

# SOSIALISASI PESERTA PEMILU DALAM KERANGKA IMPLEMENTASI PERATURAN KPU NOMOR 33 TAHUN 2018 TENTANG KAMPANYE PEMILIHAN UMUM JELANG PEMILU 2024

---

ARFIANTO PURBOLAKSONO

THE INDONESIAN INSTITUTE, CENTER FOR PUBLIC POLICY RESEARCH

# PENDAHULUAN

---

Gencarnya sosialisasi Partai Politik (parpol) sebelum jadwal kampanye Pemilu 2024 menimbulkan polemik. Hal ini berpotensi memunculkan ketidakadilan parpol tertentu berpeluang untuk mencuri *start* kampanye.

Namun, Komisi Pemilihan Umum (KPU) tidak mengeluarkan aturan tentang sosialisasi sehingga parpol boleh melakukan sosialisasi sebelum masa kampanye dengan sejumlah batasan.

KPU beralasan tidak ada perbedaan antara regulasi terkait sosialisasi pada Pemilu 2019 dengan Pemilu 2024, karena undang-undang (UU) yang digunakan pun tidak memiliki perubahan

Melihat kondisi di atas, The Indonesian Institute, Center for Public Policy (TII) mengevaluasi implementasi PKPU Nomor 33 Tahun 2018 tentang Kampanye Pemilihan Umum, khususnya terkait pelaksanaan sosialisasi peserta Pemilu jelang Pemilu 2024.

# ANALISIS IMPLEMENTASI KEBIJAKAN

---

Analisis kebijakan dalam evaluasi implementasi PKPU Nomor 33 Tahun 2018 tentang Kampanye Pemilihan Umum, menggunakan pendapat dari Quade (dalam Akib, 2010). Quade memberikan gambaran bahwa terdapat empat variabel yang perlu diperhatikan dalam analisis implementasi kebijakan publik, yaitu:

1. Kebijakan yang diimpikan, yaitu pola interaksi yang diimpikan agar orang yang menetapkan kebijakan berusaha untuk mewujudkan;
2. Kelompok target, yaitu subyek yang diharapkan dapat mengadopsi pola interaksi baru melalui kebijakan dan subyek yang harus berubah untuk memenuhi kebutuhannya;
3. Organisasi yang melaksanakan, yaitu biasanya berupa unit atau satuan kerja birokrasi pemerintah yang bertanggung jawab mengimplementasikan kebijakan, dan
4. Faktor lingkungan, yaitu elemen sistem dalam lingkungan yang implementasi kebijakan.

# TEMUAN

---

Pada **variabel pertama** yaitu kebijakan yang diinginkan agar orang yang menetapkan kebijakan berusaha untuk mewujudkan. Implementasi PKPU Nomor 33 tahun 2018 belum sepenuhnya sesuai dilakukan.

Pernyataan Ketua KPU yang menyatakan dalam sosialisasi, parpol hanya boleh menampilkan gambar partai, nomor urut, dan visi-misi. Lalu, sosok yang boleh tampil di sosialisasi hanyalah ketua umum dan sekretaris jenderal parpol untuk kepengurusan tingkat pusat. Untuk kepengurusan level daerah, hanya ketua dan sekretaris yang boleh tampil (Kompas.com, 1/3/2023).

Padahal pada Pasal 25 PKPU Nomor 33 tahun 2018 tidak disebutkan sosok yang boleh tampil di sosialisasi ketua umum dan sekretaris jenderal parpol di tiap tingkatan kepengurusan.

Selanjutnya, terkait dengan pernyataan penyebarluasan informasi partai politik di media sosial asalkan tidak ada unsur ajakan. Padahal, dalam Pasal 25 ayat 4 dinyatakan Pelaksana, Peserta, dan Tim Kampanye dilarang mempublikasikan citra diri, identitas, ciri-ciri khusus atau karakteristik Partai Politik melalui media cetak, media elektronik, dan media dalam jaringan yang memuat tanda gambar dan nomor urut Partai Politik, di luar masa penayangan Iklan Kampanye selama 21 (dua puluh satu) Hari sebelum dimulainya Masa Tenang, sebagaimana dimaksud dalam Pasal 24 ayat (2).

# TEMUAN

---

**Variabel kedua**, kelompok target, yaitu subyek yang diharapkan dapat mengadopsi pola interaksi baru melalui kebijakan dan subyek yang harus berubah untuk memenuhi kebutuhannya.

Pada implementasinya, sosialisasi banyak dilakukan di ruang publik seperti dengan memasang bendera dan nomor urut parpol, pemasangan spanduk calon anggota legislatif hingga bakal Calon Presiden. Bahkan, terdapat juga partai politik yang beriklan di media massa dan media sosial. Padahal jika mengacu pada PKPU Nomor 33 Tahun 2018, sosialisasi dilakukan di internal partai politik dengan melakukan pertemuan secara langsung.

**Variabel ketiga**, organisasi yang melaksanakan, yaitu berupa unit atau satuan kerja birokrasi pemerintah yang bertanggung jawab mengimplementasikan kebijakan.

Pada implementasinya, dalam hal pengawasan yang bertanggungjawab untuk mengawasi adalah Panitia Pengawas (Panwas) Pemilu yang akan mengawasi aktivitas partai politik jelang Pemilu 2024.

# TEMUAN

---

**Variabel keempat**, yaitu faktor lingkungan, merupakan elemen sistem dalam lingkungan dari implementasi kebijakan. Selain penyelenggara pemilu, pada implementasinya, pengaturan dan pengawasan sosialisasi juga mengikutsertakan Pemerintah Daerah.

Misalnya di DKI Jakarta pemasangan baliho bisa ditempatkan di lokasi yang disediakan pemerintah daerah, pemasangan ini tentunya memerlukan izin dari Pemerintah Daerah. Partai politik dapat mengajukan izin kepada Pemerintah Daerah sebelum memasangnya di lokasi-lokasi yang memang diperbolehkan.

Partai politik juga melampirkan lama waktu pemasangan bendera partai politik dan atribut partai tersebut. Biasanya, waktu pemasangan atribut partai politik hanya 14 hari atau dua pekan. Setelah waktu pemasangan berakhir, maka partai politik berkewajiban menurunkannya atau dari Satpol PP yang membersihkan atribut-atribut tersebut. Penertiban ini juga sesuai Peraturan Daerah (Perda) DKI Jakarta Nomor 8 Tahun 2007 tentang Ketertiban Umum.

# KESIMPULAN

---

Berdasarkan evaluasi di atas, implementasi PKPU Nomor 33 Tahun 2018 tentang Kampanye belum sepenuhnya dapat dilakukan secara baik. Hal ini dikarenakan perbedaan antara kebijakan yang tertulis dengan kebijakan yang diambil oleh penyelenggara.

Di sisi lain, berdasarkan fakta di lapangan, selain partai politik, ternyata banyak pula bakal calon anggota legislatif (caleg) yang menyosialisasikan diri dengan memasang baliho atau alat peraga lain. Bahkan, ada juga yang memasang di media sosial. Dengan demikian, hal tersebut memicu persaingan ketat di internal partai politik yang membuka ruang bagi para bakal caleg untuk berlomba memperkenalkan diri kepada pemilih.

Di satu sisi, ada sebagian bakal caleg yang telah memasang alat peraga cukup besar. Para bakal caleg itu telah memperhitungkan untuk sosialisasi tanpa harus menunggu menjadi caleg, apalagi menunggu masa kampanye. Namun demikian, ada pula bakal caleg yang tidak memiliki logistik besar, sehingga mereka memperhitungkan pengeluarannya dalam melakukan sosialisasi sebelum masa kampanye.

Dampaknya, terjadi ketimpangan dalam kompetisi, di mana ada bakal caleg yang telah memulai terlebih dahulu sosialisasi dibandingkan bakal caleg lainnya. Padahal, jika mau melihat lebih jauh, tujuan dari sosialisasi sama dengan kampanye yaitu bagaimana menggiring pemilih untuk memilihnya

# REKOMENDASI

---

Pertama, mendorong KPU dan Bawaslu membuat definisi yang jelas tentang sosialisasi di luar masa kampanye. Hal ini penting, karena dengan memberikan definisi yang jelas terkait sosialisasi di luar masa kampanye dapat memberikan batasan bagi peserta serta dapat di implementasikan baik secara pengaturan dan pengawasan oleh organisasi pelaksana di struktur organisasi KPU dan Bawaslu di tingkat daerah. KPU dan Bawaslu perlu mempertimbangkan perkembangan dinamika politik yang ada, misalnya memberikan kejelasan terkait sosialisasi di media sosial. Karena media sosial telah menjadi ruang yang banyak digunakan oleh peserta Pemilu untuk melakukan sosialisasi.

Kedua, mendorong KPU membuat PKPU sosialisasi di luar masa kampanye. KPU dan Bawaslu memperkuat sosialisasi kepada perangkat kedua lembaga tersebut di tiap tingkatan. Hal ini penting agar adanya kesamaan persepsi di organisasi pelaksana aturan dalam mengimplementasikan aturan terkait sosialisasi. Selain itu, KPU dan Bawaslu juga perlu memperkuat sosialisasi kepada parpol peserta Pemilu agar tidak melanggar aturan yang mengatur tentang sosialisasi.

# REKOMENDASI

---

Ketiga, mendorong Bawaslu melakukan penegakan hukum jika terjadi pelanggaran. Sebagai organisasi pengawas, Bawaslu harus dapat menegakkan aturan dengan memberikan sanksi jika ada peserta Pemilu yang melanggar batasan dalam sosialisasi di luar masa kampanye yang dilakukan oleh peserta Pemilu. Diharapkan sanksi yang dijatuhkan bersifat administratif sehingga dapat memberikan efek jera kepada peserta pemilu yang melanggar.

Keempat, mendorong penguatan masyarakat sipil untuk bersama-sama mengawasi implementasi aturan sosialisasi di luar masa kampanye. Penguatan masyarakat sipil dalam pengawasan sosialisasi di luar masa kampanye dapat dilakukan bersama Bawaslu membuat pedoman bersama. Hal ini penting dilakukan agar dapat diaplikasikan dalam rangka membantu Bawaslu dalam hal pengawasan sosialisasi.

# STOP HOAKS- UJARAN KEBENCIAN *DI PEMILU 2024*

Stop Hoaks dan Ujaran Kebencian,  
Untuk Kampanye Pemilu 2024 yang  
Informatif dan Edukatif.

Ayo ikut bersuara dengan  
menandatangani dan menyebarkan  
petisi bersama kami di Change.org

Melalui link berikut ini:

<https://chnng.it/vVJB6WTG>

# TERIMA KASIH

[contact@theindonesianinstitute.com](mailto:contact@theindonesianinstitute.com)

[www.theindonesianinstitute.com](http://www.theindonesianinstitute.com)

 @the\_Indonesian

 The Indonesian Institute

 Indonesian.Institute

 Indonesian Institute

**THE**  **NDONESIAN INSTITUTE**  
C E N T E R F O R P U B L I C P O L I C Y R E S E A R C H