

ANALISIS HUKUM PKPU NOMOR 23 TAHUN 2018 TENTANG KAMPANYE PEMILIHAN UMUM DITINJAU DARI ASPEK POLITIK HUKUM

Muhammad Ikhwan Rahman
Fakultas Hukum Prodi Hukum Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar
E-mail: muhammadikhwanrahman@unismuh.ac.id

Tulisan Diterima: 10 Maret 2023 ; Direvisi: 1 Juli 2023 ; Disetujui 15 Juli 2023
Diterbitkan: 25 Juli 2023

ABSTRAK

Dalam Negara yang menganut sistem demokrasi, kampanye politik menjadi sangat penting dalam memperkenalkan kandidat kepada masyarakat. Kampanye politik dipahami sebagai upaya terorganisir yang berusaha mempengaruhi proses pengambilan keputusan dalam kelompok tertentu. Dengan tujuan untuk memenangkan pemilu tertentu, maka setiap calon perlu mempertimbangkan strategi dan perencanaan yang matang. Strategi dan perencanaan ini sangat penting karena menentukan kemenangan calon dalam proses pemilu. Tulisan ini mengkaji konsep dari pentingnya kampanye sebagai bagian dari komunikasi politik.

Dengan menjelaskan konsep pesan dan strategi, tulisan ini menyimpulkan bahwa keberhasilan dari suatu kampanye politik memerlukan adanya perencanaan dan pembentukan tim yang cukup untuk memaksimalkan strategi tersebut. Pemilu merupakan bagian tak terpisahkan dari kehidupan demokrasi, karena pada saat itulah rakyat berkesempatan mencurahkan segala aspirasinya kepada para politisi dalam rangka membangun bangsa. Dalam kampanye, masalah program mestinya menjadi perhatian serius kandidat karena menyangkut hajat hidup orang banyak. Program yang dimaksud adalah program kandidat yang akan ditawarkan kepada konstituen dan akan diperjuangkan pada saat kandidat terpilih.

Pemilihan Umum di Indonesia, khususnya Pemilu Presiden yang menggunakan sistem baru ini, dapat dikatakan sebagai pembelajaran bagi kandidat, rakyat, dan pemerintah, walaupun dalam kampanye di televisi belum ada debat antarkandidat, selain kampanye monolog atau dialog antara kandidat dengan penonton di studio. Perancang acara yang tergabung dalam tim sukses/manajemen kampanye harus merancang acara kampanye dengan memperhatikan waktu, tempat, materi kampanye, dan metode kampanye, serta sifat kampanye. Tim kampanye perlu memperhatikan segmentasi dari khalayak sasaran. Keragaman mereka dalam berbagai hal menuntut pendekatan yang beragam pula. Sebuah kontestan politik harus menciptakan gaya dan standar komunikasi melalui simbol-simbol, acara, dan retorika.

Kata Kunci: Kampanye, Pemilu, PKPU

PENDAHULUAN

Pemilihan Umum merupakan perwujudan kedaulatan rakyat guna menghasilkan pemerintahan yang demokratis. yang tertuang dalam Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 Pasal 22E¹. Indonesia saat ini tengah menyambut tahun politik. Kita tahu bahwa tahun 2019 lalu adalah pesta demokrasi besar, yaitu penentuan ataupun pemilihan Presiden dan Wakilnya. Lebih spesifik lagi, ada beberapa daerah di Indonesia tahun ini juga tengah menyambut pelaksanaan pemilihan gubernur dan calon gubernur.

Dalam Negara demokrasi seperti Indonesia ini, pemilihan umum (pemilu) pemimpin di tiap tingkatan pemerintahan merupakan hal yang wajib, terutama sejak reformasi. Artinya demokrasi di Negara kepulauan ini telah berjalan dengan berbagai dinamika yang mewarnainya. Dalam mempersiapkan pemilihan seperti itu, sangat umum kita ketahui masing-masing kandidat mempersiapkan 'pertandingan politik' mengingat calon pemimpin biasanya lebih dari satu. Pemilu akan mengarah pada efektivitas dan efisiensi penyelenggaraan pemilihan umum, serta hak warga negara untuk memilih secara cerdas, sehingga pemilu serentak memang akan lebih efisien dan pembiayaan penyelenggaraannya.² Tolak ukur pemilu demokratis juga tidak semata pada ketentuan proses dan penyelenggara yang baik saja, namun bergantung pada ketersediaan sarana ketika timbulnya permasalahan hukum sehingga dapat menjamin adanya keadilan stake holder yang terlibat dalam pemilu.³

Masing-masing berlomba-lomba untuk memenangkan pemilu. Mereka berusaha untuk menarik perhatian pemilih untuk memilih mereka. Sebagai bentuk atau praktek demokrasi, suara pemilih tentu menentukan kemenangan. Singkatnya, semakin banyak suara atau dukungan yang didapat, maka ia akan memenangkan pemilu. Dengan demikian, selanjutnya si pemenang akan mendapatkan kursi kekuasaan dalam pemerintahan.

Sejak reformasi 1998, dinamika sosial politik di Negara ini cukup berwarna. Ketika dihubungkan dengan proses pemilu, maka setiap kandidat atau calon akan melakukan kampanye politiknya dengan tujuan sebagaimana telah disebutkan di atas. Dalam beberapa kasus memang kadang kita melihat adanya proses kampanye yang tidak sehat. Penggunaan cara-cara radikal yang barangkali karena adanya salah paham atau sebab lain kadang terjadi. Meski demikian, jumlahnya relatif kecil. Proses kampanye politik di Indonesia sejauh

¹Lihat Undang-undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 Pasal 22E.

²Prasetyoningsih, N, *Dampak Pemilihan Umum Serentak bagi Pembangunan Demokrasi Indonesia*. Jurnal Media Hukum, 21(2), 241–263

³Soeroso, R. (2011). *Pengantar Ilmu Hukum*. Jakarta, Indonesia: Sinar Grafika

ini masih dapat dibilang wajar dan sejalan sebagaimana mestinya. Meski sekali lagi, kadang juga kita temui adanya kampanye hitam.

Dalam kampanye politik, hal yang paling signifikan adalah tentang pesan-pesan yang disampaikan oleh kandidat. Masing-masing berusaha membawa tema atau topik tertentu untuk ditawarkan pada masyarakat. Sebagian dari kita mungkin lebih familiar dengan janji-janji politik. Hal ini bisa jadi benar, karena itu merupakan bagian dari pesan dalam kampanye politik, meski tidak selalu bermakna demikian. Dengan realita yang sering kita jumpai di dalam perkembangan sosial seperti itu, kita perlu tahu apa sebenarnya esensi dari kampanye politik. Sebagai pelajar politik, kita perlu mengetahui dari sudut pandang teori dan praktek. Dalam jurnal ini, akan dijelaskan terutama penjelasan konseptual tentang kampanye politik dan hal-hal yang berkaitan dengan tema tersebut.

METODE PENELITIAN

Penelitian dalam artikel ini menggunakan analisis yuridis normatif yang mengacu pada hukum tertulis, norma dan doktrin hukum yang dituangkan dalam bentuk peraturan dan struktur literatur hukum. Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan undang-undang, pendekatan konseptual, dan pendekatan kasus. Semua masalah hukum primer dan sekunder dikumpulkan melalui studi literatur. Bahan utama hukum meliputi peraturan perundang-undangan yang relevan dengan penelitian dan bahan sekunder dalam buku, jurnal, laporan, dan literatur elektronik. Bahan hukum ini nantinya akan dianalisis dalam deskriptif kualitatif. Hasil analisis akan dituangkan ke dalam deskripsi ilustrasi disajikan dalam diskusi ini.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

1. Ruang lingkup Kampanye Pemilu pada PKPU Nomor 23 Tahun 2018

Penyelenggara Pemilu dalam menyelenggarakan Kampanye berpedoman pada asas:

- a. Mandiri;
- b. Jujur;
- c. Adil;
- d. Berkepastian hukum;
- e. Tertib;
- f. Kepentingan umum;
- g. Terbuka;
- h. Proporsional;
- i. Profesional;
- j. Akuntabel;

- k. Efektif;
- l. Efisien; dan
- m. Aksesibilitas.

Ruang lingkup PKPU Nomor 23 Tahun 2018 meliputi:

- a. Kampanye Presiden dan Wakil Presiden; dan
- b. Kampanye Anggota DPR, DPD, DPRD Provinsi, dan DPRD Kabupaten/Kota.

Kampanye Pemilu Presiden dan Wakil Presiden dan Kampanye Pemilu Anggota DPR, DPD, DPRD Provinsi, dan DPRD Kabupaten/Kota diselenggarakan di seluruh wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia. Kampanye dilaksanakan secara serentak oleh Peserta Pemilu sesuai dengan jenis Pemilu pada tahapan Kampanye sebagaimana ditetapkan dalam Peraturan KPU tentang Tahapan, Program, dan Jadwal Penyelenggaraan Pemilihan Umum.

Partai Politik Peserta Pemilu dapat melaksanakan Kampanye untuk Pemilu Anggota DPR, DPRD Provinsi, dan DPRD Kabupaten/Kota serta Pemilu Presiden dan Wakil Presiden. Calon Anggota DPD tidak dapat melaksanakan Kampanye untuk Pemilu Anggota DPR, DPRD Provinsi, dan DPRD Kabupaten/Kota serta Pemilu Presiden dan Wakil Presiden. Peserta Pemilu mempunyai hak, kesempatan, dan perlakuan yang adil dan setara dalam Kampanye.

2. Pelaksana Kampanye Pemilihan Umum

- a. Pelaksana Kampanye Presiden dan Wakil Presiden
 - 1) Pasangan Calon Presiden dan Wakil Presiden;
 - 2) Pengurus Partai Politik Peserta Pemilu atau Gabungan Partai Politik yang mengusulkan Pasangan Calon;
 - 3) Orang seorang; dan
 - 4) Organisasi Penyelenggara Kegiatan yang ditunjuk oleh Pasangan Calon.
- b. Pelaksana Kampanye Anggota DPR
 - 1) pengurus Partai Politik Peserta Pemilu Anggota DPR;
 - 2) calon anggota DPR;
 - 3) Juru Kampanye;
 - 4) orang seorang; dan
 - 5) Organisasi Penyelenggara Kegiatan yang ditunjuk oleh Peserta Pemilu Anggota DPR.
- c. Pelaksana Kampanye Anggota DPRD Provinsi
 - 1) Pengurus partai politik Peserta Pemilu DPRD Provinsi;
 - 2) Calon anggota DPRD Provinsi;
 - 3) Juru Kampanye;
 - 4) Orang seorang; dan
 - 5) Organisasi Penyelenggara Kegiatan yang ditunjuk oleh Peserta Pemilu Anggota DPRD Provinsi.
- d. Pelaksana Kampanye Anggota DPRD Kab/Kota
 - 1) Pengurus Partai Politik Peserta Pemilu DPRD Kabupaten/Kota;
 - 2) Calon anggota DPRD Kabupaten/Kota;
 - 3) Juru Kampanye;
 - 4) Orang seorang; dan

- 5) Organisasi Penyelenggara Kegiatan yang ditunjuk oleh Peserta Pemilu anggota DPRD Kabupaten/Kota.
- e. Pelaksana Kampanye Anggota DPD
 - 1) calon Anggota DPD;
 - 2) orang seorang; dan
 - 3) Organisasi Penyelenggara Kegiatan yang ditunjuk oleh Peserta Pemilu Anggota DPD.

Untuk mendukung penyelenggaraan Kampanye, Pelaksana Kampanye dalam Pemilu Presiden dan Wakil Presiden, Pemilu Anggota DPR, DPRD Provinsi, DPRD Kabupaten/Kota, dan Pemilu Anggota DPD dapat dibantu oleh Petugas Kampanye. Petugas Kampanye terdiri dari seluruh petugas penghubung Peserta Pemilu dengan KPU, KPU Provinsi/KIP Aceh, atau KPU/KIP Kabupaten/Kota yang memfasilitasi penyelenggaraan Kampanye.

Petugas Kampanye bertugas:

- a. Menyelenggarakan kegiatan Kampanye;
- b. Menyampaikan pemberitahuan tertulis kepada aparat Kepolisian Negara Republik Indonesia setempat tentang penyelenggaraan Kampanye; dan/atau
- c. Menyebarkan Bahan Kampanye.
- d. Petugas Kampanye bertanggung jawab terhadap kelancaran, keamanan, dan ketertiban penyelenggaraan Kampanye.

Dalam melaksanakan Kampanye Pemilu, Pasangan Calon, Partai Politik Peserta Pemilu, dan Calon Anggota DPD dapat menunjuk Organisasi Penyelenggara Kegiatan. Organisasi penyelenggara kegiatan yaitu organisasi berbentuk badan hukum yang didirikan dan dikelola oleh Warga Negara Indonesia dan tunduk kepada hukum Negara Republik Indonesia. Dalam melaksanakan Kampanye Pemilu, Pasangan Calon, Partai Politik Peserta Pemilu, dan Calon Anggota DPD dapat menunjuk Juru Kampanye.

3. Materi Kampanye

Materi Kampanye meliputi:

- a. visi, misi, program, dan/atau citra diri Pasangan Calon untuk Kampanye Pemilu Presiden dan Wakil Presiden;
- b. visi, misi, program, dan/atau citra diri Partai Politik Peserta Pemilu untuk Kampanye yang dilaksanakan oleh Calon Anggota DPR, DPRD Provinsi, dan DPRD Kabupaten/Kota; dan
- c. visi, misi, program, dan/atau citra diri Calon Anggota DPD untuk Kampanye perseorangan yang dilaksanakan oleh Calon Anggota DPD.
- d. Materi Kampanye sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat disampaikan secara lisan maupun tertulis kepada masyarakat.

Materi Kampanye harus:

- a. Menjunjung tinggi pelaksanaan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Tahun 1945;
- b. Menjaga dan meningkatkan moralitas dan nilai-nilai agama serta jati diri bangsa;
- c. Meningkatkan kesadaran hukum;
- d. Memberikan informasi yang benar, seimbang, dan bertanggung jawab sebagai bagian dari pendidikan politik;
- e. Menjalinkan komunikasi politik yang sehat antara Peserta Pemilu dengan masyarakat sebagai bagian dari membangun budaya politik Indonesia yang demokratis dan bermartabat; dan
- f. Menghormati perbedaan suku, agama, ras, dan golongan dalam masyarakat.

Materi Kampanye disampaikan dengan cara:

- a. Sopan, yaitu menggunakan bahasa atau kalimat yang santun dan pantas ditampilkan kepada umum;
- b. Tertib, yaitu tidak mengganggu kepentingan umum;
- c. Mendidik, yaitu memberikan informasi yang bermanfaat dan mencerdaskan pemilih;
- d. Bijak dan beradab, yaitu tidak menyerang pribadi, kelompok, golongan, atau pasangan calon lain; dan
- e. Tidak bersifat provokatif.

4. Metode Kampanye

Kampanye dapat dilakukan melalui metode:

- a. Pertemuan terbatas;

Pertemuan terbatas dapat dilaksanakan di dalam ruangan atau di gedung tertutup. Peserta Kampanye yang diundang pada pertemuan terbatas disesuaikan dengan kapasitas ruangan yang ditentukan oleh pengelola ruang gedung, dengan jumlah peserta paling banyak:

- 1) 3.000 (tiga ribu) orang untuk tingkat nasional;
- 2) 2.000 (dua ribu) orang untuk tingkat provinsi; dan
- 3) (seribu) orang untuk tingkat kabupaten/kota.

Undangan kepada peserta harus memuat informasi mengenai hari, tanggal, jam, tempat kegiatan, nama pembicara dan tema materi, serta Petugas Kampanye.

- b. Pertemuan tatap muka;

Pertemuan tatap muka dapat dilaksanakan di dalam ruangan atau gedung tertutup atau terbuka dan/atau di luar ruangan. Pertemuan tatap muka yang dilaksanakan di dalam ruangan, gedung tertutup, atau gedung terbuka yang dilaksanakan dengan ketentuan:

- 1) Jumlah peserta tidak melampaui kapasitas tempat duduk; dan
- 2) Peserta dapat terdiri atas peserta pendukung dan tamu undangan.

Pertemuan tatap muka yang dilaksanakan di luar ruangan dapat dilaksanakan dalam bentuk kegiatan kunjungan ke pasar, tempat tinggal warga, komunitas warga, atau tempat umum lainnya.

c. Penyebaran Bahan Kampanye Pemilu kepada umum;

Bahan Kampanye dapat berbentuk:

- 1) Selebaran (flyer);
- 2) Brosur (leaflet);
- 3) Pamflet;
- 4) Poster;
- 5) Stiker;
- 6) Pakaian;
- 7) Penutup kepala;
- 8) Alat minum/makan;
- 9) Kalender;
- 10) Kartu nama;
- 11) Pin; dan/atau
- 12) Alat tulis.

Ukuran selebaran, brosur, pamflet, poster, dan stiker adalah:

- 1) Selebaran, paling besar ukuran 8,25 (delapan koma dua puluh lima) sentimeter x 21 (dua puluh satu) sentimeter;
- 2) Brosur, paling besar ukuran posisi terbuka 21 (dua puluh satu) sentimeter x 29,7 (dua puluh sembilan koma tujuh) sentimeter, posisi terlipat 21 (dua puluh satu) sentimeter x 10 (sepuluh) sentimeter;
- 3) Pamflet, paling besar ukuran 21 (dua puluh satu) sentimeter x 29,7 (dua puluh sembilan koma tujuh) sentimeter;
- 4) Poster, paling besar ukuran 40 (empat puluh) sentimeter x 60 (enam puluh) sentimeter; dan
- 5) Stiker paling besar ukuran 10 (sepuluh) sentimeter x 5 (lima) sentimeter.

Desain dan materi pada Bahan Kampanye Peserta Pemilu mencetak Bahan Kampanye dengan mengutamakan penggunaan bahan yang dapat didaur ulang. Setiap Bahan Kampanye, apabila dikonversikan dalam bentuk uang nilainya paling tinggi Rp60.000,00 (enam puluh ribu rupiah).

d. Pemasangan Alat Peraga Kampanye di tempat umum

Alat Peraga Kampanye meliputi:

- 1) Baliho, billboard, atau videotron;
- 2) Spanduk; dan/atau
- 3) Umbul-umbul.

Ukuran Alat Peraga Kampanye adalah:

- 1) Baliho, billboard, atau videotron, paling besar ukuran 4 (empat) meter x 7 (tujuh) meter;
- 2) Spanduk, paling besar ukuran 1,5 (satu koma lima) meter x 7 (tujuh) meter; dan
- 3) Umbul-umbul, paling besar ukuran 5 (lima) meter x 7 (tujuh) meter.

Desain dan materi pada Alat Peraga Kampanye paling sedikit memuat visi, misi, dan program Peserta Pemilu. Peserta Pemilu mencetak Alat Peraga Kampanye dengan mengutamakan penggunaan bahan yang dapat didaur ulang.

e. Media Sosial

Akun Media Sosial dapat dibuat paling banyak 10 (sepuluh) untuk setiap jenis aplikasi. Desain dan materi pada Media Sosial paling sedikit memuat visi, misi, dan program Peserta Pemilu. Desain dan materi dalam Media Sosial dapat berupa:

- 1) Tulisan;
- 2) Suara;
- 3) Gambar; dan/atau
- 4) Gabungan antara tulisan, suara, dan/atau gambar, yang bersifat naratif, grafis, karakter, interaktif atau tidak interaktif, dan yang dapat diterima melalui perangkat penerima pesan.

f. Iklan media cetak, media elektronik, dan media dalam jaringan

Materi Iklan Kampanye paling sedikit memuat visi, misi, dan program Peserta Pemilu. Materi Iklan Kampanye dapat berupa:

- 1) Tulisan;
- 2) Suara;
- 3) Gambar; dan/atau

- 4) Gabungan antara tulisan, suara, dan/atau gambar, yang bersifat naratif, grafis, karakter, interaktif atau tidak interaktif, serta yang dapat diterima melalui perangkat penerima pesan.

Iklan Kampanye dibatasi maksimum secara kumulatif sebanyak:

- 1) 8 (delapan) spot berdurasi paling lama 30 (tiga puluh) detik untuk setiap stasiun televisi setiap hari untuk iklan di televisi;
- 2) 4 (empat) spot berdurasi paling lama 60 (enam puluh) detik untuk setiap stasiun radio setiap hari untuk iklan di radio;
- 3) 810 (delapan ratus sepuluh) milimeter kolom atau 1 (satu) halaman untuk setiap media cetak setiap hari untuk iklan di media cetak;
- 4) 1 (satu) banner untuk setiap media dalam jaringan setiap hari untuk iklan di media dalam jaringan; dan
- 5) 1 (satu) spot berdurasi paling lama 30 (tiga puluh) detik untuk setiap media sosial setiap hari untuk iklan di media sosial.

Peserta Pemilu dilarang membuat materi iklan dalam bentuk tayangan atau penulisan berbentuk berita. Pembuatan materi Iklan Kampanye wajib mematuhi ketentuan peraturan perundang-undangan dan etika periklanan. Pengaturan dan penjadwalan pemasangan Iklan Kampanye diatur sepenuhnya oleh media cetak, media elektronik, media dalam jaringan, media sosial, dan lembaga penyiaran.

g. Rapat umum;

Rapat umum dapat dilaksanakan:

- 1) Di lapangan;
- 2) Stadion;
- 3) Alun-alun; atau
- 4) Tempat terbuka lainnya.

Pelaksanaan rapat umum wajib memperhatikan daya tampung tempat. Rapat umum sebagaimana dimulai pukul 09.00 dan berakhir paling lambat pukul 18.00 waktu setempat dengan menghormati hari dan waktu ibadah di daerah setempat.

h. Debat Pasangan Calon Presiden dan Wakil Presiden untuk Pemilu Presiden dan Wakil Presiden

Debat Pasangan Calon diselenggarakan oleh KPU. Debat Pasangan Calon diselenggarakan sebanyak 5 (lima) kali pada masa Kampanye, dengan rincian:

- 1) 2 (dua) kali untuk calon Presiden;
- 2) 1 (satu) kali untuk calon Wakil Presiden; dan

3) 2 (dua) kali untuk calon Presiden dan calon Wakil Presiden.

Penyelenggaraan debat Pasangan Calon disiarkan langsung secara nasional oleh media elektronik melalui Lembaga Penyiaran Publik atau Lembaga Penyiaran Swasta. Debat Pasangan Calon dapat disiarkan ulang pada masa Kampanye.

i. Kegiatan lain yang tidak melanggar larangan Kampanye Pemilu dan ketentuan peraturan perundang-undangan.

1) Kegiatan lain dapat dilaksanakan dalam bentuk:

2) Kegiatan kebudayaan, meliputi pentas seni, panen raya, dan/atau konser musik;

3) Kegiatan olahraga, meliputi gerak jalan santai, dan/atau sepeda santai;

4) Perlombaan;

5) Mobil milik pribadi atau milik pengurus Partai Politik yang berlogo Partai Politik Peserta Pemilu; dan/atau

6) Kegiatan sosial meliputi bazar, donor darah, dan/atau hari ulang tahun.

Pelaksana Kampanye kegiatan dilarang memberikan hadiah dengan metode pengundian. Perlombaan mencakup seluruh jenis perlombaan. Perlombaan dapat dilaksanakan paling banyak 3 (tiga) kali selama Masa Kampanye. Pelaksana Pemilu dapat memberikan hadiah pada kegiatan perlombaan dalam bentuk barang. Nilai barang secara akumulatif paling tinggi seharga Rp1.000.000,00 (satu juta rupiah).

5. Larangan dan Sanksi

a. Larangan

1) Pelaksana, peserta, dan Tim Kampanye Pemilu dilarang:

a) Mempersoalkan dasar negara Pancasila, Pembukaan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945, dan bentuk Negara Kesatuan Republik Indonesia;

b) Melakukan kegiatan yang membahayakan keutuhan Negara Kesatuan Republik Indonesia;

c) Menghina seseorang, agama, suku, ras, golongan, calon, dan/atau Peserta Pemilu yang lain;

d) Menghasut dan mengadu domba perseorangan ataupun masyarakat;

e) Mengganggu ketertiban umum;

f) Mengancam untuk melakukan kekerasan atau menganjurkan penggunaan kekerasan kepada seseorang, sekelompok anggota masyarakat, dan/atau Peserta Pemilu yang lain;

- g) Merusak dan/atau menghilangkan alat peraga kampanye Peserta Pemilu;
 - h) Menggunakan fasilitas pemerintah, tempat ibadah, dan tempat pendidikan;
 - i) Membawa atau menggunakan tanda gambar dan/atau atribut selain dari tanda gambar dan/atau atribut Peserta Pemilu yang bersangkutan; dan
 - j) Menjanjikan atau memberikan uang atau materi lainnya kepada peserta Kampanye.
- 2) Pelaksana dan/atau Tim Kampanye dalam kegiatan Kampanye, dilarang melibatkan:
- a) ketua, wakil ketua, ketua muda, hakim agung pada Mahkamah Agung, dan hakim pada semua badan peradilan di bawah Mahkamah Agung, dan hakim konstitusi pada Mahkamah Konstitusi;
 - b) ketua, wakil ketua, dan anggota Badan Pemeriksa Keuangan;
 - c) gubernur, deputi gubernur senior, dan deputi gubernur Bank Indonesia;
 - d) direksi, komisaris, dewan pengawas, dan karyawan Badan Usaha Milik Negara/Badan Usaha Milik Daerah;
 - e) pejabat negara bukan anggota Partai Politik yang menjabat sebagai pimpinan di lembaga nonstruktural;
 - f) Aparatur Sipil Negara;
 - g) anggota Tentara Nasional Indonesia dan Kepolisian Negara Republik Indonesia;
 - h) kepala desa;
 - i) perangkat desa;
 - j) anggota Badan Permusyawaratan Desa; dan
 - k) Warga Negara Indonesia yang tidak memiliki hak memilih.
- 3) Setiap orang sebagaimana dimaksud pada poin 2 dilarang ikut serta sebagai Pelaksana dan Tim Kampanye Pemilu.
- 4) Pelanggaran terhadap larangan ketentuan pada poin 1 huruf a sampai dengan huruf j kecuali huruf h, dan poin 2 merupakan tindak pidana Pemilu.

Pejabat negara, pejabat daerah, aparatur sipil negara, pejabat struktural, dan pejabat fungsional, kepala desa atau sebutan lain/lurah dilarang membuat keputusan dan/atau tindakan yang menguntungkan atau merugikan salah satu Peserta Pemilu.

Pejabat negara, pejabat daerah, aparatur sipil negara pejabat struktural dan pejabat fungsional, dan aparatur sipil negara lainnya dilarang mengadakan kegiatan yang mengarah kepada keberpihakan terhadap Peserta Pemilu sebelum, selama, dan

sesudah masa Kampanye. Larangan meliputi pertemuan, ajakan, imbauan, seruan, atau pemberian barang kepada aparatur sipil negara dalam lingkungan unit kerjanya, anggota keluarga, dan masyarakat.

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

- 1) Tidak menggunakan hak pilihnya;
- 2) Menggunakan hak pilihnya dengan memilih Peserta Pemilu dengan cara tertentu sehingga surat suaranya tidak sah;
- 3) Memilih Pasangan Calon tertentu;
- 4) Memilih Partai Politik Peserta Pemilu tertentu; dan/atau
- 5) Memilih calon anggota DPD tertentu.

Pelaksana dan/atau Tim Kampanye dilarang mencetak dan menyebarkan Bahan Kampanye selain dalam bentuk dan ukuran. Pelaksana dan/atau Tim Kampanye dilarang mencetak dan memasang Alat Peraga Kampanye selain dalam bentuk dan ukuran sebagaimana dimaksud dan di lokasi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 34 ayat (3).

b. Sanksi

Partai Politik yang melanggar larangan ketentuan Kampanye sebelum dimulainya masa Kampanye dikenai sanksi administratif, berupa:

- 1) Peringatan tertulis;
- 2) Penurunan atau pembersihan bahan kampanye atau alat peraga kampanye; dan/atau
- 3) Penghentian iklan kampanye di media cetak, media elektronik, media dalam jaringan, media sosial, dan lembaga penyiaran.

Menteri, gubernur, wakil gubernur, bupati, wakil bupati, wali kota dan wakil wali kota yang melanggar dikenai sanksi berupa larangan mengikuti atau menghadiri kegiatan Kampanye. Keputusan KPU, KPU Provinsi/KIP Aceh, atau KPU Kabupaten/Kota tentang pemberian sanksi disampaikan kepada:

- 1) Pelaksana Kampanye; dan
- 2) Bawaslu, Bawaslu Provinsi, Bawaslu Kabupaten/Kota, Panwas Kecamatan, dan Panitia Pengawas Lapangan.

Pelanggaran terhadap larangan ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 69 ayat (1) huruf a sampai dengan huruf j kecuali huruf h, dan ayat (2)

merupakan tindak pidana dan dikenai sanksi yang diatur dalam Undang-Undang mengenai Pemilu. Selain sanksi sebagaimana dimaksud pada ayat (1), pelanggaran terhadap larangan ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 69 ayat (1) huruf e dikenai sanksi peringatan tertulis walaupun belum menimbulkan gangguan; dan/atau penghentian kegiatan Kampanye di tempat terjadinya pelanggaran atau di suatu daerah yang dapat mengakibatkan gangguan terhadap keamanan yang berpotensi menyebar ke daerah lain.

Pelanggaran terhadap larangan ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 69 ayat (1) huruf h dikenai sanksi: peringatan tertulis walaupun belum menimbulkan gangguan; dan/atau penghentian kegiatan Kampanye di tempat terjadinya pelanggaran atau di suatu daerah yang dapat mengakibatkan gangguan terhadap keamanan yang berpotensi menyebar ke daerah lain.

Pelanggaran terhadap larangan ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 70, Pasal 71, dan Pasal 72 dikenai sanksi yang diatur dalam Undang-Undang mengenai Pemilu. Pelaksana dan/atau Tim Kampanye yang melanggar larangan ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 73 dikenai sanksi administratif dan penurunan atau pembersihan Bahan Kampanye atau Alat Peraga Kampanye Peserta Pemilu. Dalam melakukan penurunan atau pembersihan Bahan Kampanye atau Alat Peraga Kampanye sebagaimana dimaksud pada ayat (1), Bawaslu Provinsi, Bawaslu Kabupaten/Kota, dan/atau Panwas Kecamatan berkoordinasi dengan Satuan Polisi Pamong Praja.

Analisis Hukum Peraturan Komisi Pemilihan Umum (PKPU) Nomor 23 Tahun 2018 Tentang Kampanye Pemilihan Umum Ditinjau Dari Aspek Politik Hukum

Berdasarkan PKPU No 23 Tahun 2018 tentang Kampanye Pemilihan Umum bahwa Kampanye Pemilu adalah kegiatan Peserta Pemilu atau pihak lain yang ditunjuk oleh Peserta Pemilu untuk meyakinkan Pemilih dengan menawarkan visi, misi, program, dan/atau citra diri Peserta Pemilu. Pelaksana Kampanye adalah pihak-pihak yang ditunjuk oleh Peserta Pemilu untuk melakukan kegiatan Kampanye. Tim Kampanye adalah tim yang dibentuk oleh Pasangan Calon bersama-sama dengan Partai Politik atau Gabungan Partai Politik yang mengusulkan Pasangan Calon, yang didaftarkan ke KPU dan bertanggung jawab atas pelaksanaan teknis penyelenggaraan Kampanye.

Petugas Kampanye adalah seluruh petugas penghubung Peserta Pemilu dengan KPU, KPU Provinsi/KIP Aceh atau KPU/KIP Kabupaten/Kota yang memfasilitasi penyelenggaraan Kampanye, dibentuk oleh Pelaksana Kampanye dan didaftarkan kepada KPU Provinsi/KIP Aceh atau KPU/KIP Kabupaten/Kota, sesuai dengan tingkatannya. Peserta Kampanye adalah anggota masyarakat atau Warga Negara Indonesia yang memenuhi syarat sebagai Pemilih. Juru Kampanye adalah orang seorang atau kelompok yang ditunjuk untuk menyampaikan visi, misi, program, dan/atau citra diri Peserta Pemilu yang dibentuk oleh Pelaksana Kampanye.

Pentingnya kampanye sebenarnya dapat diketahui manakala kita memahami pengertian kampanye politik itu sendiri. Kampanye politik adalah upaya terorganisir yang berusaha mempengaruhi proses pengambilan keputusan dalam kelompok tertentu. Dalam demokrasi, kampanye politik sering mengacu pada kampanye pemilu, dimana calon atau kandidat pemimpin dipilih. Dalam beberapa kasus di negara tertentu ada istilah referendum, yaitu penentuan kebijakan tertentu yang melibatkan suara rakyat, namun hal ini jarang ditemukan di Indonesia, contoh yang pernah dilakukan di Inggris dengan melakukan referendum *Brexit*.

Menurut Ricedan Paisley menyebutkan bahwa kampanye adalah keinginan untuk mempengaruhi kepercayaan dan tingkah laku orang lain dengan daya tarik yang komunikatif. Kampanye politik merupakan bentuk komunikasi politik yang dilakukan oleh sekelompok orang, seseorang atau organisasi politik di waktu tertentu dengan maksud untuk memperoleh dukungan politik dari masyarakat.⁴

Menurut Rogers dan Storey (1987), kampanye adalah sejumlah tindakan komunikasi terencana yang bertujuan menciptakan akibat atau efek tertentu kepada khalayak dalam jumlah yang besar dan dikerjakan secara terus menerus pada waktu tertentu. Beberapa ahli komunikasi mengakui bahwa definisi yang diberikan Rogers dan Storey adalah yang paling populer dan banyak diterima para ilmuwan komunikasi. Sehingga, pada dasarnya kampanye adalah hal yang lumrah yang kerap ditemukan. Bahkan pada saat tertentu, realisasi atau penerapan proses kampanye sangat sering tidak sesuai dengan peraturan yang telah diregulasikan.

Suatu gagasan dapat muncul karena alasan-alasan yang akan dikonstruksi dalam bentuk pesan yang dapat dikomunikasikan kepada masyarakat atau khalayak. Pesan ini akan ditanggapi dan selanjutnya diterima atau bahkan ditolak masyarakat. Pada intinya,

⁴Rice, R.E & Paisley, W. J. (1981). *Public Communication Campaign*. London: Sage. Publications Rogers & Snyder (2002). Manajemen Kampanye. Venus

kampanye adalah penyampaian pesan-pesan politik dalam berbagai bentuk, mulai dari poster, diskusi, iklan hingga selebaran. Apapun bentuknya, pesan selalu menggunakan simbol-simbol verbal yang diharapkan memikat khalayak luas.

Kesuksesan setiap kampanye selalu hadir para perancang pesan yang sensitif dan kreatif (Roger dan Synder, 2002). Para perancang tersebut mempunyai kepekaan untuk mengidentifikasi khalayaknya dan memiliki kreativitas dan mendesain pesan sesuai ciri-ciri umum khalayak yang menjadi sasaran utama. Pesan atau isu sangat penting dalam meningkatkan “nilai jual” kandidat.

Kandidat atau calon akan berupaya untuk memaksimalkan dan meyakinkan masyarakat dengan pesan yang ia sampaikan. Singkatnya, pesan-pesan itu disampai semenarik mungkin agar calon pemilih dapat tertarik untuk memilihnya. Sudah menjadi hal yg umum, setiap kandidat dalam kampanye selalu menggembarkan isu-isu/ topik-topik tertentu. Jika dipahami, ini adalah bagian atau contoh dari bentuk pesan kampanye. Pesan/isu tersebut biasanya berupa topic tertentu atau fenomena yang berkembang dalam masyarakat. Barangkali kita sering mendengar kalimat ‘kampanye adalah jualan isu’.

Istilah seperti itu mungkin ada benarnya. Beberapa contoh diantaranya adalah isu kemiskinan dan kesejahteraan sosial. Dalam tema tersebut, maka pesan kampanyenya adalah tentang peningkatan kesejahteraan. Baik dalam bentuk rencana program-program ekonomi ataupun program relevan lainnya. Pesan kampanye lain yang sering diusung oleh kandidat adalah isu korupsi yang barangkali ini sudah sangat jamak di tingkat manapun.

Uraian tentang politik hukum sudah banyak didefinisikan oleh para ahli dalam berbagai literatur. Moh. Mahfud M.D, mendefinisikan politik hukum sebagai legal policy atau garis kebijakan resmi tentang hukum yang akan diberlakukan, baik dengan pembuatan hukum baru maupun dengan penggantian hukum lama, dalam rangka mencapai tujuan negara.⁵Salah satu ciri negara demokrasi adalah penyelenggaraan pemilu untuk memilih wakil rakyat, baik dilembaga legislatif maupun eksekutif, berdasarkan program yang diajukan pemilu. Pemilu diperlukan sebagai salah satu mekanisme mewujudkan prinsip kedaulatan rakyat.⁶

Pesan kampanyenya dalam hal ini biasanya berupa ajakan untuk memilih kandidat yang bersih dan religious, misalnya. Sang calon akan menyatakan bahwa dia adalah kandidat yang lebih baik dan bebas dari praktek KKN dan juga ia berasal dari latar belakang yang agamis. Dalam pertandingan politik seperti ini, kadang juga kita mengenal istilah

⁵Mahfud, M.D. (2012). *Politik Hukum di Indonesia*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada

⁶ Janedjri M. Gaffar, *Politik Hukum Pemilu*, Konstitusi Press, Jakarta, 2012, hlm. 44

kampanye hitam. Kampanye hitam atau black campaign adalah sebuah upaya untuk merusak atau mempertanyakan reputasi seseorang, dengan mengeluarkan propaganda negatif. Hal ini dapat diterapkan kepada perorangan atau kelompok.⁷ Orang-orang yang menjadi target umumnya merupakan para politikus, jabatan publik, aktivis dan tentunya kandidat politik lain. Istilah kampanye hitam ini juga sering digunakan dalam hal lain yang lebih umum seperti dalam persaingan kerja. Berdasarkan catatan *Indonesia Corruption Watch* (ICW), praktik politik uang yang terjadi pada Pemilu Legislatif 2014 tercatat sebanyak 313 kasus. Modus praktik politik uang itu serupa dengan modus praktik politik uang pada Pemilu 2009, yakni dalam bentuk bagi-bagi uang dan barang.⁸

Ketika kampanye politik dimaknai sebagai kegiatan mempersuasi pemilih yang bertujuan untuk meningkatkan elektabilitas dan popularitas, maka seorang kandidat perlu memiliki strategi dan perencanaan yang matang. Para calon yang ikut serta dalam pemilu tentunya memiliki cara kampanye yang berbeda dengan calon lainnya. Kampanye yang merupakan sarana untuk pencapaian cita-cita politik membutuhkan strategi, yang akan menjadi sangat penting.⁹ Hal ini guna kemenangan pemilu serta cita-cita yang diinginkan caleg dan partai partai pengusung untuk kedepannya.

Berikut ini beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam strategi kampanye, yaitu:¹⁰

c. Analisa peta politik

Dalam sisi ini, calon perlu memetakan calon pemilih potensial. Teknisnya bisa dengan menelaah daerah pemilihan, menggali informasi tentang perolehan suara dalam dua masa Pemilu terdahulu dengan maksud untuk membandingkan. Dalam analisa ini juga perlu untuk memetakan data Key Person atau orang-orang berpengaruh dalam masyarakat. Misalnya menentukan dan mengetahui tokoh agama, tokoh masyarakat, tokoh gerakan perempuan, tokoh-tokoh kelompok profesi, serta kalangan jurnalis yang juga sangat penting.

d. Penentuan target kemenangan

Jumlah suara yang ditargetkan perlu dirumuskan dengan memahami sebaran wilayah, segmentasi pemilih, sasaran pemilih, dan kecenderungan pemilih. Hal-hal tersebut penting untuk bahan kalkulasi. Semakin dalam informasi yang diperoleh, perhitungan atau prediksi dapat semakin bisa diandalkan.

⁷. Jay C, T. & Hersen, M. (2002). Handbook of Mental Health in the Workplace

⁸. Husen, Harun (2014), *Pemilu Indonesia (Fakta, Angka, Analisis, dan Studi Banding)*, Perludem

⁹. Herpamudji, D. H. (2015). *Strategi Kampanye Politik Prabowo-Hattadan Perang Pencitraan Di Media Massa Dalam Pemilu Presiden 2014*. *Politika: Jurnal Ilmu Politik*, 6 (1), 13-24

¹⁰. Siti Fatimah (2018), Kampanye sebagai Komunikasi Politik: Esensi dan Strategi dalam Pemilu. *Jurnal Resolusi* Vol. 1 No. 1 Juni 2018

e. Pembentukan tim kampanye

Adanya tim sangat penting untuk membatu segala proses kampanye dari awal sampai akhir. Tim kampanye adalah Perseorangan atau Institusi yang mendukung pencalonan si kandidat. Tim kampanye dapat dibagi menjadi tim inti dan tim pendukung. Tim juga dapat terdiri dari konsultan, manajer kampanye, direktur komunikasi, staf hukum, direktur lapangan, pengatur jadwal, koordinator relawan, database admin, dan direktur penggalangan dana. Elemen lain dapat saja ditambah sejauh dibutuhkan.

f. Perumusan strategi kampanye

Dalam hal ini, tim perlu membuat pemetaan tentang penentuan segmen pemilih yang dibidik, penentuan skala prioritas penyapaan, penyusunan isu-isu kampanye, media kampanye, alat kelengkapan kampanye, bentuk dan model kampanye.

g. Jejaring

Jejaring dapat berfungsi untuk mendapatkan dukungan yang lebih luas. Jejaring dapat berupa ormas, LSM, organisasi profesi, jaringan organisasi mitra, asosiasi jurnalis, organisasi wanita, organisasi sayap partai, organisasi daerah, organisasi agama, dan organisasi lain yang concern pada isu-isu relevan.

h. Pengorganisasian kampanye

Tim kampanye perlu membuat profil kandidat yang mereka usung. Selanjutnya pengorganisasian ini juga meliputi pengaturan jadwal kampanye, bentuk kampanye, isu atau tema (pesan kampanye), skala prioritas, target, key persons, dan temuan aspirasi.

i. Pengawasan perolehan suara.

Tim perlu menentukan saksi dan relawan dalam proses pemilihan. Selain itu, jaringan pemantau independen juga sangat penting. Hal ini dapat digunakan sebagai sumber dan bahan perbandingan tentang informasi perolehan suara. Setelah itu, tentunya harus ada sistem pengawasan dalam proses pemilu tersebut.

Beberapa hal diatas adalah contoh dari strategi dan perencanaan kampanye politik. Meski demikian, alternatif teknis lain bisa saja dipilih. Misalnya adalah dengan menggunakan pola Analisis Kelemahan dan Kelebihan. Seorang Calon harus mengetahui kelemahan dan kelebihan dirinya maupun kelemahan dan kelebihan calon lain. Hal ini penting untuk mengetahui potensi yang dimilikinya dan dimiliki lawan. Aspek yang perlu diperhatikan dalam penilaian dengan segi ini adalah Latar belakang pribadi, profil sebagai kandidat, pengalaman politik sebelumnya, janji/ide/pesan-pesan kampanye, sumber dana.

Fungsi kontrol tercermin dengan adanya sanksi untuk memberikan rambu-rambu bagi peserta pemilu agar menjalankan kewajiban semestinya. Dalam aturan dana kampanye

terdapat sanksi administratif dan sanksi pidana yang dimaksud. Tentang pelanggaran administrative pemilu, peraturan perundang-undangan pemilu harus mengatur dengan jelas bentuk-bentuk pelanggaran dan apa sanksinya, lalu siapa yang berwenang menjatuhkan sanksi serta bagaimana mekanisme penyelesaian pelanggaran tersebut.¹¹ Kejelasan mengenai aturan diperlukan agar permasalahan dapat dengan baik ditangani, hal ini untuk mencegah tumpang tindih tindakan maupun instansi yang berwenang untuk menangani.

B. KESIMPULAN

Dalam Negara yang menganut system demokrasi, kampanye politik menjadi sangat penting dalam memperkenalkan kandidat kepada masyarakat. Kita memahami kampanye politik sebagai upaya terorganisir yang berusaha mempengaruhi proses pengambilan keputusan dalam kelompok tertentu. Dengan tujuan untuk memenangkan pemilu tertentu, maka setiap calon perlu mempertimbangkan strategi dan planning yang matang. Strategi dan perencanaan ini sangat penting karena menentukan kemenangan calon dalam proses pemilu.

Meski demikian, kita juga kadang melihat upaya-upaya yang mungkin kurang sehat dalam proses politik tersebut. Kampanye yang dilakukan setiap calon sering diwarnai dengan upaya menjatuhkan lawan, atau kampanye hitam. Barangkali kalimat yang dituturkan oleh Ed Goetas dari lembaga The Tarrance Group di Amerika ini ada benarnya: "*Kampanye adalah soal memaksimalkan kelebihan anda dan menetralkan kelemahan anda, sambil pada saat yg sama menetralsir kelebihan lawan dan menonjolkan kelemahan mereka.*".

Pemilu merupakan bagian tak terpisahkan dari kehidupan demokrasi, karena pada saat itulah rakyat berkesempatan mencurahkan segala aspirasinya kepada para politisi dalam rangka membangun bangsa. Dalam kampanye, masalah program mestinya menjadi perhatian serius kandidat karena menyangkut hajat hidup orang banyak. Program yang dimaksud adalah program kandidat yang akan ditawarkan kepada konstituen dan akan diperjuangkan pada saat kandidat terpilih.

Pemilihan Umum di Indonesia, khususnya Pemilu Presiden yang menggunakan sistem baru ini, dapat dikatakan sebagai pembelajaran bagi kandidat, rakyat, dan pemerintah, walaupun dalam kampanye di televisi belum ada debat antarkandidat, selain kampanye monolog atau dialog antara kandidat dengan penonton di studio. Perancang acara yang tergabung dalam tim sukses/manajemen kampanye harus merancang acara kampanye

¹¹ Topo Santoso, *Penegakan Hukum Pemilu*, Tim Peneliti Perludem, Jakarta, 2012, hlm. 110

dengan memperhatikan waktu, tempat, materi kampanye, dan metode kampanye, serta sifat kampanye.

Buku:

- Husen, Harun (2014), *Pemilu Indonesia (Fakta, Angka, Analisis, dan Studi Banding)*, Perludem.
- Jay C, T. & Hersen, M. (2002). *Handbook of Mental Health in the Workplace*.
- Janedjri M. Gaffar, (2012), *Politik Hukum Pemilu*, Konstitusi Press, Jakarta.
- Mahfud, M.D. (2012). *Politik Hukum di Indonesia*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Rice, R.E & Paisley, W. J. (1981). *Public Communication Campaign*. London: Sage.
- Publications Rogers & Snyder (2002)*. Manajemen Kampanye. Venus.
- Santoso, Topo, (2012), *Penegakan Hukum Pemilu*, Tim Peneliti Perludem, Jakarta.
- Soeroso, R. (2011). *Pengantar Ilmu Hukum*. Jakarta, Indonesia: Sinar Grafika.
- Undang-undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 Pasal 22E.

Jurnal:

- Herpamudji, D. H. (2015). *Strategi Kampanye Politik Prabowo-Hattadan Perang Pencitraan Di Media Massa Dalam Pemilu Presiden 2014*. Politika: Jurnal Ilmu Politik, 6(1), 13-24.
- Prasetyoningsih, N, *Dampak Pemilihan Umum Serentak bagi Pembangunan Demokrasi Indonesia*. Jurnal Media Hukum, 21(2), 241–263.
- Siti Fatimah (2018), *Kampanye sebagai Komunikasi Politik: Esensi dan Strategi dlam Pemilu*. Jurnal Resolusi Vol. 1 No. 1 Juni 2018.