



Efektivitas Pengawasan Kampanye Berbasis Digital (Pencegahan Pelanggaran Praktek Kampanye Berbasis Digital)

Oda Kinata Banurea

Universitas Negeri Sumatera Utara Medan, Indonesia

Corresponding Author : ✉ odakinata5@gmail.com

ABSTRACT

Penyelenggaraan kampanye berbasis digital sulit untuk diawasi sehingga diperlukan pengawasan partisipasi bersama masyarakat dan pengawasan terintegrasi dengan seluruh stake holder untuk mencegah pelanggaran praktek kampanye berbasis digital diperlukannya pengawasan efektif. Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kepustakaan (*library research*) dengan segala usaha yang dilakukan peneliti untuk menghimpun informasi yang relevan dengan topik atau masalah yang akan atau sedang diteliti. Informasi itu dapat diperoleh dari buku-buku ilmiah, laporan penelitian, karangan-karangan ilmiah, tesis dan disertasi, peraturan-peraturan, ketetapan-ketetapan, buku tahunan, ensiklopedia dan sumber-sumber tertulis baik tercetak maupun elektronik lain dan hasil penelitian terdahulu yang mendukung tema penelitian diantaranya literatur tentang kepengawasan pemilu, kampanye pemilu, pemilihan umum. Analisis data dilakukan dengan menggunakan konten analisis (menganalisis data, fakta) dari data yang digunakan dalam penelitian. Proses penelitian ini dimulai dengan tahapan yakni: mengidentifikasi dan mendapatkan pengetahuan serta informasi yang relevan dengan tema pengawasan dan kampanye pemilu, kemudian menganalisis hasil temuan masalah, mengkomparasikan telaah teori yang dipakai, menguji metode penelitian yang dipakai serta menganulir keabsahan data yang digunakan untuk menjadikan sebuah hasil penelitian selanjutnya memengembangkan dan mengekspresikannya menjadi temuan baru Pengawasan kampanye berbasis digital harus menjadi perhatian serius dalam penanganannya untuk mencegah pelanggaran praktek kampanye digital, bawaslu sebagai lembaga pengawasan dalam pemilu memiliki peran yang cukup penting dalam praktik pemilu untuk menjamin pemilu berkepastian hukum adil, akuntabel dan berjalan sesuai dengan koridor dan berpegang pada prinsip bersifat langsung, umum, bebas, adil, dan rahasia sesuai dengan perundang undangan Perlu dan pentingnya efektivitas pelaksanaan tugas bawaslu dalam menganalisis tantangan dan hambatan yang dihadapi dalam pelaksanaan pengawasan kampanye berbasis digital seperti 1. social media campaign, 2. digital campaign, dan integrated marketing communication melalui integrasi akun dan sosial media Instagram, Twitter, Youtube, tiktok, hingga media konvensional seperti televisi, koran dan radio sehingga melahirkan kualitas penyelenggaraan pemilu yang baik yakni berlangsung secara langsung, umum, bebas, rahasia (luber), jujur dan adil (JURDIL), Pencegahaan dan pelanggaran praktek kampanye digital secara efektif harus memaksimalkan program pengawasan partisipatif bersama masyarakat dan pengawasan terintegrasi dengan menyediakan forum koordinasi formal antar- lembaga pengawas, yang

terdiri dari perwakilan dari pengawasan pada rezim etik (DKPP), pemerintahan (APIP), pelayanan publik (Ombudsman), penegakan hukum (Kepolisian, Kejaksaan, dan KPK), dengan Bawaslu sebagai koordinatornya.

Kata Kunci

Efektivitas, Pengawasan, Kampanye Berbasis Digital

PENDAHULUAN

Kampanye adalah kegiatan peserta pemilu atau pihak lain yang ditunjuk oleh peserta pemilu untuk meyakinkan pemilih dengan menawarkan visi, misi, program, dan citra diri dari peserta pemilu. Dalam menjangkau para simpatisan partai politik dan kandidat kampanye berbasis digital dianggap cukup efektif untuk menjalankan program kampanye selain akses perangkat internet dan android yang begitu mudah diakses oleh masyarakat kampanye digital dianggap lebih masif dan biayanya cukup relatif kecil. platform media sosial yang banyak dipilih, antara lain Instagram, Facebook, dan Twitter dan tiktok.

Dalam tahapan dan pelaksanaan kampanye merujuk pada Peraturan Komisi Pemilihan Umum (PKPU) Nomor 23 Tahun 2018 Tentang Kampanye Pemilihan Umum., 2018: Pasal 34 ayat 2) Bahan kampanye adalah semua benda atau bentuk lain yang memuat visi, misi, program, dan/atau informasi lainnya dari peserta pemilu, symbol atau tanda gambar yang disebar untuk keperluan kampanye yang bertujuan untuk mengajak orang memilih peserta pemilu tertentu. Bahan kampanye ada berbagai bentuk yaitu selebaran (flyer), brosur, pamphlet, poster, stiker, pakaian, penutup kepala, alat minum/makan, kalender, kartu nama, pin dan alat tulis.

Dalam pengawasan kampanye secara eksplisit tertuang dalam Dalam Peraturan Bawaslu Nomor 33 Tahun 2018 tentang Pengawasan Kampanye Pemilu telah disebutkan mengenai alat peraga kampanye dan bahan kampanye yang digunakan dalam pelaksanaan kampanye pemilu. alat peraga kampanye adalah semua benda atau bentuk lain yang memuat visi, misi, program, dan informasi lainnya dari peserta pemilu, symbol atau tanda gambar peserta pemilu, yang dipasang untuk keperluan kampanye yang bertujuan untuk mengajak orang memilih peserta pemilu tertentu

Seiring dengan semakin maju dan berkembangnya teknologi, informasi dan komunikasi terjadi tren pergeseran serta inovasi kampanye dari konvensional (tradisional) menuju kampanye digital yakni: 1. social media campaign, 2. digital campaign, dan integrated marketing communication, terjadinya pergeseran sistem kampanye ini dilatarbelakangi oleh masyarakat yang menjadikan kegiatan transformasi digital sangat efektif, biaya kecil,

keterjangkaun cukup luas serta menjanjikan dan dapat dijadikan sebagai aktivitas sosial bernilai ekonomis khususnya bagi kangan dan generasi z (Melenial)

Laporan tempo institute tahun 2022 menyatakan bahwa kampaenye digital kampanye digital banyak digunakan sebagai strategi pemasaran oleh perusahaan-perusahaan. Umumnya, mereka akan memanfaatkan berbagai media yang dimiliki, dari media sosial, seperti Instagram, Twitter, Youtube, hingga media konvensional seperti televisi, koran dan radio. Bahkan, ada perusahaan yang menggabungkan berbagai media tersebut, dalam bahasa pemasaran disebut sebagai *integrated marketing communication* (Digital Marketing, 2022). Melansir dari data *We are Social*, media sosial Youtube, Facebook, dan Instagram, menjadi platform yang paling banyak digunakan pada dan jumlah itu akan terus meningkat seiring dengan perkembangan teknologi.

Kegiatan partai politik tidak terlepas pula dengan penggunaan kampanye media digital seperti : 1. *social media campaign*, 2. *digital campign*, dan *integrated marketing comunication* hal ini bisa dilihat dari aktivitas setiap partai politik bahkan partai politik memiliki akun dan sosial media seperti: Instagram, Twitter, Youtube, tiktok, hingga media konvensional seperti televisi, koran dan radio ini hal ini dilakukan untuk: meciptakan hubungan dengan konsumen, 2. Meningkatkan brad awareness, 3. Meningkatkan traffic web site, mendorong daya minat beli, melibatkan brant secara keseluruhan (Digital Marketing, 2022), sisi lain tujuan partai politik membuat berbagai akun dan sosial media adalah untuk kepentingan mencapai tujuan partai politik seperti: 1. Sarana komunikasi partai politik dengan masyarakat luas, 2. Mengenalkan tokoh partai ke publik (masyarakat) seklaigus mengenalkan visi, misi, program kegiatan ke ruang publik, 3. Menarik dan merebut simpatisan masayarakat, 4. Membuat propaganda dan opini yang di ruang publik.

Hal ini di perkuat dengan temuan penelitian penggunaan media sosial sebagai alat kampanye politik dianggap efektif misalnya pada kasus pemilihan legislatif tahun 2014 (Abdillah, 2014), pemilihan gubernur DKI Jakarta 2012 (Ediraras, Rahayu, Natalina, & Widya, 2013), dan pemilihan presiden 2019 (Fadhlorrohman & Purnomo, 2020). Beberapa penelitian terdahulu tersebut memperlihatkan bahwa terdapat perubahan serta kemajuan yang signifikan dalam pelaksanaan kampanye (Khatami et al., 2021)

Banyaknya jumlah partai politik yang menggunakan akun dan sosial media dalam membranding patrainya tentu harus mendapat dan pengawasan dan pengawalan dari lembaga pengawas pemilu sererti, KPU, BAWASLU, KPI

dan partisipasi masyarakat sehingga kegiatan kampanye digital tidak disalahgunakan kepada hal yang merugikan orang lain.

Salah satu lembaga yang diberi kewenangan penuh dengan pengawasan pemilu adalah badan BAWASLU, Bawaslu sebagai representasi negara yang diberi mandat didalam Undang-Undang 15 tahun 2011 dalam mengawasi pelaksanaan Pemilu Presiden dan Wakil Presiden

Peranan para lembaga penyelenggara pemilu yang independen dalam suatu negara demokrasi merupakan salah satu persyaratan penting untuk tercapainya pemilu yang demokratis. Selain itu, diperlukan regulasi tentang lembaga penyelenggara pemilu yang jelas agar terdapat kepastian hukum dalam hubungan checks and balances antar lembaga penyelenggara pemilu itu sendiri, akan tetapi hubungan yang seimbang antar lembaga penyelenggara pemilu itu sendiri tidak akan berjalan dengan baik apabila terdapat ketidakjelasan atau multitafsir mengenai pengaturan lembaga penyelenggara pemilu yang telah dibentuk dalam suatu negara.

Apabila ketidakjelasan pengaturan mengenai lembaga penyelenggara pemilu kerap kali terjadi maka hal ini akan menimbulkan kurangnya atau lemahnya wibawa dan integritas masing-masing lembaga penyelenggara tersebut. Ketika lembaga penyelenggara pemilu sudah lemah, maka yang akan terjadi adalah partai-partai politik yang rakus, yang akan menguasai dan mengendalikan segala proses penyelenggaraan pemilu di negara tersebut. Efektifitas pola kerja dari fungsi lembaga penyelenggara pemilu sangat menentukan bagaimana kualitas sistem demokrasi yang dikembangkan atau dilaksanakan oleh suatu negara. (Asshidiqie, 2009:404) . Salah satu bentuk hak yang dimiliki warga negara adalah hak untuk memilih dan dipilih dalam pemilu, dan merupakan kewajiban bagi pemerintah untuk melaksanakan pemilu. Oleh karena itu, penyelenggaraan pemilu merupakan tolak ukur bagi negara dengan sistem demokrasi sebagai bentuk perwujudan adanya kedaulatan rakyat (Budiardjo, 2008: 461)

Fenomena dari hasil pemilu Tahun 2020 bahwa hasil rilis laporan Bawaslu setidaknya ada 462 akun resmi yang masih aktif berkampanye saat masa tenang. Data tersebut berdasarkan pustaka iklan Facebook menurut Pasal 50 Peraturan KPU (PKPU) Nomor 11 Tahun 2020 mewajibkan partai politik atau gabungan partai politik menonaktifkan akun resmi mereka di media sosial ketika masa tenang (Robi Ardianto, bawaslu.go.id: 2020)

Sementara terhadap pengawasan konten internet pilkada baik akun resmi maupun tidak resmi, sejak 1 Oktober 2020 Bawaslu telah memeriksa 1557 url (uniform resource locator/ pengidentifikasi lokasi file di internet). Dengan rincian 892 url didapatkan dari Kementerian Komunikasi dan Informatika

(Kominfo) dan 665 alamat domain hasil patroli Bawaslu. (Robi Ardianto, bawaslu.go.id: 2020)

Selanjutnya bawaslu melalui Indeks Kerawanan Pemilu (IKP) Pilkada Serentak 2020, khususnya dalam temuan terkait dimensi kontestasi yang terdiri dari sub-dimensi pelanggaran kampanye, politik uang kepada pemilih, dan penyalahgunaan fasilitas negara, menyimpulkan bahwa Pilkada serentak 2020 memiliki tingkat kerawanan yang cukup diwaspadai. Bawaslu memberi skor 62,52% untuk kampanye di luar jadwal sehingga ini memang rawan terjadi (Bawaslu, 2020:39)

Didapatkan pula dari kanal-kanal pelaporan konten internet yang dimiliki Bawaslu sampai 10 Desember menerima 69 laporan melalui WhatsApp API, 58 laporan melalui kanal Laporkan di website Bawaslu, dan 76 laporan melalui Typeform. Berdasarkan hasil analisis Bawaslu terhadap 739 url itu, sebanyak 193 url melanggar Pasal 69 huruf c UU Pilkada, 522 url melanggar Pasal 69 huruf k UU Pilkada jo. PKPU 11/2020 jo. Pasal 62 PKPU 13/2020, 22 url melanggar Pasal 69 huruf b UU Pilkada, dan 2 url melanggar UU ITE (Robi Ardianto, bawaslu.go.id: 2020)

Menanggapi tingginya pelanggaran kampanye digital dalam hal ini Wakil Ketua Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) mengatakan bahwa ada beberapa hal terkait dengan peran KPI dalam Pilpres 2024 nantinya, dimana KPI harus bisa memastikan, menghimbau dan mengharapkan kepada lembaga penyiaran TV dan Radio untuk senantiasa menjaga atau mempertahankan independensinya serta netralitasnya dengan menyiarkan kegiatan pasangan Capres - Cawapres dengan berimbang dan proposional terutama dalam hal pemberitaan.

Efektivitas Kampanye Digital

Untuk mendapatkan suatu sistem pengawasan yang efektif, maka perlu dipenuhi beberapa prinsip pengawasan. Dua prinsip pokok yang merupakan suatu *condition sine qua non* bagi suatu sistem pengawasan yang efektif ialah adanya rencana tertentu dan adanya pemberian instruksi-instruksi, serta wewenang-wewenang kepada bawahan. Prinsip pokok pertama merupakan standar atau alat pengukur dari pekerjaan yang dilaksanakan oleh bawahan. Rencana tersebut menjadi penunjuk apakah sesuatu pelaksanaan pekerjaan berhasil atau tidak. Walaupun demikian, prinsip pokok kedua merupakan suatu keharusan yang perlu ada, agar sistem pengawasan itu memang benar-benar dapat efektif dilaksanakan. Wewenang dan instruksi-instruksi yang jelas harus dapat diberikan kepada bawahan karena berdasarkan itulah dapat diketahui apakah bawahan sudah menjalankan tugas dengan baik. Atas dasar instruksi yang diberikan kepada bawahan dapat diawasi pekerjaan seorang bawahan. Setelah kedua prinsip pokok diatas, maka suatu sistem pengawasan

haruslah mengandung prinsip-prinsip sebagai berikut: a. Dapat merefleksir sifat-sifat dan kebutuhan-kebutuhan dari kegiatan-kegiatan yang harus diawasi. b. Dapat dengan segera melaporkan penyimpangan-penyimpangan c. Fleksibel d. Dapat merefleksir pola organisasi e. Ekonomis f. Dapat dimengerti g. Dapat menjamin diadakannya tindakan korektif (Marihhot Manullang, 2014:157)

Dalam menentaskan agenda partai politik, tentu tidak terlepas dengan penggunaan kampanye media digital seperti: : 1. social media campaign, 2. digital campign, dan integrated marketing comunication hal ini bisa dilihat dari aktivitas setiap partai politik bahkan partai politik memiliki akun dan sosial media seperti: Instagram, Twitter, Youtube, tiktok, hingga media konvensional seperti televisi, koran dan radio ini hal ini dilakukan untuk: menciptakan hubungan dengan konsumen, 2. Meningkatkan brand awareness, 3. Meningkatkan traffic web site, mendorong daya minat beli, melibatkan brand secara keseluruhan (Digital Marketing, 2022), sisi lain tujuan partai politik membuat berbagai akun dan sosial media adalah untuk kepentingan mencapai tujuan partai politik seperti: 1. Sarana komunikasi partai politik dengan masyarakat luas, 2. Mengenalkan tokoh partai ke publik (masyarakat) seklaigus mengenalkan visi, misi, program kegiatan ke ruang publik, 3. Menarik dan merebut simpatisan masyarakat, 4. Membuat propaganda dan opini yang di ruang publik.

Social media campaign adalah aktivitas dan kegiatan pemasaran yang terarah dan terususun untuk memperkuat informasi suatu produk melalui media sosial (Didy, 2021) Kampanye media sosial juga berfokus pada target juga indikator, selain itu kampanye media sosial dilakukan banyak oleh brand yang memiliki ragam konsep dan tujuan dan saat melakukan kampanye media sosial memiliki tema dan tujuan tertentu. Pemahaman lain tentang kampanye digital dapat juga dipahami dari digital campign. Digital campign adalah jenis pemasaran integrasi dari bendang marketing dan komunikasi dengan melibatkan berbagai saluran digital. Tujuan utamanya ialah mendorong keterlibatan audiens dalam kampanye yang dibuat. Tidak hanya untuk menjual produk, kampanye digital juga bisa dimanfaatkan untuk melakukan aksi atau gerakan sosial, bahkan kegiatan politik (Digital Marketing, 2022) pemahaman lain tentang kampanye digital dapat dipahami dari pemahaman integrated marketing comunication adalah memanfaatkan berbagai media yang dimiliki, dari media sosial, seperti Instagram, Twitter, Youtube, hingga media konvensional seperti televisi, koran dan radio. Bahkan, ada perusahaan yang menggabungkan berbagai media tersebut, dalam bahasa pemasaran

Hal ini di perkuat dengan temuan penelitian penggunaan media sosial sebagai alat kampanye politik dianggap efektif misalnya pada kasus pemilihan

legislatif tahun 2014 (Abdillah, 2014), pemilihan gubernur DKI Jakarta 2012 (Ediraras, Rahayu, Natalina, & Widya, 2013), dan pemilihan presiden 2019 (Fadhlurrohman & Purnomo, 2020). Beberapa penelitian terdahulu tersebut memperlihatkan bahwa terdapat perubahan serta kemajuan yang signifikan dalam pelaksanaan kampanye (Khatami et al., 2021)

Banyaknya jumlah partai politik yang menggunakan akun dan sosial media dalam membranding patrainya tentu harus mendapat dan pengawasan dan pengawalan dari lembaga pengawas pemilu seperti, KPU, BAWASLU, KPI dan partisipasi masyarakat sehingga kegiatan kampanye digital tidak disalahgunakan kepada hal yang merugikan orang lain.

Bawaslu dan beberapa stake holder lainnya turut berperan dalam pengawasan kampanye digital dalam rangka mengkadirkan, keadilan, kepastian hukum, serta keadilan dalam sistem kampanye terhadap partai politik.

Pengertian Efektivitas banyak dikemukakan oleh para ahli di antaranya (Komariah, Aan, 2005:8) bahwa efektivitas menunjukkan ketercapaian tujuan/sasaran yang telah ditetapkan". Menurut S. P. Siagian., (1995:151) Efektivitas berarti penyelesaian pekerjaan tepat pada waktu yang telah ditetapkan". Hal ini menunjukkan bahwa pelaksanaan suatu pekerjaan dinilai baik atau tidak apabila dapat menjawab pertanyaan kapan pekerjaan tersebut dapat diselesaikan. Pendapat di atas sejalan dengan (Mulyasa, 2003:83) yang mengartikan efektivitas adalah adanya kesesuaian antara orang yang melaksanakan tugas dengan sasaran yang dituju,...bagaimana suatu organisasi berhasil mendapatkan dan memanfaatkan sumber daya dalam usaha mewujudkan tujuan operasional

Dalam ilmiah populer mendefinisikan efektivitas sebagai ketepatan penggunaan, hasil guna atau menunjang tujuan. Menurut Departemen Pendidikan Indonesia, (2002:8) Efektif adalah sesuatu yang ada efeknya (akibatnya, pengaruhnya, kesannya) sejak dimulai berlakunya suatu Undang-Undang atau Peraturan, Sedangkan efektivitas itu sendiri adalah keadaan dimana dia diperankan untuk memantau.

Dengan redaksi yang berbeda dikemukakan oleh Stephen P. Robbin, (1995:49) yang menyatakan bahwa efektivitas diartikan "sebagai tingkat keberhasilan suatu organisasi dalam mencapai tujuannya". Sedangkan Davis, (1981:7) mengartikan efektivitas adalah "menghasilkan sesuatu dan melayani masyarakat dengan tepat". Adapun Prawirosantono S (1999:27) mengartikan efektivitas adalah mengacu kepada ukuran keberhasilan pencapaian satu tujuan, atau apa yang dicapai dibandingkan apa yang direncanakan. Menurut John Adair, (1980:141) efektivitas diartikan sebagai pencapaian tujuan apa yang dicapai sesuai dengan yang diinginkan. Pendapat di atas didukung oleh

Gaspersz, (2002:199) yang menyatakan bahwa efektivitas adalah pencapaian tujuan. Konsep di atas merupakan pendekatan total quality manajemen yang menyarankan bahwa efektivitas yang dilakukan pemimpin dalam kepemimpinan manajemen kualitas bukan hanya untuk menemukan atau mencata kegagalan yang dibuat pekerja dan memberikan hukuman atas kegagalannya. Tetapi yang paling esensi adalah menghilangkan penyebab kegagalan dan mencari solusinya dengan membantu pekerja untuk lebih baik dalam mengerjakan pekerjaannya dengan memperhatikan pencapai tujuan.

Penjelasan lain tentang efektivitas adalah William B. Werther and Keith Davis, (1981:191) mengartikan efektivitas adalah menghasilkan sesuatu dan melayani masyarakat dengan tepat. Adapun Prawirosantono, (1999:27) mengartikan efektivitas adalah mengacu kepada ukuran keberhasilan pencapaian satu tujuan, atau apa yang dicapai dibandingkan apa yang direncanakan.

Senada dengan itu Komarudin, (1994:30) menyatakan bahwa efektivitas adalah suatu keadaan yang menunjukkan keberhasilan (atau kegagalan) kegiatan manajemen dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan lebih dahulu. Lebih lanjut dikemukannya bahwa, hasil kerja dikatakan efektif apabila terdapat kemampuan dalam pelaksanaan tugas-tugas sebagai usaha untuk keseimbangan yang dinamis antara kualitas dan kuantitas kerja. Ketidakefektifan suatu kerja dapat pula terjadi karena tidak didapatinya tenaga profesional serta tidak berpengalaman, berpengetahuan yang sangat minim dan tidak didukung oleh dana yang memadai.

Menurut Patricia Buhler (2004:7) bahwa yang dikatakan efektif berarti mengerjakan pekerjaan yang benar dan efisien. Efektivitas didefinisikan juga sebagai suatu ukuran tingkatan input yang dapat dibandingkan terhadap output yang ditargetkan (ukuran keberhasilan mencapai output yang ditargetkan). Sehingga dalam berbagai keadaan dan kondisi biasanya penggunaan kata efektif dan efisien cenderung digunakan sejalan.

Jadi efektivitas merupakan suatu ukuran keberhasilan / kesuksesan dalam melakukan tugas-tugas sesuai dengan perencanaannya, baik dilakukan atas nama perorangan, organisasi maupun lembaga /instansi, yang dalam pelaksanaannya didukung oleh tenaga profesional, berpengalaman dan memiliki pengetahuan serta dana yang memadai.

Dalam perkembangan selanjutnya, efektivitas menjadi isu sentral baik secara implisit maupun eksplisit, dalam semua pekerjaan pakar dan peneliti yang melakukan kajian tentang organisasi.(K.S. Cameron, 1986:5). Karena efektivitas sesuatu dapat dijadikan sebagai tolak ukur dalam menilai keberhasilan sesuatu pekerjaan maupun keadaan. Dengan demikian, menurut

Charles Lusthaus, (2002:94) bahwa penggambaran variasi efektivitas merupakan salah satu tema abadi dalam studi kinerja organisasi.

Efektifitas pengawasa (Atiska, 2021) pengawasan merupakan suatu proses untuk menjamin tujuan-tujuan organisasi dapat tercapai yang berkaitan dengan cara-cara membuat kegiatan sesuai dengan apa yang telah direncanakan sebelumnya. (Susila Wibawa, 2019) Pemilu merupakan wujud dari proses demokrasi. Pelaksanaan pemilu yang baik dengan didasarkan pada asas *luber* dan *adil*, akan menghasilkan pemerintahan yang harusnya berkualitas baik, pemerintah yang kredibel dan diterima oleh masyarakat. (Nurkinan, 2018:69) Kualitas penyelenggaraan Pemilu, selain dapat diukur dari terlaksananya setiap tahapan Pemilu secara tepat waktu, pun pemilu berlangsung secara langsung, umum, bebas, rahasia (*luber*), jujur dan adil (*JURDIL*), serta dengan dipatuhinya seluruh peraturan perundang-undangan yang mengatur mengenai Pemilu kegiatan penyelenggaraan pemilu yang baik tentu nantinya akan membawa kepada penyelenggaraan pemerintahan yang baik, yang berkeadilan dan mensejahterakan

Dalam Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 Tentang Pemilihan Umum tugas Bawaslu bertugas: a. Menyusun standar tata laksana pengawasan penyelenggaraan pemilu untuk pengawas pemilu di setiap tingkatan. b. Melakukan pencegahan dan penindakan terhadap pelanggaran pemilu dan engketa proses pemilu. c. Mengawasi persiapan penyelenggaraan pemilu, yang terdiri atas: perencanaan dan penetapan jadwal tahapan pemilu, perencanaan pengadaan logistik oleh KPU, sosialisasi penyelenggaraan pemilu, dan pelaksanaan persiapan lainnya dalam penyelenggaraan pemilu sesuai dengan ketentuan peraturan perundangundangan. d. Mengawasi pelaksanaan tahapan penyelenggaraan pemilu. e. Mencegah terjadinya praktik politik uang, Mengawasi netralitas aparatur sipil negara, netralitas anggota Tentara Nasional Indonesia, dan netralitas anggota Kepolisian Republik Indonesia. g. Mengawasi pelaksanaan putusan/keputusan. h. Menyampaikan dugaan pelanggaran kode etik penyelenggara pemilu kepada DKPP. i. Menyampaikan dugaan tindak pidana pemilu kepada Gakkumdu; j. Mengelola, memelihara, dan merawat arsip serta melaksanakan penyusutannya berdasarkan jadwal retensi arsip sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan; k. Mengevaluasi pengawasan pemilu. l. Mengawasi pelaksanaan Peraturan KPU. m. Melaksanakan tugas lain sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

(Nurkinan, 2018:35) Sesuai dan sejalan dengan amanat reformasi bahwa penyelenggaraan Pemilu harus dilaksanakan secara lebih berkualitas agar lebih menjamin derajat kompetisi yang sehat, partisipasi, mempunyai derajat

ketewakilan yang lebih tinggi dan memiliki mekanisme pertanggung jawaban yang lebih jelas. Karena itu selain selain diperlukan perangkat undang- undang yang jelas, juga diperlukan pengawasan dalam pelaksanaan dari undang- undang pemilu tersebut.

Mengkaji tugas dari Bawaslu maka dapat disimpulkan bahwa tugas Bawaslu sangat luas, sangat banyak, dan melintasi berbagai tahapan, mulai dari tahapan pra pemilu, tahapan pemilu, dan tahapan pasca pemilu. Pengawasan yang dilakukan oleh Bawaslu akan sangat terbatas, mengingat wilayah Indonesia sangat luas, dan yang diawasi sangat banyak. Fungsi pengawasan tentu merupakan hal yang sangat vital dalam rangka mencapai tujuan pemilu. Disinilah pentingnya Bawaslu sebagai penjamin nilai-nilai demokrasi, sehingga demokrasi prosedur yang dijalankan selaras dengan demokrasi substantif yang menjadi cita-cita bersama seluruh rakyat dan bangsa Indonesia. Bawaslu memiliki makna penting bagi penjamin terlaksananya demokrasi di ruang publik. Demokrasi mensyaratkan adanya peran serta rakyat (anggota ruang publik) dalam menentukan tata kehidupan bersama dan menjadi negara layak huni, manusiawi, dan baik.

Pengawasan Kampanye Digital

Kampanye adalah kegiatan peserta pemilu atau pihak lain yang ditunjuk oleh peserta pemilu untuk meyakinkan Pemilih dengan menawarkan visi, misi, program, dan citra diri dari peserta pemilu. definisikan kampanye sebagai serangkaian tindakan komunikasi yang terencana dengan tujuan untuk memberikan efek tertentu pada sejumlah besar khalayak yang dilakukan berkelanjutan dalam kurun waktu tertentu. Sedangkan, Wlezien (2010) mendeskripsikan kampanye sebagai salah satu cara untuk menarik perhatian orang lain, khususnya pemilih dalam pelaksanaan Pemilu. Maka dapat disimpulkan bahwa kampanye dalam pelaksanaan Pemilu/Pilkada merupakan serangkaian aktivitas yang dilakukan oleh seseorang dengan tujuan untuk menarik perhatian pemilih. Kampanye merupakan hal lumrah yang sering ditemukan bahkan dalam beberapa waktu sering ditemukan implementasi dari kegiatan kampanye yang tidak sesuai dengan regulasi yang telah ditetapkan. Ada 4 faktor yang dapat mempengaruhi kampanye pemilu, yaitu kandidat, program kerja, isu kandidat, organisasi kampanye (mesin politik) dan sumber daya (uang). (Ramzi Murziqin dkk, 2019)

Dalam Peraturan Bawaslu Nomor 33 Tahun 2018 tentang Pengawasan Kampanye Pemilu telah disebutkan mengenai alat peraga kampanye dan bahan kampanye yang digunakan dalam pelaksanaan kampanye pemilu. Alat Peraga Kampanye adalah semua benda atau bentuk lain yang memuat visi, misi, program, dan informasi lainnya dari peserta pemilu, symbol atau tanda gambar

peserta pemilu, yang dipasang untuk keperluan kampanye yang bertujuan untuk mengajak orang memilih peserta pemilu tertentu

Lebih lanjut alat peraga kampanye tidak boleh dipasang pada tempat-tempat yang dilarang yakni: a. Tempat ibadah termasuk halaman b. Rumah sakit atau tempat pelayanan kesehatan c. Gedung milik pemerintah d. Lembaga pendidikan (gedung dan sekolah) dalam pelaksanaan kampanye secara teknis tertuang pula dalam Peraturan Komisi Pemilihan Umum (PKPU) Nomor 23 Tahun 2018 Tentang Kampanye Pemilihan Umum., 2018: Pasal 34 ayat 2) Bahan kampanye adalah semua benda atau bentuk lain yang memuat visi, misi, program, dan/atau informasi lainnya dari peserta pemilu, symbol atau tanda gambar yang disebar untuk keperluan kampanye yang bertujuan untuk mengajak orang memilih peserta pemilu tertentu. Bahan kampanye ada berbagai bentuk yaitu selebaran (flyer), brosur, pamphlet, poster, stiker, pakaian, penutup kepala, alat minum/makan, kalender, kartu nama, pin dan alat tulis.

Bahan kampanye tidak boleh disebar atau ditempelkan di tempat umum yakni sebagai berikut: a. Tempat ibadah b. Rumah sakit atau tempat pelayanan kesehatan c. Gedung atau fasilitas milik pemerintah d. Lembaga pendidikan e. Jalan protokol f. Jalan bebas hambatan g. Sarana dan prasarana public h. Taman dan pepohonan. Dalam proses tahapan kampanye pemilihan umum dapat dilakukan melalui metode sebagai berikut: a. Pertemuan terbatas b. Pertemuan tatap muka c. Penyebaran Bahan Kampanye Pemilu kepada umum d. Pemasangan Alat Peraga Kampanye di tempat umum e. Media sosial f. Iklan media cetak, media elektronik, dan media dalam jaringan g. Rapat umum h. Debat pasangan Calon Presiden dan Wakil Presiden untuk Pemilu Presiden dan Wakil Presiden, dan i. Kegiatan lain yang tidak melanggar larangan Kampanye Pemilu dan ketentuan peraturan perundang-undangan (Peraturan Komisi Pemilihan Umum (PKPU) Nomor 23 Tahun 2018 Tentang Kampanye Pemilihan Umum., 2018)

Pengawas pemilu melaksanakan pengawasan terhadap seluruh kegiatan yang dilarang dan materi kampanye yang dilarang. Adapun kegiatan kampanye yang dilarang adalah: 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 j. Menjanjikan atau memberikan uang atau materi lainnya kepada Peserta Kampanye. (Peraturan Komisi Pemilihan Umum (PKPU) Nomor 23 Tahun 2018 Tentang Kampanye Pemilihan Umum., 2018)

Materi kampanye yang dilarang dalam tahapan kampanye adalah sebagai berikut: a. Bertentangan dengan nilai Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945 b. Bertentangan dengan hukum, moralitas, agama, dan jati diri bangsa c. Informasi yang tidak benar dan tidak bertanggung jawab d. Tidak menghormati perbedaan suku, agama, ras, dan golongan dalam masyarakat.

Dalam melakukan Pengawasan kampanye, Bawaslu Kabupaten/Kota melakukan hal-hal sebagai berikut: a. Penyusunan standar tata laksana pengawasan b. Penyusunan peta kerawanan c. Menentukan fokus pengawasan tahapan kampanye d. Melakukan koordinasi dan konsolidasi kepada pemangku kepentingan terkait e. Pengawasan langsung f. Investigasi, dan g. Pengawasan partisipatif (Peraturan Komisi Pemilihan Umum (PKPU) Nomor 23 Tahun 2018 Tentang Kampanye Pemilihan Umum., 2018)

Lebih lanjut (Nurkinan, 2018:45) Pengawasan kampanye adalah kegiatan mengamati, mengkaji, memeriksa dan meneliti proses kampanye Pemilu kabupaten/kota sesuai ketentuan peraturan perundangan-undangan, lebih lanjut aktivitas pengawasan kampanye adalah kegiatan mengamati, mengkaji, memeriksa dan meneliti proses kampanye Pemilu kabupaten/kota sesuai ketentuan peraturan perundangan-undangan.

Perlunya pengawasan melekad dalam pemilu alasan mendasarnya adalah karena Politik memiliki dimensi pelanggaran (violatif). Artinya politik rentan terhadap kekerasan, manipulasi, intrik-intrik, strategi kotor, ketidakadilan sistematis, kerancuan dan kekacauan. Kecenderungan ini mungkin saja terjadi dan kerap terjadi, karena itu diperlukan mekanisme pengawasan yang memastikan proses politik berlangsung simpatik dan meminimalisir aspek violatif dari pesta demokrasi.

Dengan adanya pengawasan terhadap penyelenggaraan Pemilu dari dalam dan dari luar lembaga penyelenggara, diharapkan pemilu dapat terlaksana dengan demokratis dan memenuhi azas Pemilu. Pada tahapan pelaksanaan Pemilu, Bawaslu pusat maupun di daerah, berhak melakukan pengawasan terhadap peserta Pemilu dan juga terhadap penyelenggara Pemilu. Apabila dalam tahapan Pemilu ditemukan adanya pelanggaran maka Panwaslu akan melakukan tindakan dengan kewenangannya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kepustakaan (*library research*) dengan segala usaha yang dilakukan oleh peneliti untuk menghimpun informasi yang relevan dengan topik atau masalah yang akan atau sedang diteliti. Informasi itu dapat diperoleh dari buku-buku ilmiah, laporan penelitian, karangan-karangan ilmiah, tesis dan disertasi, peraturan-peraturan, ketetapan-ketetapan, buku tahunan, ensiklopedia dan sumber-sumber tertulis baik tercetak maupun elektronik lain dan hasil penelitian terdahulu yang mendukung tema penelitian (Masrukhin, 2015), diantaranya literatur tentang kepengawasan pemilu, kampanye pemilu, pemilihan umum.

Analisis data dilakukan dengan menggunakan konten analisis (menganalisis data, fakta) dari data yang digunakan dalam penelitian. Proses penelitian ini dimulai dengan tahapan yakni: mengidentifikasi dan mendapatkan pengetahuan serta informasi yang relevan dengan tema pengawasan dan kampanye pemilu, kemudian menganalisis hasil temuan masalah, mengkomparasikan telaah teori yang dipakai, menguji metode penelitian yang dipakai serta menganulir keabsahan data yang digunakan untuk menjadikan sebuah hasil penelitian selanjutnya memengembangkan dan mengekspresikannya menjadi temuan baru

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengawasan dalam pemilu memiliki peran yang cukup penting dalam praktik pemilu esensi pengawasan dalam pemilu untuk menjamin pemilu berkepastian hukum dan berjalan sesuai dengan koridor dan berpegang pada prinsip besifat langsung, umum, bebas, adil, dan rahasia (Bawaslu RI, 2015: 12) atau dalam istilah lain terwujudnya *electoral integrity* dan *electoral justice* (Norris, 2014) Pengawasan dilakukan untuk mencegah dan mengurangi terjadinya pelanggaran pemilu seperti kecurangan, manipulasi, atau mal praktik baik dilakukan oleh penyelenggara pemilu maupun peserta pemilu (Brancati, 2014)

Pengawasan dilakukan untuk mencegah dan mengurangi terjadinya pelanggaran pemilu seperti kecurangan, manipulasi, atau mal praktik baik dilakukan oleh penyelenggara pemilu maupun peserta pemilu (Brancati, 2014).

Undang - undang nomor 7 tahun 2017 bahwa Bawaslu memiliki tugas dan wewenang sebagai berikut:(1) mengawasi pelaksanaan penyelenggaraan seluruh pemilu; tahapan (2) menampung, mengkaji, dan meneruskan laporan mengenai dugaan pelanggaran administrasi pemilu kepada KPU; (3) menampung, mengkaji, dan meneruskan laporan mengenai pelanggaran pidana pemilu kepada kepolisian; (4) Menampung gugatan pemilu dan menyelesaikan sengketa pemilu.

Praktekk kampanye digital menggeligit bahkan menjadi alat kampanye paling banyak digunakan oleh partai politik tidak terlepas pula dengan penguasaan kampanye media digital seperti : 1. social media campaign, 2. digital campign, dan integrated marketing comunication hal ini bisa dilihat dari aktivitas setiap partai politik bahkan partai politik memiliki akun dan sosial media seperti: Instagram, Twitter, Youtube, tiktok, hingga media konvensional seperti televisi, koran dan radio ini hal ini dilakukan untuk: meciptakan hubungan dengan konsumen, 2. Meningkatkan brad awareness, 3. Meningkatkan traffic web site, mendorong daya minat beli, melibatkan brant secara keseluruhan (Digital Marketing, 2022), sisi lain tujuan partai politik membuat berbagai akun dan sosial media adalah untuk kepentingan mencapai tujuan partai politik seperti: 1. Sarana komunikasi partai politik dengan masyarakat luas, 2. Mengenalkan tokoh partai ke publik (masyarakat) seklaigus mengenalkan visi, misi, program kegiatan ke ruang publik, 3. Menarik dan merebut simpatisan masyarakat, 4. Membuat propaganda dan opini yang di ruang publik.

Hal ini di perkuat dengan temuan penelitian penggunaan media sosial sebagai alat kampanye politik dianggap efektif misalnya pada kasus pemilihan legislatif tahun 2014 (Abdillah, 2014), pemilihan gubernur DKI Jakarta 2012 (Ediraras, Rahayu, Natalina, & Widya, 2013), dan pemilihan presiden 2019 (Fadhlorrohman & Purnomo, 2020). Beberapa penelitian terdahulu tersebut memperlihatkan bahwa terdapat perubahan serta kemajuan yang signifikan dalam pelaksanaan kampanye (Khatami et al., 2021)

Reformasi sekaligus strategi bawaslu dalam mengantisipasi kampanye digital Salah satunya dia menyebutkan akan memantapkan Peraturan Bawaslu (Perbawaslu) untuk mendukung atmosfir pengawasan berbasis teknologi digital dengan Mengutamakan pendekatan pengawasan berbasis teknologi digital, dengan tetap mempertimbangkan kemampuan atau kesiapan masing-masing daerah terutama kendala akses jaringan teknologi informasi. awaslu

memantapkan sistem aplikasi pengawasan berbasis teknologi digital yang saat ini digunakan, yaitu sosialisasi penggunaan sistem aplikasi digital untuk kalangan internal maupun stakeholder (Purnawan, 2022)

Dalam kajian rumah demokrasi Meliani, Media Antara:2023) Selain mengawasi kampanye ruang digital perlu dilakukan evaluasi berkala dalam rangka mengontrol secara maksimal pemanfaatan teknologi digital dalam penyelenggaraan pemilu agar tidak bermasalah seperti aplikasi sistem informasi partai politik (SIPOL)

Digitalisasi dalam penyelenggaraan pemilu harus sejalan dengan tujuan pemilu yaitu untuk meningkatkan kepercayaan publik pada proses transisi pemerintah melalui transisi pesta demokrasi.

Pemanfaatan dari sistem teknologi itu dalam rangka membangun dan membantu pemilu agar menjadi moder dan lebih adaptif terhadap perkembangan dunia dan teknologi untuk itu alur utama dalam pengawasan kampanye digital adalah harus selangkah lebih maju dan adaktif dalam menerapkan berbagai upaya pengawasan pemilu

Secara kelembagaan, Pengawas Pemilu dikuatkan kembali dengan dibentuknya lembaga tetap Pengawas Pemilu di tingkat provinsi dengan nama Badan Pengawas Pemilu Provinsi (Bawaslu Provinsi). Hingga keluarnya Undang-undang Nomor 7 Tahun 2017 Bawaslu dibentuk hingga di tingkat kabupaten/kota, menjadi badan tetap dan menjadi lembaga negara non struktural yang bertugas mengawasi setiap tahapan penyelenggaraan pemilu sekaligus dapat melakukan pencegahan pelanggaran praktek kampanye digital

Pada perhelatan pemilu sebelumnya bahwa kompleksitas penyelenggaraan pemilu sangat menyita perhatian publik khususnya pengawasan pemilu. Mengawasi penyelenggaraan pemilihan umum, Bawaslu tidak dapat bekerja sendirian. Bawaslu juga sangat membutuhkan kerjasama dari seluruh stakeholder yang ada, khususnya masyarakat Indonesia.

Dengan aktifnya masyarakat Indonesia dalam mengikuti perkembangan pemilu, maka pengawasan pemilu juga akan sangat efektif. Pengawasan pemilu berbasis digital juga sudah digalakkan oleh Badan Pengawas Pemilu mulai dari tingkat pusat hingga kabupaten/kota untuk melakukan pencegahan pelanggaran praktek kampanye digital di ruang publik on-line.

Bawaslu memiliki program Pengawasan Partisipatif adalah untuk mewujudkan Pemilu yang berintegritas, membutuhkan partisipasi masyarakat dan Pengawasan terintegrasi dengan menyediakan forum koordinasi formal antar- lembaga pengawas, yang terdiri dari perwakilan dari pengawasan pada rezim etik (DKPP), pemerintahan (APIP), pelayanan publik (Ombudsman),

penegakan hukum (Kepolisian, Kejaksaan, dan KPK), dengan Bawaslu sebagai koordinatornya (Saleh & Hadi, 2021).

Dalam tahapan ini kita harus memahami apa saja yang diawasi pada tahapan pengajuan Bakal Calon Anggota DPR RI, DPRD Provinsi, dan DPRD Kabupaten/Kota, yang perlu kita awasi adalah pengawasan terhadap tindakan KPU, KPU Provinsi, dan KPU Kabupaten/Kota yang berpotensi menguntungkan dan merugikan parpol peserta pemilu dalam pengajuan bakal calon legislatif. Pengawasan pemilu yang dilakukan oleh masyarakat baik secara langsung maupun berbasis teknologi yang kemudian dilaporkan ke bawaslu akan mewujudkan Pemilu yang langsung, umum, bebas, rahasia, jujur dan adil.

KESIMPULAN

Pengawasan kampanye berbasis digital harus menjadi perhatian serius dalam penanganannya untuk mencegah pelanggaran praktek kampanye digital, bawaslu sebagai lembaga pengawasan dalam pemilu memiliki peran yang cukup penting dalam praktik pemilu untuk menjamin pemilu berkepastian hukum adil, akuntabel dan berjalan sesuai dengan koridor dan berpegang pada prinsip bersifat langsung, umum, bebas, adil, dan rahasia sesuai dengan perundang undangan

Pengawasan yang dilakukan dalam masa kampanye dan diluar jadwal kampanye berbasis digital sangat penting untuk mencegah dan mengurangi terjadinya pelanggaran pemilu seperti kecurangan, manipulasi, atau mal praktik baik dilakukan oleh penyelenggara pemilu maupun peserta pemilu

Perlu dan pentingnya efektivitas pelaksanaan tugas bawaslu dalam menganalisis tantangan dan hambatan yang dihadapi dalam pelaksanaan pengawasan kampanye berbasis digital seperti 1. social media campaign, 2. digital campign, dan integrated marketing comunication melalui integrasi akun dan sosial media Instagram, Twitter, Youtube, tiktok, hingga media konvensional seperti televisi, koran dan radio sehingga melahirkan kualitas penyelenggaraan pemilu yang baik yakni berlangsung secara langsung, umum, bebas, rahasia (luber), jujur dan adil (JURDIL),

Pencegahaan dan pelanggaran praktek kampanye digital secara efektif harus memaksimalkan program pengawasan partisipatif bersama masyarakat dan pengawasan terintegrasi dengan menyediakan forum koordinasi formal antar-lembaga pengawas, yang terdiri dari perwakilan dari pengawasan pada rezim etik (DKPP), pemerintahan (APIP), pelayanan publik (Ombudsman), penegakan hukum (Kepolisian, Kejaksaan, dan KPK), dengan Bawaslu sebagai koordinatornya

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, L. A. (2014). Social Media as Political Party Campaign in Indonesia. *Jurnal Ilmiah Matrik*, 16 (12), 1-10. Retrieved from <http://jurnal.binadarma.ac.id/index.php/jurnalmatrik/article/view/248>
- Asshidiqie, J. (2009). *Pengantar Ilmu Hukum Tata Negara*. Raja Grafindo Persada.
- Atiska, E. (2021). *Pelaksanaan Fungsi Pengawasan Badan Pengawas Pemilihan Umum Pada Pemilu Serentak 2019 Kabupaten Rokan Hilir*. 81.
- Bawaslu RI. (2015). *Bimbingan Teknis bagi Bawaslu Provinsi dalam rangka Pemilihan Gubernur, Bupati dan Walikota Tahun 2015*. Diakses pada <http://ppid.bawaslu.go.id/sites/default/files/dokumen%20berkala/1.%20MODULPEMILUKADA-2015.pdf>. 19 Februari 2018. Brancati,.
- Brancati, D. (2014). Building Confidence in Elections: The Case of Electoral Monitors in Kosova. *Journal of Experimental Political Science*, 1(1), 6-15.
- Budiardjo, M. (2008). *Dasar-Dasar Ilmu Politik*. Gramedia Pustaka Utama.
- Buhler, P. (2004). *Alpha teach yourself: Management Skills dalam 24 Jam*. Prenada.
- Charles Lusthaus, E. al. (2002). *Organizational Assesment*. Development Bank.
- Davis, W. B. W. and K. (1981). *Human Resources Management*. Mc Graw hill Inc.
- Departemen Pendidikan Indonesia. (2002). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Balai Pustaka.
- Didy, I. (2021). *Mau Brand-mu Makin Dikenali? Yuk, Coba Social Media Campaign dan Strateginya*. <https://glints.com/id/lowongan/social-media-campaign/#:~:text=menciptakan dan menjaga hubungan dengan konsumen meningkatkan brand,website mendorong penjualan meningkatkan keterlibatan brand secara keseluruhan>
- Digital Marketing. (2022). *Strategi Membuat Kampanye Digital yang Efektif*.
- Ediraras, D. T., Rahayu, D. A., Natalina, A., & Widya, W. (2013). Political Marketing Strategy of Jakarta Governor Election in The 2012s. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 81, 584-588. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.06.480>
- Fadhlorrohman, M. I., & Purnomo, E. P. (2020). The role of online mass media as a tool for the 2019 political campaign in Indonesia. *Jurnal Studi Komunikasi*, 4(2), 311-325. <https://doi.org/10.25139/jsk.v4i2.2182>
- Gaspersz, V. (2002). *Total Quality Management (TQM)*. Gramedia Pustaka Utama.
- JDIH BKP, R. (2007). UU Nomor 7 Tahun 2017 Tentang Pemilihan Umum. In *JDIH BKP RI: Vol.* (Issue). JDIH BKP RI. <https://doi.org/10.35457/supremasi.v9i2.793>

- John Adair. (1980). *Effective Decision making*. Rupa & Co.
- K.S. Cameron. (1986). Effectiveness as Paradox: Concesus and Conflict in Conceptions of Organizational Effectiveness. *Management Science*, 32(5).
- Khatami, M. I., Pahlevi, M. E. T., & Amrurobbi, A. A. (2021). Studi Pemantauan Kampanye Digital para Kandidat dalam Pilkada 2020 Kabupaten Bantul di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Adhyasta Pemilu*, 4(2), 22-35. <https://doi.org/10.55108/jap.v4i2.52>
- Komariah, Aan, dan C. T. (2005). *Visionary Leadership Menuju Sekolah Efektif*. Bumi Aksara.
- Komarudin. (1994). *Managemen Berdasarkan Sasaran*. Bumi Aksara.
- Peraturan Komisi Pemilihan Umum (PKPU) Nomor 23 Tahun 2018 tentang Kampanye Pemilihan Umum., (2018).
- Marihot Manullang. (2014). *Manajemen*. Citapustaka Media Perintis.
- Meliani, T. (2023). *Rumah Demokrasi harap Bawaslu dapat awasi kampanye digital caleg*. <https://www.antaranews.com/Berita/3567105/Rumah-Demokrasi-Harap-Bawaslu-Dapat-Awasi-Kampanye-Digital-Caleg>. <https://www.antaranews.com/berita/3567105/rumah-demokrasi-harap-bawaslu-dapat-awasi-kampanye-digital-caleg>
- Mulyasa. (2003). *Manajemen Berbasis Sekolah Konsep, Strategi dan Implementasi*. Remaja Rosda Karya.
- Norris, P. (n.d.). *Why Electoral Integrity Matters*. Cambridge University Press.
- Nurkinan, N. (2018). Peran Partisipasi Masyarakat Dalam Pengawasan Pemilihan Umum Serentak Anggota Legislatif Dan Pilres Tahun 2019. *Jurnal Politikom Indonesiana*, 3(1), 26-40. <https://journal.unsika.ac.id/index.php/politikomindonesiana/article/view/1409>
- Purnawan, H. (2022). *Strategi Pengawasan Pemilu Serentak 2024, Bawaslu Matangkan Aplikasi Digitalisasi Pengawasan Pemilu*. <https://www.bawaslu.go.id>. <https://www.bawaslu.go.id/id/berita/strategi-pengawasan-pemilu-serentak-2024-bawaslu-matangkan-aplikasi-digitalisasi-pengawasan>
- Ramzi Murziqin dkk. (2019). *Impresi Pengawasan Pemilu 2019 di Kabupaten Bireuen*. SCAD Independent.
- Peraturan Bawaslu Nomor 33 Tahun 2018 tentang Pegawasan Kampanye Pemilu, Pub. L. No. Nomor 33 Tahun 2018 (2018).
- RI, B. (2020). *Indeks Kerawanan Pemilu (IKP) Pilkada Serentak 2020*.
- Rogers, E. M., & Storey, J. D. (1987). Communication Campaigns. In C. R. Berger & S. H. Chaffee (Eds.), *Handbook of Communication Science*. Newbury Park: SAGE Publications.

- Robi Ardianto. (2020). Pelanggaran di Internet Meningkat, 462 Akun Resmi Masih Kampanye di Masa Tenang. *Https://Www.Bawaslu.Go.Id/*.
<https://www.bawaslu.go.id/id/berita/pelanggaran-di-internet-meningkat-462-akun-resmi-masih-kampanye-di-masa-tenang>
- S. P. Siagian. (1995). *Organisasi Kepemimpina dan Perilaku Administrasi*. Gunung Agung.
- Saleh, M., & Hadi, S. (2021). Pengawasan Terintegrasi Terhadap Kampanye Prematur Petahana Dalam Pemilihan Kepala Daerah. *Jurnal Adhyasta Pemilu*, 3(2), 101-120. <https://doi.org/10.55108/jap.v3i2.13>
- Stephen P. Robbin. (1995). *Teori Organisasi: Struktur, Disain dan Aplikasi, terjemahan Yusuf Udaya*. Uranca.
- Susila Wibawa, K. C. (2019). Pengawasan Partisipatif untuk Mewujudkan Good Governance dalam Penyelenggaraan Pemilihan Umum Serentak di Indonesia. *Administrative Law and Governance Journal*, 2(4), 615-628. <https://doi.org/10.14710/alj.v2i4.615-628>
- Suyadi Prawirosantono. (1999). *Kebijakan Kinerja Karyawan*. BPFE.
- William B. Werther and Keith Davis. (1981). *Human Resources Management*. Mc Graw hill Inc.
- Wlezien, C. (2010). Election Campaigns. In L. LeDuc, R. G. Niemi, & P. Norris (Eds.), *Comparing Democracies 3: Election and Voting in the 21st Century* (pp. 98-117). London: SAGE Publications.