

KOMUNIKASI POLITIK KOMISI PEMILIHAN UMUM KOTA CIMAHI DALAM MENINGKATKAN PARTISIPASI POLITIK PADA PEMILIHAN KEPALA DAERAH TAHUN 2024

Rama Novansa¹⁾

1) Prodi atau Jurusan Ilmu Pemerintahan, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Jenderal Achmad Yani, Indonesia

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan komunikasi politik yang dilakukan oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Cimahi dalam upaya meningkatkan partisipasi politik pada Pemilihan Kepala Daerah 2024. Penelitian kualitatif deskriptif ini menggunakan teknik pengumpulan data wawancara, observasi, dan studi kepustakaan. Informan penelitian meliputi Ketua KPU Kota Cimahi, akademisi, perwakilan partai politik, dan masyarakat Kota Cimahi. Data dianalisis berdasarkan teori komunikasi politik Gabriel A. Almond, mencakup elemen komunikator politik, pesan politik, saluran atau media politik, sasaran atau target politik, dan pengaruh atau efek komunikasi politik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa KPU Kota Cimahi telah melaksanakan berbagai upaya komunikasi politik melalui sosialisasi langsung, pendidikan pemilih, pemanfaatan media sosial, dan kolaborasi dengan pemangku kepentingan masyarakat. Meski demikian, pelaksanaan upaya komunikasi politik tersebut belum optimal karena masih terdapat kendala dalam penyesuaian pesan politik, pemetaan kelompok sasaran pemilih, serta efektivitas saluran media yang digunakan. Kondisi ini berdampak pada belum tercapainya target partisipasi politik pada Pilkada 2024. Oleh karena itu, perlu dikembangkan pendekatan komunikasi politik yang lebih adaptif, partisipatif, dan berbasis kebutuhan masyarakat.

Kata Kunci: Komunikasi Politik, Komisi Pemilihan Umum, Partisipasi Politik, Pemilihan Kepala Daerah, Kota Cimahi.

Abstract

This study aims to describe the political communication efforts by the General Election Commission (KPU) of Cimahi City to enhance political participation in the 2024 Regional Head Election. The qualitative, descriptive study was conducted using data collection techniques including interviews, observation, dan literature review. Informants included the Chairperson of the Cimahi City KPU, academics, representatives of political parties, and community members. Data analysis Gabriel A. Almond's political communication theory, encompassing elements of political communicators, political messages, political channels or media, political targets, and the effects of political communication. The findings indicate that the Cimahi City KPU has implemented various communication approaches through direct socialization, voter education programs, utilization of social media, and collaboration with stakeholders. However,

these efforts have not been fully effective due to challenges in tailoring political messages, mapping voter target groups, and optimizing the effectiveness of communication media. As a result, the target voter participation in the 2024 Regional General Election was not achieved. The study concludes that more adaptive, participatory, and community-based communication approaches are needed in future elections.

Keywords: *Political Communication, General Election Commission, Political Participation, Regional Head Election, Cimahi City.*

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan sebuah Negara yang menjalankan pemerintahan dengan sistem demokrasi, maka dapat dipastikan akan berkaitan dengan pemilihan umum. Salah satu indikator yang menjadi sangat penting dalam sebuah penyelenggaraan pemilu adalah bentuk partisipasi politik masyarakat yang diwujudkan dalam hak pemberian dan hak suara yang dimiliki oleh masyarakat yang telah melakukan hak pilihnya pada pemilihan umum. Kedaulatan rakyat dapat diwujudkan dalam sebuah proses pemilihan umum untuk menentukan siapa yang akan menjalankan dan juga mengawasi pemerintahan dalam suatu Negara. Dalam sistem politik seperti ini pemilihan umum tidak dapat terlepas dari sebuah lembaga Negara yang menjadi fondasi dalam sebuah penyelenggaraan pemilu yang disebut sebagai Komisi Pemilihan Umum (KPU).

Penyelenggaraan Pemilihan Umum dilaksanakan oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU) sebagai lembaga independen, untuk mewujudkan kedaulatan rakyat dan membentuk pemerintahan yang demokratis. Berdasarkan Undang-Undang Dasar 1945 Pasal 22E ayat (1) dijelaskan bahwa "Pemilihan umum dilaksanakan secara langsung, umum, bebas, rahasia, jujur, dan adil setiap lima tahun sekali". Serta dalam Pasal 22E ayat (5) Undang-Undang Dasar 1945 menjelaskan bahwa "Pemilihan umum diselenggarakan oleh suatu Komisi Pemilihan Umum yang bersifat nasional, tetap, dan mandiri". Kedudukan lembaga Komisi Pemilihan Umum (KPU) dalam melakukan kinerjanya berdasarkan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 Tentang Pemilihan Umum Pasal 9 ayat (1) yang menjelaskan bahwa "KPU, KPU Provinsi, dan KPU Kabupaten/Kota bersifat hierarkis, termasuk KPU Provinsi dan KPU Kabupaten/Kota pada satuan pemerintahan daerah yang bersifat khusus atau Istimewa yang diatur dengan undang-undang".

Maka dalam setiap wilayah kinerja KPU memiliki hierarkis dalam menjalankan tugas dan wewenang lembaga Komisi Pemilihan Umum (KPU) baik di Tingkat nasional maupun Tingkat daerah.

Partisipasi masyarakat dalam pemilihan umum menjadi sesuatu hal yang sangat penting dalam pemilihan umum sehingga hasil yang diperoleh berupa suara rakyat sesuai dengan kehendak rakyat menjadi legitimasi dalam menjalankan roda pemerintahan pada masa 5 (lima) tahun kedepan. Partisipasi dapat diartikan sebagai peran serta masyarakat dalam pemilihan umum ialah hak bagi setiap warga negara sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Tinggi rendahnya partisipasi juga akan banyak tergantung dari institusi yang bertanggung jawab dalam penyelenggaraan pemilihan umum. Singkatnya, partisipasi masyarakat dalam pemilihan umum menjadi hal penting karena dapat menjadi bukti bahwa sistem demokrasi di Indonesia semakin dewasa. Akan tetapi, keterlibatan masyarakat tidak hanya terbatas dalam ikut serta secara fisik, melainkan keterlibatan yang memungkinkan mereka melaksanakan penilaian terhadap masalah serta berbagai potensi yang terdapat dalam lingkungannya kemudian menentukan kegiatan yang mereka butuhkan.

Pemilihan Umum Kepala Daerah (Pilkada) di Kota Cimahi menjadi sebuah instrumen utama bagi masyarakat dalam mewujudkan kedaulatan rakyat di tingkat daerah. Di Indonesia, penyelenggaraan Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) secara langsung tidak hanya menjadi mekanisme pemilihan pemimpin daerah, melainkan juga menjadi sebuah tolak ukur untuk keberhasilan demokrasi partisipatif. Pelaksanaan Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) di Kota Cimahi Tahun 2024 menjadi sebuah momentum dalam penguatan demokrasi juga di tingkat daerah. Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Cimahi sebagai lembaga penyelenggara yang memiliki tugas dan kewenangan yang mendalam untuk mempersiapkan pesta demokrasi Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) serta juga menyebarluaskan informasi kepada masyarakat dalam rangka meningkatkan partisipasi politik pada Pemilihan Kepala Daerah Kota Cimahi Tahun 2024.

Di Kota Cimahi, berdasarkan data dari Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Cimahi menunjukkan bahwa Daftar Pemilih Tetap (DPT) untuk

Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) Tahun 2024 mencapai 419.974 orang. Dalam Upaya meningkatkan partisipasi politik masyarakat, Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Cimahi memiliki sebuah target pada tingkat kehadiran pemilih pada Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) Tahun 2024 mencapai sekitar 80% dari total Daftar Pemilih Tetap (DPT). Target tersebut dapat mencerminkan komitmen Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Cimahi guna mendorong masyarakat agar lebih berperan aktif dalam menggunakan hak pilihnya serta juga memperkuat budaya demokrasi di tingkat daerah. Upaya-upaya peningkatan partisipasi ini diharapkan tidak hanya saja menjadi keberhasilan penyelenggaraan pemilihan, akan tetapi juga menjadi cerminan untuk peningkatan kesadaran politik dan kepercayaan masyarakat terhadap proses demokrasi yang berlangsung (*Pikiran Rakyat*, 2024).

Berdasarkan dari berbagai sumber yang telah ditemukan, adapun persentase partisipasi pemilih pada Pemilihan Kepala Daerah di Kota Cimahi dari tahun ke tahun, sebagai berikut:

Tabel 1.1
Partisipasi Pemilih di Kota Cimahi

NO	Pilkada (Tahun)	Daftar Pemilih Tetap (DPT)	Tingkat Partisipasi Pemilih (Persen)	Golput (Persen)
1.	Pilkada 2012	358.252 pemilih	67,6%	32,82%
2.	Pilkada 2017	375.722 pemilih	71%	29%
3.	Pilkada 2024	419.974 pemilih	71,97%	28,03%

Sumber: KPU Kota Cimahi dan Diolah Peneliti, 2025.

Namun, hasil dari penyelenggaraan Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) Kota Cimahi Tahun 2024 menunjukkan bahwa tingkat partisipasi pemilih belum mencapai target yang telah ditetapkan oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Cimahi dan tidak sesuai harapan yang ditargetkan dari Pemerintah Kota Cimahi. Berdasarkan laporan media, partisipasi pemilih hanya mencapai sekitar 71,97%, lebih rendah dari target sebelumnya 80%. Kondisi ini tentu menunjukkan masih adanya tantangan dalam

meningkatkan kesadaran dan keaktifan masyarakat untuk menggunakan hak pilihnya. Menurut pernyataan Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Cimahi, sekitar pemilih 28,03% pemilih yang telah terdaftar dalam Daftar Pemilih Tetap (DPT) tidak menggunakan hak pilihnya (Pikiran Rakyat, 2024).

Namun demikian, partisipasi pemilih di Kota Cimahi mencapai 71,97% dalam Pemilihan Kepala Daerah 2024, yang menunjukkan bahwa sebagian besar masyarakat (pemilih) menghadiri pemungutan suara, perbedaan antara angka yang dicapai dan target resmi sebesar 80% menggarisbawahi adanya masalah struktural yang lebih dalam dari sekadar kurangnya sosialisasi. Perbedaan antara target dan realisasi ini berdampak pada legitimasi penyelenggaraan pemilu di tingkat lokal. Ketika hampir sepertiga dari pemilih yang terdaftar tidak memanfaatkan hak suaranya, hasil pemilihan baik dalam hal representasi maupun tuntutan akan akuntabilitas, berisiko menurun. Selain itu, angka pemilih yang tidak hadir (golput) tetap stagnan, menunjukkan bahwa masalahnya tidak hanya bersifat kuantitatif (menambah jumlah pemilih) tetapi juga kualitatif, yaitu bagaimana tingkat keterlibatan, pemahaman politik, dan kepercayaan publik terhadap proses serta pelaku politik memengaruhi keputusan masyarakat untuk datang atau tidak ke Tempat Pemungutan Suara (TPS). Artinya, meskipun berbagai bentuk komunikasi politik telah dilakukan, namun hasilnya belum sepenuhnya optimal dalam mendorong kehadiran pemilih ke Tempat Pemungutan Suara (TPS). Kondisi ini penting dicermati dalam penelitian ini, karena menunjukkan bahwa efektivitas komunikasi politik tidak hanya bergantung pada banyaknya sosialisasi, akan tetapi juga pada ketepatan pesan, pemilihan sasaran, dan kecocokan saluran komunikasi dengan karakteristik masyarakat Kota Cimahi.

Berdasarkan uraian tersebut, peneliti menduga bahwa belum tercapainya target partisipasi pemilih pada Pemilihan Kepala Daerah Kota Cimahi Tahun 2024 berkaitan dengan komunikasi politik Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Cimahi yang belum sepenuhnya optimal. Peneliti menduga bahwa komunikasi politik Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Cimahi belum sepenuhnya menentukan dan memetakan kelompok sasaran pemilih secara spesifik dan prioritas kelompok pemilih sebagai sasaran utama. Meskipun

sosialisasi pemilu telah dilakukan secara umum kepada masyarakat, terdapat indikasi bahwa pendekatan tersebut belum secara optimal menjangkau kelompok-kelompok strategis seperti pemilih pemula, pemilih muda, kelompok masyarakat perkotaan yang apatis, serta pemilih dengan tingkat partisipasi rendah.

Kemudian, peneliti pun menduga bahwa pesan politik untuk masyarakat yang disampaikan belum sepenuhnya disesuaikan dengan kebutuhan dan tingkat pemahaman masing-masing kelompok pemilih, sehingga pesan ke pemilu yang disampaikan belum mampu mendorong peningkatan kesadaran dan keterlibatan politik secara optimal. Selanjutnya, peneliti juga menduga bahwa metode dan aktivitas dalam pelaksanaan komunikasi politik untuk meningkatkan partisipasi pemilih oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Cimahi belum sepenuhnya adaptif terhadap karakteristik masyarakat. Meskipun, telah memanfaatkan media sosial dan kegiatan sosialisasi tatap muka, pendekatan yang digunakan diduga masih bersifat satu arah dan belum cukup interaktif. Selain itu, keterlibatan pihak lain seperti komunitas warga, organisasi pemuda, dan tokoh masyarakat lokal diduga belum dimanfaatkan secara optimal sebagai mitra strategis dalam menyebarkan informasi dan membangun kesadaran pemilih.

Dengan demikian, stagnasi maupun rendahnya partisipasi pemilih yang tidak sesuai target serta pemahaman masyarakat masih rendah pada Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) Kota Cimahi Tahun 2024 yang telah terlaksana menjadi isu penting yang perlu diteliti lebih mendalam. Pemahaman terhadap faktor-faktor penyebab stagnasi partisipasi pemilih ini diharapkan dapat menjadi dasar dalam merumuskan komunikasi politik dalam peningkatan partisipasi politik masyarakat di masa mendatang. Komunikasi politik yang diterapkan oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Cimahi dalam meningkatkan partisipasi pemilih menjadi sesuatu yang penting agar proses demokrasi di tingkat daerah tidak hanya berlangsung secara prosedural, tetapi juga harus mencerminkan partisipasi yang memiliki nilai-nilai substantif bagi masyarakat sebagai wujud dari kedaulatan rakyat yang sesungguhnya.

METODE PENELITIAN

Berdasarkan (Sugiyono, 2019) penelitian kualitatif adalah pendekatan yang digunakan untuk menggali pada keadaan objek yang asli di mana peneliti berperan sebagai instrument utama, metode pengumpulan data dilakukan dengan triangulasi, analisisnya bersifat induktif, dan hasil penelitian menyoroti makna generalisasi. Adapun juga menurut Creswell (2019) penelitian kualitatif adalah sebuah sarana untuk menggali dan memahami makna yang berasal dari individu dan kelompok mengenai masalah sosial atau masalah individu.

Peneliti menerapkan pendekatan penelitian kualitatif dalam studi ini, yang merupakan metode untuk memperoleh pemahaman mendalam mengenai fenomena sosial. Dengan judul “Komunikasi Politik Komisi Pemilihan Umum Kota Cimahi Dalam Meningkatkan Partisipasi Politik Pada Pemilihan Kepala Daerah Tahun 2024”, teknik penelitian kualitatif dapat digunakan untuk memahami secara menyeluruh tentang cara-cara meningkatkan partisipasi masyarakat yang dilakukan oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Cimahi. Metodologi kualitatif dapat memberikan wawasan mengenai komunikasi politik yang diterapkan oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Cimahi untuk meningkatkan partisipasi politik pada Pemilihan Kepala Daerah Tahun 2024. Strategi ini dapat memanfaatkan metode observasi, wawancara, dan survei sebagai alat pengumpulan data.

PEMBAHASAN

Penelitian tentang komunikasi politik Komisi Pemilihan Umum Kota Cimahi dalam meningkatkan partisipasi politik pada Pemilihan Kepala Daerah tahun 2024 bertujuan untuk mengidentifikasi dan juga menganalisis. Fokus utama dari penelitian ini adalah untuk memahami bagaimana Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Cimahi melakukan komunikasi politik untuk meningkatkan partisipasi politik pada Pemilihan Kepala Daerah tahun 2024.

Selanjutnya, kajian ini mengadopsi teori menurut Gabriel A. Almond dalam (Edison, 2020:162), mengungkapkan bahwa komunikasi politik terdiri dari lima unsur, sebagai berikut:

1. Komunikator politik,

2. Pesan politik,
3. Saluran atau media politik,
4. Sasaran atau target politik,
5. Pengaruh atau efek komunikasi politik.

1. Komunikator Politik

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Cimahi telah menjalankan fungsi komunikator politik sebagaimana diuraikan dalam teori Gabriel A. Almond. Teori tersebut menekankan pentingnya kredibilitas komunikator dan penyesuaian pesan dengan karakteristik audiens. Selanjutnya, peneliti menganalisis bahwa Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Cimahi memanfaatkan berbagai saluran komunikasi, tetapi masih terjadi kesenjangan dalam penyampaian informasi kepada sebagian warga. Oleh karena itu, Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Cimahi perlu memperkuat reputasi dan meningkatkan kapasitas komunikasi agar pesan-pesan politik benar-benar sampai kepada publik yang dituju.

2. Pesan Politik

Pada dimensi pesan politik, menunjukkan bahwa pesan politik Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Cimahi telah tersampaikan kepada masyarakat, akan tetapi kurangnya motivasional yang kuat bagi masyarakat. Selanjutnya, pesan politik Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Cimahi bersifat umum, sehingga tidak sepenuhnya membangkitkan kesadaran atau dorongan untuk bertindak. Perlu juga adanya dalam merumuskan pesan yang menggunakan bahasa sehari-hari dan narasi yang dapat dipahami serta memotivasi, sehingga audiens atau masyarakat dapat lebih memahami pentingnya partisipasi pada Pemilihan Kepala Daerah.

3. Saluran atau Media Politik

Pada bagian dimensi ini, Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Cimahi sudah melakukan cara atau metode multi-saluran dengan baik, memadukan komunikasi digital dan kerja sama media, sebagai kelebihan untuk menjangkau khalayak luas. Namun, terdapat kelemahan dalam penggunaan saluran tradisional, jumlah dan kualitas pamflet, banner, serta sosialisasi tatap muka yang terbatas. Di sisi lain pun, menunjukkan hambatan berupa kesenjangan akses teknologi di masyarakat, orang tua atau pekerja dengan

mobilitas tinggi mungkin melewatkan informasi digital, sementara paparan media cetak dianggap kurang menarik. Literatur komunikasi politik menegaskan bahwa saluran komunikasi harus dipilih sesuai karakteristik komunikan. Dalam konteks Cimahi, penggunaan Instagram dan Facebook sesuai dengan sasaran pemilih muda, namun untuk warga yang kurang melek digital diperlukan media konvensional dan pendekatan langsung. Faktor pendukung yang terdapat adalah kemitraan KPU Kota Cimahi dengan media massa dan keterlibatan influencer yang memperluas jangkauan pesan. Meski demikian, evaluasi tahun sebelumnya disarankan untuk menentukan perpaduan media yang paling efektif. Peneliti merekomendasikan agar KPU Kota Cimahi meningkatkan konten kreatif di media sosial, misalnya konten video interaktif, dan memperluas penyebaran alat peraga kampanye fisik di berbagai lokasi strategis. Selain itu, mengintensifkan sosialisasi tatap muka.

4. Sasaran atau Target Politik

Pada dimensi ini, KPU Kota Cimahi sudah mengenali pentingnya evaluasi hasil dan survei sebagai upaya menjaga fokus terhadap sasaran, yang merupakan poin kelebihan karena menunjukkan kesungguhan lembaga. Namun, terdapat kelemahan yang serius terkait data dan segmentasi sasaran. Temuan dosen mengungkap hambatan utama, ketidaksesuaian data kependudukan dengan data pemilih membuat beberapa kelompok, misal pemilih baru belum tercakup optimal. Faktor pendukung adalah kesadaran KPU Kota Cimahi akan pentingnya target demografis spesifik, seperti pemilih muda, perempuan, namun sistem pendataan yang belum akurat mengurangi efektivitas. Kemudian, menyoroti bahwa keberhasilan komunikasi politik mensyaratkan penetapan sasaran berdasarkan basis data yang valid. Tanpa data yang terintegrasi, upaya sosialisasi KPU hanya dapat sampai pada gambaran umum. Selain itu, faktor sosial-ekonomi yang dibahas oleh Sekretaris PDIP Kota Cimahi menjadi penghalang psikologis, yang mana warga yang kecewa atau kesulitan ekonomi cenderung apatis. Pendekatan strategi emosional seperti disarankan dapat membantu mengatasi hambatan non-teknis ini. Secara keseluruhan, penelitian ini menekankan perlunya penyesuaian metode sosialisasi KPU

Kota Cimahi yang lebih spesifik bagi setiap segmen sasaran, serta perbaikan dan sinkronisasi basis data pemilih.

5. Pengaruh atau Efek Komunikasi Politik

Selanjutnya, pengaruh komunikasi politik ini menggambarkan dampak akhirnya terhadap masyarakat. Dapat diketahui bahwa Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Cimahi pada sosialisasi Pilkada sedikit meningkatkan persentase partisipasi pemilih dibandingkan sebelumnya. Selanjutnya, meskipun ada komunikasi, namun partisipasi masih banyak dipengaruhi oleh kepentingan materi atau pribadi. Lalu, sebagian besar tanggapan menyebutkan bahwa pengaruh komunikasi politik Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Cimahi ada tetapi kecil, masih ada beberapa warga yang bersikap acuh ataupun hanya tertarik jika ada insentif materi. Dengan demikian, pengaruh komunikasi politik Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Cimahi pada Pilkada 2024 belum sepenuhnya kuat karena sebagian masyarakat cenderung memilih berdasarkan kebutuhan praktis atau didorong oleh kepentingan kelompoknya masing-masing.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa Komunikasi Politik Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Cimahi dalam meningkatkan partisipasi politik pada Pemilihan Kepala Daerah Tahun 2024 telah dilaksanakan melalui lima unsur, yaitu komunikator politik, pesan politik, saluran atau media politik, sasaran atau target politik, dan pengaruh atau efek komunikasi politik. KPU Kota Cimahi telah berperan sebagai komunikator melalui sosialisasi Pilkada, menyampaikan pesan pentingnya memilih, serta memanfaatkan media sosial dan media massa, namun efektivitasnya masih belum optimal karena pesan cenderung umum, jangkauan media tatap muka masih kurang, dan pemetaan sasaran belum sepenuhnya tepat. Upaya tersebut memang meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang Pilkada 2024, tetapi belum mampu secara maksimal mendorong partisipasi pemilih sesuai target, karena masih dipengaruhi oleh faktor ekonomi, budaya politik, pendidikan, dan rendahnya kepercayaan sebagian masyarakat terhadap proses politik.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggara, S. (2013). *Sistem politik Indonesia*. CV Pustaka Setia.
- Budiardjo, M. (2008). *Dasar-dasar ilmu politik* (Edisi revisi). PT Gramedia Pustaka Utama.
- Bratakusumah, D. S., & Solihin, D. (2001). *Otonomi penyelenggaraan pemerintahan daerah*. Jakarta. Gramedia.
- Faisal, H. I. (2023). *Komunikasi strategis dan strategi komunikasi organisasi*. Prenada Media.
- Farida, I., Permana, N., Ismail, S., & Hasanudin, M. (2020). *Analisis dampak pemilihan kepala daerah (Pilkada) secara langsung: Reformulasi sistem pemilihan kepala daerah di Indonesia* [An analysis of the impact of direct election for local leaders: Reformulation of election for local leader's system in Indonesia]. *Case Law — Journal of Law*, 1(1).
- Febriani, R. N. (2024, September 29). *DPT Kota Cimahi capai 419.974, KPU targetkan 80 persen pemilih ikut Pilkada 2024*. *Pikiran Rakyat*. <https://www.pikiran-rakyat.com/bandung-raya/pr-018615869/dpt-kota-cimahi-capai-419974-kpu-targetkan-80-persen-pemilih-ikut-pilkada-2024>.
- Haudi. (2021). *Pengantar ilmu pemerintahan*. Insan Cendekia Mandiri.
- Hutapea, Edison Bonar Tua. 2020. *Komunikasi Politik: Lingkup Kajian, Konsep dan Pendekatan*. Jakarta: Gibon Books.
- Hasugian, M. (2024). *Sistem pemilihan kepala daerah berdasarkan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945*. *Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 2(5), 325–335.
- Komisi Pemilihan Umum. (2022). *Peraturan Komisi Pemilihan Umum Nomor 9 Tahun 2022 tentang Partisipasi Masyarakat dalam Pemilihan Umum dan Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur, Bupati dan Wakil Bupati, dan/atau Walikota dan Wakil Walikota* (Berita Negara Republik

Indonesia Tahun 2022 Nomor 1160). Jaringan Dokumentasi dan Informasi Hukum (JDIH), Komisi Pemilihan Umum.

Muhazir, Alfian, Adita Miranti, dan Kania Sayidatina. 2023. "Strategi Komunikasi Politik KPU Kabupaten Banyumas Meningkatkan Peran Sosialisasi Tahapan Pemilihan Umum Tahun 2024." *Jurnal PIKMA: Publikasi Media dan Cinema* 5(2): 176–189.

Majelis Permusyawaratan Rakyat, Sekretariat Jenderal. (1945). *Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945*.

Rahman, K. (2022). *Ilmu pemerintahan & tinjauan dari landasan berfikir filsafat ilmu: Ontologi, epistemologi, dan aksiologi*. Marpoyan Tujuh Publishing.

Rizki, F. (2024, May 4). *Partisipasi memilih jadi PR di Pilkada 2024 Kota Cimahi*. IDN Times. <https://jabar.idntimes.com/news/jawa-barat/partisipasi-memilih-jadi-pr-di-pilkada-2024-kota-cimahi-00-k2cpx-8wrtfw>.

Radio Republik Indonesia. (2024, 7 Desember). *Partisipasi pemilih di Kota Cimahi masih dibawah target*. <https://rri.co.id/index.php/pilkada-2024/1175752/partisipasi-pemilih-di-kota-cimahi-masih-dibawah-target>.

Republik Indonesia. (2017). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum*. Jaringan Dokumentasi dan Informasi Hukum (JDIH), Sekretariat Negara Republik Indonesia. Jakarta.

Syauket, Amalia, Ratna Indriasari, Rahadi Budi Prayitno, Definitif Endrina Kartini Mendrofa, dan Cornelia Evelin Cabui. 2024. *Komunikasi Politik Pemerintahan*. Malang: CV. Literasi Nusantara Abadi.

Sugiyono. (2013). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R & D* (Cet. ke-19). Alfabeta.

Sholahuddin, A. H., Bariah, C., Herniwati, S., Faried, F. S., Widodo, I. S., Abqa, M. A. R., Disantara, F. P., Paramitha, A. A., Agustiwi, A., Permana, D. Y., Sukma, D. P., Firdausi, F., Suhariyanto, D., & Fuqoha. (2023). *Hukum pemilu di Indonesia* (A. Iftitah, Ed.). PT Sada Kurnia Pustaka.

Sumardi, S. (2025). *Pengantar ilmu pemerintahan (konsep, teori, dan aplikasinya)*. Tahta Media Group.

Surbakti, R. (2015). *Memahami ilmu politik*. Penerbit Gramedia.

Sa'ban, L. M. Azhar, Andy Arya Maulana Wijaya, dan La Doli. 2020. "Meningkatkan Partisipasi Pemilih Melalui Komunikasi Politik." *JISIP: Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik* 9(2): 90–95.

Sekretariat Daerah Kota Cimahi. (2024, 19 Juli). *Dalam Pilkada Kota Cimahi 2024 Dicky harap partisipasi masyarakat bisa mencapai 90%*. PPID Kota Cimahi. <https://ppid.cimahikota.go.id/artikel/sekretariat-daerah-dalam-pilkada--kota-cimahi-2024--dicky-harap-partisipasi--masyarakat--bisa-mencapai-90->.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2016 tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2015 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2014 tentang Pemilihan Gubernur, Bupati, dan Walikota Menjadi Undang-Undang. (2016). *Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2016 Nomor 130*. Jaringan Dokumentasi dan Informasi Hukum (JDIH), Sekretariat Negara.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah. (2014). *Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 244*. Diundangkan 2 Oktober 2014. Diambil dari portal Peraturan BPK / JDIH resmi.