tahun 2016<sup>6</sup>. Pasal 120 - 122 UU *a quo* misalnya telah mengatur kondisi pelaksanaan Pilkada karena bencana alam melalui pelaksanaan Pilkada Lanjutan—termasuk dalam hal ini Covid-19 yang telah ditetapkan menjadi bencana non alam. Meski demikian karena kecemasan publik meningkat sebangun dengan rendahnya literasi mengenai Covid-19, maka desakan untuk menunda Pilkada terus berlanjut, bahkan sampai dimulainya masa kampanye.

---

<sup>1</sup>Gotfirdus Goris Seran, “Konstitusionalitas dan Desain Pemilukada Langsung Serentak Nasional,” *Jurnal Konstitusi*, Volume 16, Nomor 3, September 2019, hlm. 1.

<sup>2</sup>Abdul Qadir Jaelani, “Karakteristik Pelanggaran Pemilihan Kepala Daerah Kabupaten Lombokm Timur Tahun 2013 Perspektif *Good Governance*”, *Supremasi Hukum: Jurnal Penelitian Hukum*, Volume 3, Nomor 2, Desember 2014, hlm.175

<sup>3</sup>Lihat Pasal 60 Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah.

<sup>4</sup>Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang No. 2 Tahun 2020 tentang Perubahan Ketiga atas Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2015 Tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2014 tentang Pemilihan Gubernur, Bupati, dan Walikota Menjadi Undang-Undang

<sup>5</sup>Dewan Perwakilan Rakyat, “Komisi II Setujui Penundaan Pilkada Jadi 9 Desember 2020,” Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia, 14 April 2020, <http://www.dpr.go.id/berita/detail/id/28418/t/Komisi+II+Setujui+Penundaan+Pilkada+Jadi+9+Desember+2020>.

<sup>6</sup>Sebutan dari Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2016 tentang Perubahan Kedua atas Perubahan Kedua Atas Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2015 Tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang- Undang Nomor 1 Tahun 2014 Tentang Pemilihan Gubernur, Bupati, Dan Walikota Menjadi Undang-Undang.

Sebagai landasan pelaksanaan Pilkada pada 9 Desember 2020, Pemerintah Perppu No.2 Tahun 2020. Namun demikian publik menolak dan menilai langkah pemerintah sebagai keberpihakan pada Pilkada ketimbang kesehatan dan keselamatan masyarakat.<sup>7</sup> Pasca keluhan itu masyarakat kembali menyesalkan regulasi mengenai Pilkada pada masa pandemi dengan diundangkannya PKPU No. 10 Tahun 2020<sup>8</sup> yang membolehkan konser musik sebagai salah satu metode kampanye yang diizinkan oleh KPU.<sup>9</sup> Konser musik yang menyebabkan kerumunan dianggap kontra produktif dengan upaya pemerintah dan juga masyarakat yang berkeinginan supaya pelaksanaan Pilkada tidak menjadi kluster penyebaran baru Covid-19. Tuntutan publik kemudian dijawab oleh KPU dengan mengatur pelaksanaan kampanye yang sangat ketat bagi calon melalui pengundangan PKPU No. 1 Tahun 2020 perubahan atas PKPU No. 4 Tahun 2017, dan PKPU No. 13 Tahun 2020 perubahan atas PKPU No. 6 Tahun 2020. Sekaligus menghapus mengenai ketentuan konser musik dalam berkampanye.

Regulasi KPU terkait kampanye Pilkada di masa Pandemi Covid-19 melalui PKPU No. 11 Tahun 2020 dan PKPU 13 Tahun 2020 setidaknya mengatur dua hal yaitu: *Pertama*, melakukan konversi kampanye menjadi daring (*online*) atau mengurangi kampanye metode konvensional—tatap muka; *kedua*, meniadakan sama sekali kampanye yang menyebabkan kerumunan. Pasal 58 ayat (1) dan ayat (2) PKPU No. 13 Tahun 2020 mengutamakan agar metode kampanye dengan metode pertemuan terbatas, tatap muka dan dialog dilakukan via media sosial dan media dalam jaringan (*daring*). Namun apabila tidak dapat dilaksanakan metode kampanye dapat digelar luar jaringan (*luring*) dengan menambahkan protokol kesehatan (*Prokes*) yang sangat ketat. Adapun Pasal 88C PKPU No. 13 Tahun 2020 resmi melarang penyelenggaraan kampanye dengan metode seperti rapat umum, kegiatan pentas seni, konser musik, panen raya, gerak jalan santai, sepeda santai, perlombaan, bazar, donor darah, dan peringatan hari ulang tahun Partai Politik.

Implementasi kampanye dengan media sosial dan metode daring tidak semudah yang dinormakan di dalam PKPU. Pelaksanaannya dihadapkan pada persoalan infrastruktur jaringan internet yang belum tersedia di banyak daerah<sup>10</sup>, sudah ada namun lambat<sup>11</sup> dan tidak semua masyarakat Indonesia melek teknologi dan memiliki ponsel pintar (*smartphone*) yang bisa mengakses internet.<sup>12</sup> Belum lagi soal kuota internet yang digunakan, dibeli dengan uang pribadi oleh masyarakat yang akan menghadiri kampanye atau disediakan oleh tim kampanye. Opsi pertama tentu saja sangat berat bagi masyarakat, di tengah ekonomi yang sulit tentu mereka diproyeksikan akan lebih memilih untuk dibelanjakan kebutuhan pokok sehari-hari daripada membeli kuota internet untuk mendengarkan visi-misi pasangan calon. Sementara pada opsi kedua, pembelian kuota oleh tim kampanye tidak diperbolehkan, demikian juga pemberian uang untuk membeli kuota internet karena dapat

<sup>7</sup>Windi Wicaksono, “Special Content: Bahaya yang Mengintai di Balik Gelaran Pilkada Serentak 2020,” 25 September 2020, <https://www.liputan6.com/news/read/4365551/special-content-bahaya-yang-mengintai-di-balik-gelaran-pilkada-serentak-2020>.

<sup>8</sup>Peraturan Komisi Pemilihan Umum Nomor 10 Tahun 2020 tentang Perubahan Atas Peraturan Komisi Pemilihan Umum Nomor 6 Tahun 2020 Tentang Pelaksanaan Pemilihan Gubernur Dan Wakil Gubernur, Bupati Dan Wakil Bupati, Dan/Atau Wali Kota Dan Wakil Wali Kota Serentak Lanjutan Dalam Kondisi Bencana Nonalam Corona Virus Disease 2019

<sup>9</sup> Diyah Ayu Wardani, “Waspada! Kampanye Pilkada 2020 dengan Konser Musik Bisa Tingkatkan Penularan COVID-19,” 15 September 2020, <https://voi.id/en/berita/13994/waspada-kampanye-pilkada-2020-dengan-konser-musik-berpotensi-tingkatkan-penularan-covid-19>.

<sup>10</sup>Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia, “Belum Tersentuh Meski Tak Terpencil,” Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia, 20 Juli 2018, [https://kominfo.go.id/content/detail/13518/belum-tersentuh-meski-tak-terpencil/0/sorotan\\_media](https://kominfo.go.id/content/detail/13518/belum-tersentuh-meski-tak-terpencil/0/sorotan_media).

<sup>11</sup>Leo Dwi Jatmiko, “Ini Penyebab Internet di Indonesia Lambat,” *Bisnis.com*, 3 Juni 2019, <https://teknologi.bisnis.com/read/20190603/84/930266/ini-penyebab-internet-di-indonesia-lambat>.

<sup>12</sup>Moh Khori Alfarizi, “Survei Kepemilikan Smartphone, Indonesia Peringkat ke-24,” *Tempo.co*, 4 Maret 2019, <https://tekno.tempo.co/read/1181645/survei-kepemilikan-smartphone-indonesia-peringkat-ke-24/full&view=ok>.

dikategorikan sebagai pelanggaran politik uang. Pasangan Calon (selanjutnya ditulis Paslon) kepala daerah dapat memanfaatkannya untuk melakukan politik uang dengan tujuan memobilisasi pemilih untuk mencoblos.<sup>13</sup> Lain halnya jika metode kampanye media sosial dan daring diposisikan sebagai alternatif, karena selama ini kampanye media sosial memang telah banyak dilakukan oleh kontestan baik tingkat nasional maupun tingkat lokal/daerah untuk meraih popularitas.<sup>14</sup>

Paslon akhirnya banyak yang melaksanakan kampanye pertemuan terbatas, tatap muka, dan dialog secara terbatas, namun dengan melakukan banyak pelanggaran terhadap proses yang telah diatur di dalam PKPU No. 13 Tahun 2020. Badan Pengawas Pemilu Republik Indonesia (Bawaslu RI) mencatat dari tanggal 5 sampai dengan 14 November 2020 terjadi sebanyak 438 kampanye yang melanggar proses, dan sejumlah 375 kampanye yang melanggar proses pada tanggal 15 sampai dengan 24 November 2020. Sementara di sisi lain kampanye dengan menggunakan media sosial masih sangat minim.<sup>15</sup>

Bila dicermati kondisi lapangan pada tahap pelaksanaan kampanye betapa sulitnya pelaksanaan kampanye bagi Paslon dan Tim Kampanye. Sementara di sisi lain mereka harus memasarkan visi, misi, dan program Paslon untuk meraih simpati dan mengakumulasi janji dukungan dari Pemilih. Kondisi demikian tidak hanya akan menyebabkan keputusan bagi Paslon, namun juga kerugian hak konstitusional Pemilih karena terhalang memperoleh informasi yang memadai mengenai kontestan. Akibat yang paling dikhawatirkan bagi para akademisi, penggiat demokrasi, dan Penyelenggara Pemilu ialah merebaknya politik uang yang dilakukan Paslon untuk mendapatkan kemenangan dengan jalan pintas, karena selama ini melawan politik uang masih dihadapkan pada problem pemahaman masyarakat yang belum jelas, dan apatisme terhadap Pemilu.<sup>16</sup> Terlebih masyarakat juga masih permisif terhadap politik uang.

Temuan penelitian sebelumnya menyatakan bahwa Kampanye di masa covid-19 dinormakan di dalam Pasal 57, Pasal 63, dan Pasal 58 ayat (1) dan ayat (2) PKPU No. 13 Tahun 2020. Bahan yang digunakan dalam kampanye di masa Covid-19 diatur di dalam Pasal 60 ayat (2) dan (3) PKPU No.10 Tahun 2020 dan Pasal 62 PKPU No.13 Tahun 2020, kegiatan kampanye yang tidak diperbolehkan serta sanksi yang menyertainya diatur dalam Pasal 88B, 88C ayat (1) dan ayat (2) PKPU No. 13 Tahun 2020.<sup>17</sup> Adanya covid-19 pada pelaksanaan Pilkada telah mengubah kampanye dari metode tradisional ke metode dalam jaringan (daring) dalam rangka mengurangi penyebaran covid-19.<sup>18</sup>

Berdasarkan pemaparan di atas, penelitian ini berbeda dengan penelitian-penelitian sebelumnya. Riset ini berfokus mengevaluasi sisi regulasi dalam PKPU yang mengatur tentang kampanye pada masa Pandemi Covid-19, sekaligus mencari jalan *win-win solution* bagi paslon dan masyarakat. Maksudnya, calon tetap dapat melaksanakan kampanye dengan efektif dan sesuai dengan yang diharapkan dengan hasil akhir akumulasi dukungan, maupun terjaminnya kesehatan dan keselamatan

---

<sup>13</sup>Burhanuddin Muhtadi, "Politik Uang dan New Normal dalam Pemilu Paska Orde Baru," *Jurnal Antikorupsi INTEGRITAS*, Volume 5, Nomor 1, 27 Juni 2019, hlm. 57.

<sup>14</sup>Henri Subiakto dan Rachmah Ida, "Penggunaan Internet dan Budaya Populer dalam Kampanye Politik di Indonesia," *Jurnal Masyarakat Telematika dan Informasi*, Volume 7, Nomor 2, Desember 2016, hlm. 145–56.

<sup>15</sup>Media Indonesia, "Kampanye Daring Masih Minim," *Media Indonesia*, 31 Oktober 2020, <https://mediaindonesia.com/read/detail/357033-kampanye-daring-masih-minim>.

<sup>16</sup>Robi Cahyadi Kurniawan dan Dedy Hermawan, "Strategi Sosial Pencegahan Politik Uang di Indonesia," *Jurnal Antikorupsi INTEGRITAS*, Volume 5, Nomor 1, 28 Juni 2019, hlm. 29–41, <https://jurnal.kpk.go.id/index.php/integritas/article/view/338>.

<sup>17</sup>Sri Husnulwati, "Tinjauan Hukum terkait Kampanye Pilkada Ditengah Pandemi Covid-19," *Solusi* 19, no. 1 (Januari 2021).

<sup>18</sup>Siti Chaerani Dewanti, "Kebijakan Kampanye Secara Daring pada Pilkada Serentak 2020," *Pusat Penelitian Badan Keahlian DPR RI XII*, no. 19 (Oktober 2020).

masyarakat. Relevansi dalam penelitian ini juga tidak dibatasi pada Pelaksanaan Pilkada Serentak 2020, namun juga pada Pilkada Serentak selanjutnya yang akan dilaksanakan pada tahun 2024, mengingat menurut Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) Covid-19 akan menjadi endemik sebagaimana HIV yang eksistensinya diproyeksikan akan tetap ada sampai kapan pun.<sup>19</sup> Berdasarkan uraian di atas, diajukan dua rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

- 1) Bagaimana konstruksi hukum ketentuan kampanye Pilkada Serentak 2020?
- 2) Bagaimana desain kampanye pada masa pandemi Covid-19 dapat berlaku efektif tanpa mengancam kesehatan dan keselamatan masyarakat dan merugikan paslon?

## METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini merupakan riset hukum normatif dengan menggunakan pendekatan perundang-undangan (*statute approach*) dan pendekatan konsep (*conceptual approach*). Bahan hukum yang digunakan yaitu bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder. Bahan hukum primer meliputi UU No. 6 Tahun 2020, PKPU No. 1 Tahun 2020 perubahan atas PKPU No. 4 Tahun 2017, dan PKPU No. 13 Tahun 2020 perubahan atas PKPU No. 6 Tahun 2020. Adapun bahan hukum sekunder yang digunakan meliputi buku, jurnal, dan berbagai artikel yang relevan dengan penelitian ini yakni yang berkaitan dengan Pilkada, kampanye, dan kampanye di masa pandemi Covid-19. Pengumpulan bahan hukum dilakukan dengan dokumentasi atau studi kepustakaan. Bahan hukum yang sudah terkumpul kemudian dirangkum, disunting (*editing*), dan diklasifikasi berdasarkan jenis bahan hukum. Terakhir, bahan-bahan hukum tersebut dianalisis dengan menggunakan analisis deskriptif-kualitatif yang bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai konstruksi hukum ketentuan kampanye Pilkada Serentak 2020, sekaligus menemukan model pelaksanaan kampanye Pilkada yang akan dilaksanakan secara serentak pada tahun 2024 yang juga masih dalam kondisi pandemi.

## PEMBAHASAN

### 1. Konstruksi Hukum Ketentuan Kampanye Pilkada Serentak 2020 pada masa Pandemi Covid-19

Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia (selanjutnya ditulis UUD 1945) merupakan konstitusi atau hukum dasar negara<sup>20</sup> yang dijadikan landasan pelaksanaan Pilkada. Pasal 18 ayat (4) UUD 1945 menyebutkan “*Gubernur, Bupati, dan Walikota masing-masing sebagai kepala pemerintah daerah provinsi, kabupaten dan kota dipilih secara demokratis*”. Dipilih secara demokratis diinterpretasikan saat ini dengan melakukan pemilihan langsung oleh rakyat melalui Pilkada. Mengingat pemilihan yang semula dilakukan legislatif di daerah, kini atas perintah UUD 1945 kewenangannya diserahkan pada rakyat. Hasil amandemen kedua UUD 1945 tersebut di awal-awal kemudian diikuti dengan menghapus kewenangan DPRD untuk memilih kepala daerah dan perubahan terhadap undang-undang pemerintahan daerah.<sup>21</sup> Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004

---

<sup>19</sup>Khadijah Nur Azizah, “WHO Peringatkan Virus Corona Mungkin ‘Tak Akan Pernah Hilang,’” *detikhealth*, 14 Mei 2020, <https://health.detik.com/berita-detikhealth/d-5014033/who-peringatkan-virus-corona-mungkin-tak-akan-pernah-hilang>.

<sup>20</sup> M. Agus Santoso, “Perkembangan Konstitusi di Indonesia,” *Yustitia*, Volume 2, Nomor 3, Desember 2013, hlm. 120–21, <https://core.ac.uk/download/pdf/193298831.pdf>.

<sup>21</sup> Muhammad Irham, “Makna Pemilihan Kepala Daerah (PILKADA) menurut Pasal 18 ayat (4) UUD 1945,” *EKOTRANS*, Volume 13, Nomor 1, Januari 2013.

tentang Pemerintahan Daerah (UU No. 32 Tahun 2004) misalnya di dalam Pasal 24 ayat (5) menyebutkan bahwa, “Kepala daerah dan wakil kepala daerah sebagaimana dimaksud pada ayat (2) dan ayat (3) dipilih dalam satu pasangan secara langsung oleh rakyat di daerah yang bersangkutan”.

Meski telah mengalami dinamika dengan dipilih melalui DPRD dan langsung oleh rakyat, Pilkada setelah dikeluarkannya Perppu No. 1 Tahun 2015 selain dilakukan langsung juga dilaksanakan serentak. Alasan pelaksanaan dilakukan secara serentak salah satunya dimaksudkan untuk menyelesaikan terbatasnya pendanaan,<sup>22</sup> masyarakat menjadi lebih hemat waktu dan biaya, pencegahan *money politics* dan lain sebagainya.<sup>23</sup> Pilkada Serentak se-Indonesia akan dilaksanakan pada tahun 2024 sesuai dengan perintah undang-undang.<sup>24</sup> Dengan demikian perubahan jadwal Pilkada 2020, tidak membuat pelaksanaan Pilkada Serentak se-Indonesia yang dijadwalkan tahun 2024 terganggu.

Di luar dari pada itu, Pilkada dengan dipilih oleh rakyat membutuhkan persuasi langsung yang kemudian bertalian dengan urgensi kampanye bagi Paslon dan Tim Kampanye. Kampanye menjadi momen yang paling tepat sekaligus legal tentunya untuk, yang menurut Rogers dan Storey (1987) melakukan komunikasi yang telah terkonsep dengan tujuan menciptakan akibat.<sup>25</sup> Akibat yang dimaksud dalam konteks Pilkada ialah terpengaruhnya masyarakat dan kemudian mengikuti instruksi komunikator. Suksesnya kampanye diharapkan dapat mengantarkan Paslon ke dalam rumah dinas gubernur/bupati/walikota.

Menurut Gun Gun Heryanto, kampanye memiliki tujuan untuk menciptakan perubahan pengetahuan kognitif yang kemudian memunculkan kesadaran, keyakinan yang lantas berubah, atau bertambahnya pengetahuan publik terhadap isu yang dikampanyekan. Menurutnya, kampanye juga dimaksudkan untuk mengubah sikap yang melahirkan simpatik, kepedulian, rasa suka, dan keberpihakan. Selain itu kampanye pada tahap akhir ditujukan untuk dilanjutkan dengan adanya tindakan tertentu oleh sasaran komunikasi kampanye. Bila dihubungkan pada konsteks politik, sekali lagi, maka tujuan terakhirnya adalah memilihnya masyarakat yang memiliki hak pilih terhadap Paslon yang melakukan kampanye.<sup>26</sup> Untuk memenangkan pemilihan Paslon maupun Tim Kampanye harus dapat memutuskan berapa banyak suara yang dibutuhkan untuk menang. Melalui kampanye Paslon dan Tim kampanye harus mampu membujuk pemilih untuk memberikan suaranya. Menargetkan pemilih merupakan salah satu upaya dalam berkampanye.<sup>27</sup> Kampanye menjadi salah satu tahapan yang paling menentukan dalam memperoleh kemenangan.

Kampanye atau *campaign* menurut Pasal 1 angka 21 UU No. 10 Tahun 2016 adalah kegiatan meyakinkan Pemilih untuk menawarkan visi, misi, dan program calon. Sementara dalam komunikasi

---

<sup>22</sup>Sayyidatul Insiyah, Xavier Nugraha, dan Shevierra Danmadiyah, “Pemilihan Kepala Daerah Oleh Dewan Perwakilan Rakyat Daerah: Sebuah Komparasi dengan pemilihan Secara Lampung oleh Rakyat”, *Supremasi Hukum: Jurnal Penelitian Hukum*, Volume 28, Nomor 2, Agustus 2019, hlm. 163-186

<sup>23</sup>Ria Casmi Arrsa, “Pemilu Serentak dan Masa Depan Konsolidasi Demokrasi”, *Jurnal Konstitusi* Volume 11, Nomor 2, September 2014, hlm. 523–24.

<sup>24</sup>Sekretariat Kabinet Republik Indonesia, “Mendagri Tegaskan Pelaksanaan Pilkada Serentak 2024 Konsisten dengan Undang-Undang”, 16 September 2020, <https://setkab.go.id/mendagri-tegaskan-pelaksanaan-pilkada-serentak-2024-konsisten-dengan-undang-undang/#:~:text=Dalam%20Undang%20Undang%20Nomor%2010,dilaksanakan%20pada%20bulan%20November%202024.>

<sup>25</sup>Siti Fatimah, “Kampanye sebagai Komuniasi Politik: Esensi dan Strategi dalam Pemilu,” *Resolusi*, Volume 1, Nomor 1, Juni 2018, hlm. 8.

<sup>26</sup>Gun Gun Heryanto, *Media Komunikasi Politik: Relasi Kuasa Media di Panggung Politik*, Yogyakarta: IRCisod, 2018, hlm. 92.

<sup>27</sup>National Democratic Institute for International Affairs, *Political Campaign Planning Manual: A Step By Step Guide to Winning Election* (Washington DC: National Democratic Institute for International Affairs, 2009).

politik, kegiatan kampanye merupakan aktivitas komunikasi yang dimaksudkan untuk memobilisasi dukungan.<sup>28</sup> Agar dapat disebut kampanye terdapat variabel lain seperti telah ditetapkannya paslon, dan telah masuk waktu kampanye. Dalam pemahaman yang sederhana kampanye dimulai sejak ada calon dan jadwal pemilihan/jadwal dimulai dan berakhirnya masa kampanye.<sup>29</sup> Mereka yang memasang baliho, banner ataupun iklan di media sosial sebelum ditetapkan sebagai calon tidak dapat dikategorikan sebagai kampanye yang dimaksud dalam UU No. 10 Tahun 2016 dan PKPU No. 11 Tahun 2020 *juncto* PKPU No. 4 Tahun 2016. Selain terdapat di UU No.10 Tahun 2016, dasar hukum pelaksanaan kampanye diatur dalam beberapa PKPU, seperti PKPU No. 11 Tahun 2020 perubahan atas PKPU No. 4 Tahun 2017 dan PKPU No. 13 Tahun 2020 tentang perubahan kedua atas PKPU No.6 Tahun 2020.

Metode kampanye yang didesain pada kondisi normal antara lain sebagaimana yang dimaksud Pasal 65 UU No.10 Tahun 2016, yaitu: *a. pertemuan terbatas; b. pertemuan tatap muka dan dialog; c. debat publik/debat terbuka antar pasangan calon; c. penyebaran bahan Kampanye kepada umum; d..pemasangan alat peraga; e. iklan media massa cetak dan media massa elektronik; dan/atau f. kegiatan lain yang tidak melanggar larangan Kampanye dan ketentuan peraturan Perundang-undangan.* Adapun kegiatan lain seperti yang dimaksud Pasal 65 huruf g yang dapat ditemukan dalam PKPU No. 4 Tahun 2017 meliputi: *a. rapat umum, dengan jumlah terbatas; b. kegiatan kebudayaan (pentas seni, panen raya, konser musik); c. kegiatan olahraga (gerak jalan santai, sepeda santai); d. perlombaan; e. kegiatan sosial (bazar, donor darah, hari ulang tahun); dan/atau f. Kampanye melalui media sosial.*

Dari banyaknya metode kampanye baik yang diatur di dalam UU No.10 Tahun 2016, maupun yang diatur di dalam PKPU No. 4 Tahun 2017, hanya terdapat tiga format kampanye yang tidak perlu adanya kontak langsung antara Paslon/Tim Kampanye dengan peserta kampanye atau masyarakat, yaitu pemasangan alat peraga kampanye, iklan media massa cetak dan media massa elektronik, dan kampanye melalui media sosial. Selebihnya merupakan metode kampanye yang sengaja didesain untuk terjadinya kontak antara Paslon/Tim Kampanye dengan peserta kampanye.

Sementara dalam kondisi Covid-19, kontak antara orang yang satu dengan yang lain dibatasi oleh pemerintah. Misalnya dalam buku “Pedoman Pencegahan dan Pengendalian *Coronavirus Disease* (Covid-19)” yang diterbitkan oleh Kementerian Kesehatan RI diketahui bahwa Penularan Covid-19 berdasarkan *droplet infection* bisa terjadi antara individu dengan individu yang berinteraksi secara sosial.<sup>30</sup> Lalu bukan berarti interaksi dihentikan total, interaksi sosial tetap dapat dilakukan oleh masyarakat dengan menerapkan prokes yang ketat supaya interaksi yang terjadi tidak berakibat terjadinya penularan Covid 19. Prokes tersebut meliputi:<sup>31</sup> a. mencuci tangan dengan sabun atau menggunakan antiseptik berbasis alkohol (*handsanitizer*); b. menggunakan masker yang menutupi hidung dan mulut; c..menjaga jarak satu meter; d. membatasi diri terhadap infeksi/kontak dengan orang lain yang tidak diketahui status kesehatannya; e. segera mandi setelah sampai rumah pasca bepergian; f..meningkatkan daya tahan tubuh dengan konsumsi makanan yang sehat;

Dengan demikian pekerjaan rumah bagi KPU dalam menyusun regulasi mengenai kampanye harus memperhatikan kontak sosial. Kerumunan yang sengaja didesain pada UU No.10 Tahun 2016

<sup>28</sup>Hafied Cangara, *Komunikasi Politik: Konsep, Teori dan Strategi*, Jakarta: Rajawali Pers, 2009, hlm. 239.

<sup>29</sup>Henry E. Brady, “The Study of Political Campaigns,” dalam *Capturing Campaign Effects*, University of Michigan Press, 2006, 2, <https://doi.org/10.3998/mpub.132252>.

<sup>30</sup>Listiana Aziza, Adistikah Aqmarina, dan Maulidiah Ihsan, ed., *Pedoman Pencegahan dan Pengendalian Coronavirus Disease (Covid-19)* (Jakarta: Kementerian Kesehatan RI, 2020), 110, [https://covid19.go.id/storage/app/media/Protokol/REV-05\\_Pedoman\\_P2\\_COVID-19\\_13\\_Juli\\_2020.pdf](https://covid19.go.id/storage/app/media/Protokol/REV-05_Pedoman_P2_COVID-19_13_Juli_2020.pdf).

<sup>31</sup>Listiana Aziza, Adistikah Aqmarina, dan Maulidiah Ihsan, 110.

harus ditinjau ulang dengan mengurangi kemungkinan efektivitas kampanye bagi calon. Dalam Pasal 58 PKPU No.13 Tahun 2020 yang merespon kampanye di situasi Pandemi, calon dan tim kampanye dihimbau untuk mengutamakan kampanye pertemuan terbatas, tatap muka, dan dialog dilakukan melalui media sosial atau daring. Namun tetap bisa melakukan metode kampanye tersebut secara luring, hanya saja beberapa hal yang berkaitan dengan prokes harus dilaksanakan yaitu: a. dilaksanakan dalam ruangan/gedung; b. membatasi hanya 50 peserta dengan jarak antar tempat duduk satu meter; c. menggunakan alat pelindung diri paling kurang masker; dan d. menyediakan sarana cuci tangan atau *handsanitizer*.

## 2. Desain Kampanye pada Masa Pandemi Covid1-19

Desain berarti kerangka bentuk; rancangan.<sup>32</sup> Bila digabungkan dengan istilah kampanye maka merujuk pada bentuk atau rancangan kampanye. Dalam hal ini rancangan kampanye yang dipraktikkan pada masa pandemi Covid-19. Terdapat perbedaan yang sangat mendasar antara desain kampanye pada masa-masa normal, dengan rancangan kampanye pada masa pandemi covid-19. Perbedaannya adalah terletak pada syarat-syarat yang membatasi. Kampanye yang dilaksanakan pada situasi pandemi dimaksudkan supaya tidak menjadi kluster baru penyebaran Covid-19. Desain kampanye diatur di dalam regulasi yang berkaitan dengan Pilkada baik melalui undang-undang maupun PKPU.

Tampak bahwa ketentuan pelaksanaan kampanye di masa Pandemi Covid-19 didasarkan pada prokes yang amat ketat yang telah ditetapkan melalui PKPU. Implikasinya, pemberlakuan ketentuan itu telah mengampusti beberapa hak-hak paslon yang kemudian menempatkan paslon pada posisi yang tidak menguntungkan<sup>33</sup>. Paslon tidak dapat “menyentuh” sebanyak-banyaknya calon pemilih di daerah dengan menggunakan metode kampanye pertemuan terbatas, tatap muka, maupun metode dialog seperti saat kondisi normal.

Pertemuan antara Paslon dan Pemilih melalui metode kampanye pertemuan terbatas, tatap muka dan dialog masih lebih efektif dibandingkan dengan metode yang lain seperti melalui media massa cetak dan massa elektronik karena mampu menciptakan komunikasi interpersonal atau “komunikasi antar pribadi” dimana antara paslon dan pemilih dapat saling mengirim pesan dan umpan balik secara langsung<sup>34</sup>. Komunikasi yang terjadi secara langsung lebih efektif karena dapat mengubah sikap dan perilaku<sup>35</sup> yang dalam konteks kampanye ialah perubahan sikap dan perilaku Pemilih pada hari pemungutan suara. Metode kampanye yang menggunakan media menurut Hafied Cangara (2019) agar menjadi pilihan yang efektif harus memenuhi 3 (tiga) kriteria yaitu<sup>36</sup> a).memperhatikan sumber daya komunikasi yang tersedia di suatu daerah, b) Pemilikan media di kalangan masyarakat sasaran; dan c) terjangkau tidaknya pesan yang disampaikan. Bila mengacu pada tiga kriteria di atas, pertemuan antara Paslon/Tim Kampanye melalui pertemuan terbatas, pertemuan tatap muka, dan dialog dengan Pemilih masih menempati posisi teratas. Penyebabnya ada banyak faktor, iklan di media massa seperti koran

---

<sup>32</sup> Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, “Kamus Besar Bahasa Indonesia Daring (KBBI Daring),” KBBI Daring, 2016, <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/desain>.

<sup>33</sup>Ahmad Syarifudin, “Efektivitas Kampanye dan Pencegahan Covid-19,” IAIN Metro, 5 Oktober 2020, [https://metrouniv.ac.id/?page=artikel\\_detail&&cur=eeb64d0ae7796aa86ce7d72b38362d66#.X8NOTqozZQI](https://metrouniv.ac.id/?page=artikel_detail&&cur=eeb64d0ae7796aa86ce7d72b38362d66#.X8NOTqozZQI).

<sup>34</sup>Andini Nur Bahri, “Peran Komunikasi antar Pribadi pada Lingkungan Kerja dalam Perspektif Islam,” *JISA: Jurnal Ilmiah Sosiologi Agama*, Volume 1, Nomor 1, Juni 2018, hlm. 129–30.

<sup>35</sup> Eduard Depari dan Collin Mac Andrews, *Peranan Komunikasi Massa dalam Pembangunan*, Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 1978, hlm. 15.

<sup>36</sup> Cangara, *Komunikasi Politik: Konsep, Teori dan Strategi*, hlm. 331–32.



misalnya tidak semua orang membaca dan berlangganan koran, lagi pula untuk menjadi member maka masyarakat membutuhkan biaya yang tidak sedikit. Belum lagi ditambah dengan faktor minat baca masyarakat yang tergolong rendah. Demikian juga dengan televisi lokal, minat masyarakat terhadap televisi lokal menipis, bahkan di kalangan generasi muda media sosial seperti [www.youtube.com](http://www.youtube.com) lebih digemari. Pada waktu tertentu justru mereka yang terbiasa menonton televisi berpindah ke [www.youtube.com](http://www.youtube.com) meski menonton acara yang tayang di televisi. Jumlah pengguna media sosial pun semakin hari semakin bertambah. Masyarakat Indonesia dengan populasi sebanyak 272,1 juta jiwa, yang menggunakan internet mencapai 175,4 juta. Sementara yang mengakses media sosial mencapai 160 juta jiwa. Dengan demikian pengguna media sosial di Indonesia sangat banyak dibandingkan dengan jumlah masyarakat yang menonton televisi, serta dapat dibandingkan dari lamanya mengakses media sosial.<sup>37</sup>

Oleh karena itu hal-hal yang perlu diperhatikan dalam merumuskan metode kampanye di masa Pandemi Covid-19 ialah sebagai berikut:

a. Kesehatan dan Keselamatan Masyarakat

PKPU yang merupakan bagian dari hukum, harus memiliki semangat kemanusiaan sebagaimana yang disuarakan oleh pakar hukum Indonesia Prof. Satjipto Rahardjo dalam ungkapan yang populer “Hukum untuk manusia, dan bukan manusia untuk hukum”, lebih jauh juga untuk semua makhluk hidup<sup>38</sup>. Oleh sebab itu menetapkan prokes masih menjadi keperluan yang utama dalam upaya menjamin kesehatan dan keselamatan masyarakat dan bukan merupakan sesuatu yang dapat ditawar. Dengan demikian regulasi mengenai kampanye harus senantiasa menempatkan posisi keselamatan terhadap manusia Indonesia menjadi yang utama. Paslon dan Tim Kampanye yang telah divaksin juga dapat menjadi salah satu pertimbangan untuk penyelenggaraan kampanye. Paslon dan Tim yang telah divaksin dapat mencegah mereka dari terinfeksi virus Covid-19.

b. Interaksi Paslon dan Pemilih

Seperti yang diungkapkan sebelumnya bahwa interaksi paslon dengan pemilih pada masa kampanye memiliki peran yang sangat penting dibandingkan metode-metode kampanye yang lain. Selain karena akan terjalinnya komunikasi yang baik antara Paslon dan Pemilih dan relevansinya terhadap “keterpengaruh” pemilih, bertatap muka secara langsung juga dinilai memiliki efektivitas yang lebih dibandingkan dengan metode-metode dengan menggunakan media lain. Sebagai komparasi misalnya, menggunakan metode tatap muka atau melalui media sosial untuk saat ini masih merupakan sesuatu yang mahal. Selain harus memiliki perangkat elektronik seperti ponsel pintar, hambatan lainnya ada pada kuota internet yang juga tidak murah. Keberadaan infrastruktur internet juga harus menjadi perhatian karena seperti yang telah dijelaskan sebelumnya tidak semua daerah terjangkau oleh jaringan internet. Jangan sampai hal ini justru merampas hak konstitusional warga untuk mengenali calon pemimpinnya melalui pemaparan visi dan misi, juga dikhawatirkan akan mengambil hak konstitusional paslon karena mereka tidak dapat menjangkau sebanyak-banyaknya calon pemilih. Dengan demikian pelaksanaan kampanye tatap muka tetap perlu untuk dipertahankan dengan berbagai argumentasi yang telah dijelaskan di atas.

c. Mempertimbangkan Jumlah Peserta dan Tempat Pelaksanaan Kampanye

Pembatasan 50 (lima puluh) orang dalam kegiatan kampanye pertemuan terbatas, tatap muka, dan dialog tidak rasional. Alasannya, hanya Paslon yang memperoleh suara terbanyaklah yang akan

<sup>37</sup> HootSuite, “Hootsuite (We Are Social): Indonesian Digital Report 2020” (Hootsuite, 2020).

<sup>38</sup> Marilang, “Menimbang Paradigma Keadilan Hukum Progresif,” *Jurnal Konstitusi*, Volume 14, Nomor 2, Juni 2017, hlm. 316.

dilantik sebagai calon Bupati dan Wakil Bupati maupun Walikota dan Wakil Walikota<sup>39</sup> maupun sebagai Gubernur dan Wakil Gubernur<sup>40</sup>. Apabila dalam sehari Paslon dapat menghadiri kampanye tatap muka sebanyak 2 (dua) kali dengan jumlah masing-masing pertemuan 50 orang tanpa istirahat, maka dalam masa kampanye 72 hari Paslon hanya dapat bertemu dengan 7.200 orang. Dalam konteks Kota Metro—sebagai salah satu contoh daerah yang memiliki Daftar Pemilih Tetap (DPT) kecil—dengan jumlah Pemilih 115.844 Pemilih, maka dengan metode tatap muka dengan kapasitas 50 orang Paslon baru menemui 0,6% dari jumlah Pemilih.

Selain itu pembatasan pelaksanaan kampanye yang hanya dilakukan di dalam ruangan tertutup tidak relevan dengan berbagai kondisi di Indonesia yang berada di pedesaan. Banyak fakta terjadi tidak ada desa yang memiliki ruang pertemuan dengan kapasitas 50 (lima puluh) orang yang didesain berjarak 1 (satu) meter. Sementara walaupun terkadang tersedia yakni aula pertemuan desa, maka tempat tersebut tidak dapat digunakan karena merupakan gedung milik pemerintah yang mendapat larangan sebagai tempat pelaksanaan kampanye. Pelaksanaan kampanye di ruang terbuka justru lebih memungkinkan, atau dapat dikatakan pembatasan tempat kampanye yang hanya pada ruangan tidak cukup efektif. Penerapan terhadap protokol kesehatan masih dapat dilakukan sepanjang antara Paslon dan Tim Kampanye bersedia untuk bekerja lebih keras. Hal itu karena di lapangan, banyak masyarakat yang berbondong-bondong untuk melihat maupun berpartisipasi secara langsung dalam kegiatan kampanye sehingga kemungkinan untuk terjadinya penambahan peserta kampanye yang melebihi kapasitas terbuka cukup lebar.

#### d. Menghapus Batasan Pemasangan Iklan Media Massa Cetak, Elektronik, dan Media Sosial

Salah satu yang dapat dijadikan kompensasi atas minimnya frekuensi interaksi antara Paslon dan Pemilih ialah menghapus batasan pemasangan iklan media massa cetak, elektronik, dan media sosial. Dalam PKPU No. 13 Tahun 2020 penayangan Iklan Kampanye di media massa cetak, media massa elektronik, Media Sosial, dan/atau Media Daring<sup>41</sup> dilakukan 14 (empat belas) hari sebelum dimulainya masa tenang. Padahal jika ketentuan tersebut dihapuskan, Paslon dapat lebih optimal menjangkau Pemilih. Dengan adanya iklan di media massa cetak dan elektronik, Pemilih yang berada jauh dengan Paslon dan tidak memperoleh kesempatan untuk menghadiri kampanye pertemuan terbatas, tatap muka, dan dialog berkesempatan untuk mendengarkan visi-misi Paslon. Sama halnya dengan generasi milenial yang tidak akrab lagi dengan koran maupun televisi tetap dapat dijangkau dengan iklan kampanye media sosial meski tidak mengikuti (*follow*) media sosial Paslon. Bila berkaca pada tahun 2014, media sosial telah disadari kekuatannya oleh partai politik dan telah banyak digunakan. Beberapa media sosial yang banyak digunakan antara lain facebook, twitter, dan youtube. Melalui media sosial tersebut partai politik melalui para calon anggota dewan.<sup>42</sup> Hanya saja kekurangannya jika penggunaan media sosial tanpa pemasangan iklan, maka yang dapat dijangkau melalui media sosial adalah pemilih yang telah “berteman” untuk media sosial facebook, sudah “mengikuti” pada akun media twitter, dan sudah “berlangganan” pada media sosial youtube. Media sosial telah menjadi media yang efektif dalam melakukan kampanye politik, dapat menjangkau calon pemilih dan pendukung, dan merupakan media yang dipakai oleh partai politik untuk mengenalkan partai mereka.<sup>43</sup>

---

<sup>39</sup>Lihat Pasal 107 UU Pilkada

<sup>40</sup>Lihat Pasal 109 UU Pilkada

<sup>41</sup>Lihat Pasal 57 huruf f jo. Pasal 62 PKPU 13 Tahun 2020

<sup>42</sup> Berliani Ardha, “Social Media Sebagai Media Kampanye Partai Politik 2014 Di Indonesia,” *Jurnal Visi Komunikasi* 13, no. 1 (5 Agustus 2017): 105–20, <https://doi.org/10.22441/jvk.v13i1.383>.

<sup>43</sup> Leon Andretti Abdillah, “Social Media As Political Party Campaign In Indonesia,” *Jurnal Ilmiah MATRIK* 16, no. 1 (April 2014).

## PENUTUP

Metode kampanye Pilkada Serentak 2020 di masa pandemi Covid-19 didasarkan pada Pasal 65 UU No. 10 Tahun 2016 dan diatur lebih lanjut pelaksanaannya dalam PKPU No. 11 Tahun 2020 dan PKPU No. 13 Tahun 2020. Baik PKPU No. 11 Tahun 2020 maupun PKPU No. 13 Tahun 2020 mengatur supaya pelaksanaan kampanye tidak menyebabkan kerumunan dan membatasi interaksi sosial serta tetap melakukan protokol kesehatan, dan mengadopsi buku Pedoman Pencegahan dan Pengendalian Coronavirus Disease (Covid-19)” dari Kementerian Kesehatan.

Desain metode kampanye pertemuan terbatas, tatap muka, dan dialog di masa pandemi Covid-19 harus tetap mengutamakan kesehatan dan keselamatan masyarakat melalui penerapan protokol kesehatan. Bersama dengan itu juga tetap memberikan peluang bagi Paslon dan Pemilih untuk tetap berinteraksi secara langsung, menambah jumlah peserta dalam kegiatan pertemuan terbatas, tatap muka, dan dialog, serta menghapus ketentuan iklan kampanye media massa cetak, elektronik, dan media sosial sebagai kompensasi atas terbatasnya akses Paslon menemui Pemilih dan di sisi lain membuka peluang bagi terjangkanya Pemilih di semua level dan segmen.

Atas kedua simpulan di atas, maka tentunya dapat disarakan untuk penyusunan PKPU tentang Kampanye pada Pilkada Serentak mendatang sangat perlu untuk mempertimbangkan kebaikan semua pihak seperti rakyat dan calon sehingga peraturan yang diundandangkan tidak merugikan hak konstitusional pemilih untuk mengenali Paslon melalui pemaparan visi-misi, dan juga hak konstitusional Paslon untuk menjangkau sebanyak-banyaknya calon pemilih.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Cangara, Hafied. *Komunikasi Politik: Konsep, Teori dan Strategi*. Jakarta: Rajawali Pers, 2009.
- Eduard Depari, dan Collin Mac Andrews. *Peranan Komunikasi Massa dalam Pembangunan*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 1978.
- Gun Gun Heryanto. *Media Komunikasi Politik: Relasi Kuasa Media di Panggung Politik*. Yogyakarta: IRCisod, 2018.
- Henry E. Brady. “The Study of Political Campaigns.” Dalam *Capturing Campaign Effects*. University of Michigan Press, 2006. <https://doi.org/10.3998/mpub.132252>.
- HootSuite. “Hootsuite (We Are Social): Indonesian Digital Report 2020” (Hootsuite, 2020).
- Listiana Aziza, Adistikah Aqmarina, dan Maulidiah Ihsan, ed. *Pedoman Pencegahan dan Pengendalian Coronavirus Disease (Covid-19)*. Jakarta: Kementerian Kesehatan RI, 2020. [https://covid19.go.id/storage/app/media/Protokol/REV-05\\_Pedoman\\_P2\\_COVID-19\\_13\\_Juli\\_2020.pdf](https://covid19.go.id/storage/app/media/Protokol/REV-05_Pedoman_P2_COVID-19_13_Juli_2020.pdf).
- National Democratic Institute for International Affairs. *Political Campaign Planning Manual: A Step By Step Guide to Winning Election*. Washington DC: National Democratic Institute for International Affairs, 2009.
- Peter Mahmud Marzuki. *Penelitian Hukum*. Jakarta: Kencana, 2005.

## Jurnal

- Andini Nur Bahri. "Peran Komunikasi antar Pribadi pada Lingkungan Kerja dalam Perspektif Islam." *JISA: Jurnal Ilmiah Sosiologi Agama* 1, no. 1 (Juni 2018).
- Burhanuddin Muhtadi. "Politik Uang dan New Normal dalam Pemilu Paska Orde Baru." *Jurnal Antikorupsi INTEGRITAS* 5, no. 1 (27 Juni 2019): 55–74.
- Berliani Ardha. "Social Media Sebagai Media Kampanye Partai Politik 2014 Di Indonesia." *Jurnal Visi Komunikasi* 13, no. 1 (5 Agustus 2017): 105–20. <https://doi.org/10.22441/jvk.v13i1.383>.
- Gotfirdus Goris Seran. "Konstitusionalitas dan Desain Pemilukada Langsung Serentak Nasional." *Jurnal Konstitusi* 16, no. 3 (September 2019).
- Henri Subiakto, dan Rachmah Ida. "Penggunaan Internet dan Budaya Populer dalam Kampanye Politik di Indonesia." *Jurnal Masyarakat Telematika dan Informasi* 7, no. 2 (Desember 2016): 145–56.
- Leon Andretti Abdillah. "Social Media As Political Party Campaign In Indonesia." *Jurnal Ilmiah MATRIK* 16, no. 1 (April 2014).
- M. Agus Santoso. "Perkembangan Konstitusi di Indonesia." *Yustitia* 2, no. 3 (Desember 2013). <https://core.ac.uk/download/pdf/193298831.pdf>.
- Marilang. "Menimbang Paradigma Keadilan Hukum Progresif." *Jurnal Konstitusi* 14, no. 2 (Juni 2017).
- Muhammad Irham. "Makna Pemilihan Kepala Daerah (PILKADA) menurut Pasal 18 ayat (4) UUD 1945." *EKOTRANS* 13, no. 1 (Januari 2013).
- Ria Casmi Arrsa. "Pemilu Serentak dan Masa Depan Konsolidasi Demokrasi". *Jurnal Konstitusi* Volume 11, Nomor 2, September 2014, hlm. 523–24.
- Robi Cahyadi Kurniawan, dan Dedy Hermawan. "Strategi Sosial Pencegahan Politik Uang di Indonesia." *Jurnal Antikorupsi INTEGRITAS* 5, no. 1 (28 Juni 2019). <https://jurnal.kpk.go.id/index.php/integritas/article/view/338>.
- Siti Chaerani Dewanti. "Kebijakan Kampanye Secara Daring pada Pilkada Serentak 2020." *Pusat Penelitian Badan Keahlian DPR RI XII*, no. 19 (Oktober 2020).
- Siti Fatimah. "Kampanye sebagai Komuniasi Politik: Esensi dan Strategi dalam Pemilu." *Resolusi* 1, no. 1 (Juni 2018).
- Sri Husnulwati. "Tinjauan Hukum terkait Kampanye Pilkada Ditengah Pandemi Covid-19." *Solusi* 19, no. 1 (Januari 2021).

## Peraturan Perundang-Undangan

- Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945
- Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2004, Nomor 125, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4437).
- Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 244, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5587).
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2016 Tentang Perubahan Kedua Atas Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2015 Tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2014 Tentang Pemilihan Gubernur, Bupati, Dan Walikota Menjadi

Undang-Undang (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2016 Nomor 130, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5898)

Peraturan Komisi Pemilihan Umum Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2020 Tentang Pelaksanaan Pemilihan Gubernur Dan Wakil Gubernur, Bupati Dan Wakil Bupati, Dan/Atau Wali Kota Dan Wakil Wali Kota Serentak Lanjutan Dalam Kondisi Bencana Nonalam Corona Virus Disease 2019 (Covid-19)

Peraturan Komisi Pemilihan Umum Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2020 Tentang Perubahan Atas Peraturan Komisi Pemilihan Umum Nomor 6 Tahun 2020 Tentang Pelaksanaan Pemilihan Gubernur Dan Wakil Gubernur, Bupati Dan Wakil Bupati, Dan/Atau Wali Kota Dan Wakil Wali Kota Serentak Lanjutan Dalam Kondisi Bencana Nonalam Corona Virus Disease 2019 (Covid-19)

Peraturan Komisi Pemilihan Umum Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2020 Tentang Perubahan Atas Peraturan Komisi Pemilihan Umum Nomor 4 Tahun 2017 Tentang Kampanye Pemilihan Gubernur Dan Wakil Gubernur, Bupati Dan Wakil Bupati, Dan/Atau Walikota Dan Wakil Walikota

Peraturan Komisi Pemilihan Umum Republik Indonesia Nomor 13 Tahun 2020 Tentang Perubahan Kedua Atas Peraturan Komisi Pemilihan Umum Nomor 6 Tahun 2020 Tentang Pelaksanaan Pemilihan Gubernur Dan Wakil Gubernur, Bupati Dan Wakil Bupati, Dan/Atau Wali Kota Dan Wakil Wali Kota Serentak Lanjutan Dalam Kondisi Bencana Nonalam Corona Virus Disease 2019 (Covid-19)

## Internet

Ahmad Syarifudin. "Efektivitas Kampanye dan Pencegahan Covid-19." IAIN Metro, 5 Oktober 2020. [https://metrouniv.ac.id/?page=artikel\\_detail&&cur=e6b64d0ae7796aa86ce7d72b38362d66#.X8NOTqozZQL](https://metrouniv.ac.id/?page=artikel_detail&&cur=e6b64d0ae7796aa86ce7d72b38362d66#.X8NOTqozZQL).

CNN Indonesia. "Wacana Pilkada Batal Serentak dengan Pileg dan Pilpres 2024." CNN Indonesia, 24 Juni 2020. <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20200624070201-32-516733/wacana-pilkada-batal-serentak-dengan-pileg-dan-pilpres-2024>.

Dewan Perwakilan Rakyat. "Komisi II Setujui Penundaan Pilkada Jadi 9 Desember 2020." Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia, 14 April 2020. <http://www.dpr.go.id/berita/detail/id/28418/t/Komisi+II+Setujui+Penundaan+Pilkada+Jadi+9+Desember+2020>.

Diyah Ayu Wardani. "Waspada! Kampanye Pilkada 2020 dengan Konser Musik Bisa Tingkatkan Penularan COVID-19," 15 September 2020. <https://voi.id/en/berita/13994/waspada-kampanye-pilkada-2020-dengan-konser-musik-berpotensi-tingkatkan-penularan-covid-19>.

Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia. "Belum Tersentuh Meski Tak Terpencil." Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia, 20 Juli 2018. [https://kominfo.go.id/content/detail/13518/belum-tersentuh-meski-tak-terpencil/0/sorotan\\_media](https://kominfo.go.id/content/detail/13518/belum-tersentuh-meski-tak-terpencil/0/sorotan_media).

Khadijah Nur Azizah. "WHO Peringatkan Virus Corona Mungkin 'Tak Akan Pernah Hilang.'" detikhealth, 14 Mei 2020. <https://health.detik.com/berita-detikhealth/d-5014033/who-peringatkan-virus-corona-mungkin-tak-akan-pernah-hilang>.

Leo Dwi Jatmiko. "Ini Penyebab Internet di Indonesia Lambat." Bisnis.com, 3 Juni 2019. <https://teknologi.bisnis.com/read/20190603/84/930266/ini-penyebab-internet-di-indonesia-lambat>.

Media Indonesia. "Kampanye Daring Masih Minim." Media Indonesia, 31 Oktober 2020. <https://mediaindonesia.com/read/detail/357033-kampanye-daring-masih-minim>.

- Moh Khorri Alfarizi. “Survei Kepemilikan Smartphone, Indonesia Peringkat ke-24.” Tempo.co, 4 Maret 2019. <https://tekno.tempo.co/read/1181645/survei-kepemilikan-smartphone-indonesia-peringkat-ke-24/full&view=ok>.
- Sekretariat Kabinet Republik Indonesia, “Mendagri Tegaskan Pelaksanaan Pilkada Serentak 2024 Konsisten dengan Undang-Undang”, 16 September 2020, <https://setkab.go.id/mendagri-tegaskan-pelaksanaan-pilkada-serentak-2024-konsisten-dengan-undang-undang/#:~:text=Dalam%20Undang%20Undang%20Nomor%2010,dilaksanakan%20pada%20bulan%20November%202024>
- Windi Wicaksono. “Special Content: Bahaya yang Mengintai di Balik Gelaran Pilkada Serentak 2020,” 25 September 2020. <https://www.liputan6.com/news/read/4365551/special-content-bahaya-yang-mengintai-di-balik-gelaran-pilkada-serentak-2020>