

ANALISIS PARTISIPASI PEMILIH PADA PELAKSANAAN PEMILU DI KABUPATEN INDRAGIRI HULU PROVINSI RIAU (Studi kasus pada Pemilu Serentak Tahun 2024)

Warnadi¹; Muhklas Adi Putra²; Abdul Hairudin³

Institut Teknologi dan Bisnis Indragiri
Jln. R. Soeprapto No. 14 Rengat Telp. (0769) 21019
E-mail : muhklas@itbind.ac.id (Korespondensi)

Submit: 12 Oktober 2024

Review: 10 Nopember 2024

Publish: 26 Nopember 2024

*) Korespondensi

Abstract: The marketing function is very important in one of the efforts or steps for political parties and legislative candidates who contest the general election. Political marketing is very relevant when the competition is getting tighter to collect voters' votes, of course, with healthy, ethical and sustainable competition in political education for the wider community. So that public interest in politicians or political parties is increasing because they are seen and trusted with good actions and track records. In this case, political marketing will influence voter behavior in choosing legislative candidates from certain political parties. The research method used is descriptive qualitative analysis research using data collection techniques through interviews, observation and documentation. The results of this study explain that socialization is one of the important means of communication to establish a relationship between the organization and its public so that voter participation in elections can increase in Indragiri Hulu Regency, Riau Province.

Keywords: *Voter Participation*

Pemilihan umum sebagai sarana demokrasi telah digunakan disebagian besar negara di dunia termasuk Indonesia, yang notabene memiliki masyarakat yang heterogen, melalui Pemilu memungkinkan semua pihak bisa terakomodasi apa yang diinginkan dan cita-citakan sehingga terwujud kehidupan yang lebih baik. Masyarakat (warga negara) adalah komponen penentu berhasil atau tidaknya pelaksanaan pemilu. Karena pada dasarnya hanya kekuatan pemilihan masyarakatlah yang bisa menentukan nasib negara dan bangsa kedepan. Setiap warga negara, apapun latar belakangnya seperti suku, agama, ras, jenis kelamin, status sosial, dan golongan, mereka memiliki hak yang sama untuk menyatakan pendapat, menyikapi secara kritis kebijakan pemerintah dan pejabat negara. Hak ini disebut hak politik yang secara luas dapat langsung diaplikasikan secara kongkrit melalui pemilihan umum.

Kesadaran politik warga negara menjadi faktor determinan dalam partisipasi politik masyarakat, artinya sebagai hal yang berhubungan pengetahuan dan kesadaran akan hak dan kewajiban yang berkaitan

dengan lingkungan masyarakat dan kegiatan politik menjadi ukuran dan kadar seseorang terlibat dalam proses partisipasi politik.

Pemilihan umum (pemilu) merupakan salah satu instrumen terpenting dalam sistem politik demokratik modern. Secara universal pemilihan umum adalah instrumen mewujudkan kedaulatan rakyat yang bermaksud membentuk pemerintahan yang absah serta sarana mengartikulasikan aspirasi dan kepentingan rakyat. Pemilu adalah satu bagian penting dalam demokrasi. Secara sederhana, pemilu adalah cara individu warga negara melakukan kontrak politik dengan orang atau partai politik yang diberi mandat menjalankan sebagian hak kewarganegaraan pilih. Pemilu bukan pemberian mandat secara total, sehingga klaim bahwa satu partai politik tertentu memiliki pemilih dengan jumlah total tertentu dalam pemilu sebelumnya menjadi tidak tepat. Untuk menjalankan mandat itu, partai politik atau legislator partai politik harus juga melakukan proses komunikasi politik dengan tujuan meminta persetujuan warga negara, terutama untuk kebijakan-

kebijakan krusial dan mempengaruhi hajat hidup orang banyak.

Banyaknya pilihan partai politik di Indonesia serta berbagai macam latar visi dan misi yang ditawarkan membuat masyarakat Indonesia harus semakin bijak dalam mengambil keputusan. Belum lagi ditambah dengan berbagai macam latar belakang tokoh-tokoh politik yang mengajukan diri sebagai calon legislatif. Berbagai macam pilihan yang diberikan ini tentu saja akan membuat seorang individu untuk menentukan pilihan diantara alternatif yang sudah diberikan dengan mengacu pada pengalaman pada masa lalu, sekarang dan yang akan datang, disertai pula pengetahuan seorang individu akan pilihannya tersebut.

Komisi Pemilihan Umum merupakan Lembaga Negara yang bertugas dan berwenang dalam mempersiapkan pelaksanaan pemilihan umum, memberikan ketetapan pada partai politik yang memenuhi syarat untuk menjadi peserta pemilihan umum, serta tahapan kegiatan lainnya dalam rangka pemilihan umum. Dimana tahapan-tahapan dalam pelaksanaan pemilu harus di sosialisasikan kepada masyarakat. Pada pemilu KPU melakukan kegiatan sosialisasi kepada pemilih yang dianggap berpengaruh cukup besar dalam pemilihan. Oleh karena itu KPU melakukan sosialisasi untuk mencakup target pemilih agar mereka mendapatkan pengetahuan tentang pelaksanaan pemilu, KPU perlu memberikan pengetahuan serta pemahaman kepada masyarakat agar dapat mencapai target yang sudah ditetapkan. Kurangnya pengetahuan yang dimiliki pemilih terhadap pemilu, dibutuhkan sosialisasi agar para pemilih dapat memahami dan mendapatkan pengetahuan dan pemahaman tentang tahapan pemilu yang diadakan, partai apa saja yang menjadi peserta pemilihan umum, tata cara pencoblosan yang benar, hingga mekanisme dan sistem yang digunakan pada pelaksanaan pemilu. Sebagai Lembaga Negara yang menyelenggarakan pemilihan umum di Indonesia, menjelang pemilu KPU secara rutin memberikan informasi serta pemahaman kepada masyarakat mengenai pemilu yang akan

diselenggarakan sehingga dapat memaksimalkan partisipasi pemilih pada pelaksanaan pemilu.

Individu yang akan membuat suatu keputusan tentu saja akan menentukan pilihan yang terbaik diantara pilihan yang tersedia, karena keputusan yang baik adalah bila keputusan itu membawa hari depan yang disenangi oleh si pembuat keputusan, sebaliknya keputusan yang tidak baik adalah bila keputusan itu menghasilkan hal-hal yang tidak menyenangkan bagi para pembuat keputusan. Hal-hal yang akan muncul dalam pikiran pemilih dalam menentukan pilihan tentu saja akan beragam, dimulai dari calon peserta pemilu mana yang dianggap bersih, yang mana dianggap mampu membawa perubahan, yang mana mampu merealisasikan keinginan pemilih serta partai mana yang mereka anggap memiliki citra serta prestasi yang baik di Indonesia.

Dalam rangka menjalin dan hubungan dengan konstituen (pemilih), fungsi pemasaran sangatlah penting dalam salah satu upaya atau langkah bagi partai politik maupun calon legislatif yang ikut kontestasi dalam pemilihan umum. Pemasaran politik sangat berelevansi disaat persaingan semakin ketat untuk mengumpulkan suara pemilih tentunya dengan persaingan yang sehat, beretika dan berkesinambungan dalam pendidikan politik bagi masyarakat luas. Sehingga minat masyarakat terhadap politisi atau partai politik semakin meningkat karena dipandang dan dipercaya dengan tindakan dan rekam jejak yang baik. Dalam hal ini pemasaran politik akan mempengaruhi perilaku pemilih dalam memilih calon legislatif dari partai politik tertentu.

Pemilih adalah setiap warga Negara yang telah memenuhi syarat sebagai pemilih untuk memberikan suaranya di Tempat Pemungutan Suara (TPS). Dalam Pasal 10 Undang-undang Nomor 3 Tahun 1999 tentang Pemilihan Umum dan Pasal 2 Keputusan Presiden Nomor 16 Tahun 1999 tentang Pembentukan Komisi Pemilihan Umum dan Penetapan Organisasi dan Tata

Kerja Sekretariat Umum Komisi Pemilihan Umum, dijelaskan bahwa untuk melaksanakan Pemilihan Umum, KPU mempunyai tugas kewenangan untuk merencanakan dan mempersiapkan pelaksanaan Pemilihan Umum. KPU dalam hal ini diharapkan mampu meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pemilu dengan mensosialisasikan kepada masyarakat pemilih berkaitan dengan ajakan untuk memberikan suara nanti pada saat pemungutan suara. Dari aspek demokrasi setiap individu diberikan peluang untuk melakukan pilihan-pilihan sesuai dengan aspirasi nuraninya. Setiap warga masyarakat aspirasinya dapat terakomodir sesuai dengan azas demokrasi yang dianut di Indonesia.

Dalam Peraturan Komisi Pemilihan Umum Nomor 5 Tahun 2015 disebutkan pemilih diartikan sebagai warga Negara Indonesia yang pada hari pemungutan suara telah genap berumur 17 (tujuh belas) tahun atau lebih atau sudah/ pernah kawin, sedangkan partisipasi masyarakat adalah keterlibatan perorangan dan/atau kelompok masyarakat dalam penyelenggaraan pemilihan. Pemilih dalam hal ini dapat berupa konstituen maupun masyarakat pada umumnya, yang merupakan bagian dari masyarakat luas, pemilih bukan berarti konstituen partai politik tertentu, dimana masyarakat yang terdiri dari beragam kelompok masyarakat.

Para pemilih adalah rational voters yang memiliki tanggung jawab, kesadaran, kalkulasi, rasionalitas, dan kemampuan kontrol yang kritis terhadap calon pilihannya, yang meninggalkan ciri-ciri traditional voters yang fanatik, primordial dan irasional, serta berbeda dari *swinger voters* yang selalu ragu-ragu dan berpindah pilihan politiknya (J. Prabowo, 2023). Individu beraktifitas untuk mencapai tujuan dan merasa puas dengan pilihannya. Sehingga muncul motivasi atau penggerak yang dalam hal ini yaitu partisipasi pemilih sebagai perilaku. Perilaku adalah suatu kegiatan dan aktivitas organisme yang bersangkutan, baik yang dapat diamati maupun yang tidak dapat diamati oleh orang lain. Orang berperilaku atau bertindak karena

kebutuhan untuk mencapai suatu tujuan (Notoatmodjo, 2010).

Benjamin S. Bloom (1956) dalam Notoatmodjo (2010) mengemukakan bahwa ranah perilaku memiliki tiga tingkatan, yaitu pengetahuan, sikap dan tindakan atau praktik. Pengetahuan adalah hasil persepsi manusia atau hasil mempersepsikan objek melalui indera. Sikap adalah respon mandiri seseorang terhadap stimulus atau objek tertentu, termasuk opini dan faktor emosional. Tindakan atau praktik yang dipandu adalah melakukan sesuatu tetapi selalu menggunakan panduan. Sedangkan praktek mekanismenya adalah melakukan sesuatu secara otomatis.

Penggunaan konsep pemasaran dalam ranah politik sering disebut pemasaran politik (*political marketing*). Wring (1996), menyampaikan bahwa *political marketing* yaitu parpol atau kandidat menggunakan penelitian opini dan analisis lingkungan untuk membuat dan mempromosikan penawaran kompetitif yang akan membantu mencapai tujuan organisasi dan memuaskan pemilih sebagai imbalan untuk mengamankan suara para pemilih.

Dalam perkembangannya, O'Shaughnessy (2001) dalam Ira & Erman (2023) menekankan, pesan yang disampaikan dalam konsep pemasaran politik adalah, a) jadikan pemilih sebagai subjek daripada subjek partai politik atau kandidat; b) pelaporan isu-isu yang dihadapi pemilih adalah langkah pertama dalam mengembangkan agenda kerja berbasis ideology; c) pemasaran politik tidak menjamin kemenangan, tetapi menyediakan alat tentang bagaimana menjaga hubungan dengan pemilih untuk membangun kepercayaan dan selanjutnya mendapatkan dukungan pemilih. Pemasaran politik membantu partai politik membangun citra politik yang baik (Ira & Erman. 2023).

Komunikasi pemasaran menurut Kotler & Keller (2016) dalam Ira & Erman (2023) adalah kegiatan yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi, mengingatkan pasar sasaran akan

perusahaan dan produknya yang tersedia, bersedia membeli dan loyal terhadap produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Partai politik dalam hal ini menginformasikan kepada konstituennya agar pemilih terpengaruh dengan pilihannya sebagai wujud perilaku politik dari individu yang menjadi sasarannya. Dalam Ira & Erman (2023) Borgerson & Jonathan (2002), menyatakan bahwa komunikasi pemasaran bergantung pada citra untuk menciptakan merek yang bermakna dan simulasi spektakuler yang menciptakan asosiasi di benak konsumen. kegiatan pemasaran dalam pemilu bertujuan untuk membuat dan menciptakan citra atau sikap positif, preferensi dan keinginan yang bersangkutan sebagai pemilih dalam pemilu terhadap parpol atau calon legislatif yang diyakini sebagai aktifitas partisipasi pemilih dalam pemilihan umum yang diselenggarakan.

Menurut Kotler & Amstrong (2014) dalam Ira & Erman (2023) terdapat 5 (lima) tahapan yang dilalui oleh konsumen ketika akan melakukan keputusan pembelian, atau kemungkinan mereka akan mencari alternatif lain, yaitu :

- 1) *Need recognition* adalah langkah pertama dalam keputusan pembelian konsumen
- 2) *Information search* yaitu konsumen yang tertarik mungkin mencari informasi lebih lanjut atau mungkin tidak
- 3) *Evaluation of alternatives* yaitu tahapan pemasar harus tahu tentang *evaluation of alternatives* dimana tahapan ini konsumen menggunakan informasi yang telah didapatnya untuk mengevaluasi merek alternatif dalam sekelompok pilihan
- 4) *Purchase decision*, setelah menentukan mana nilai yang terbesar dan membentuk niat pembelian, konsumen akan memilih produk mana yang akan dibeli untuk memuaskan kebutuhannya
- 5) *Postpurchase Behaviour*, tahapan terakhir dalam proses pembelian adalah dimana konsumen mengambil

tindakan selanjutnya setelah pembelian, berdasarkan kepuasan atau ketidakpuasan mereka.

Dari tahapan diatas akan mempengaruhi keputusan dari pemilih dalam pemilu, dimana merupakan partisipasi dari pemilih dalam memenuhi harapannya terhadap apa yang menjadi alternatif dari banyak pilihannya berdasarkan informasi juga pengetahuannya

METODE

Analisa data yang digunakan adalah analisis yang bersifat penalaran berdasarkan fenomena-fenomena yang akan diteliti. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif kualitatif yaitu peneliti menganalisis data, informasi yang ada dari berbagai sumber dengan menghubungkan dengan fenomena yang ada sehingga memberikan gambaran yang jelas mengenai tingkat partisipasi pemilih pada pemilu di Kabupaten Indragiri Hulu.

HASIL

Adapun partisipasi masyarakat di Kabupaten Indragiri Hulu dalam perhelatan pemilihan umum tahun 2024, dapat disebabkan oleh banyak faktor yang mempengaruhinya. Faktor administrasi atau teknis pemilihan yang paling potensial dianggap sebagai penyumbang rendahnya tingkat partisipasi masyarakat dalam menggunakan hak pilihnya, karena secara fundamental seharusnya bagaimana penyelenggara secara maksimal menjembatani hak pilih masyarakat, seperti misalnya informasi terdaftar atau tidaknya masyarakat, mendapatkan atau tidaknya undangan pemilihan, keramahan pelayanan dalam TPS atau proses pencoblosan, sehingga jika hal ini tidak maksimal tentu saja masyarakat akan enggan untuk datang ke TPS.

Secara Faktor ekonomi di daerah yang masyarakatnya memiliki tingkat kebutuhan ekonomi yang cukup tinggi, sehingga masyarakat lebih memilih melakukan pekerjaan untuk memenuhi

ekonomi dinilai lebih utama dibandingkan datang ke Tempat pemungutan Suara (TPS). Dan faktor kandidat yang dinilai masyarakat bahwa para kandidat atau kontestan yang menurut masyarakat tidak memiliki kesamaan visi misi yang mereka harapkan sehingga mereka tidak menggunakan hak pilihnya.

Keseluruhan pemilih pemula cenderung memperoleh informasi politik melalui saluran informal yakni melalui media dan agen sosialisasi di lingkungan terdekat yakni keluarga dan organisasi sosial kemasyarakatan. Sedangkan informasi politik yang diperoleh secara formal melalui pembelajaran di sekolah teridentifikasi masih terbatas. Tak dipungkiri jika sebagian pemilih pemula yang tidak terinformasikan secara baik akan memilih untuk tidak ikut dalam pemilu.

Minimnya sosialisasi yang dilakukan oleh KPU dan informasi dari partai politik menjadi salah satu alasan keengganan mereka terlibat dalam pesta demokrasi. Aspek media informasi politik tidak mendapatkan porsi ketertarikan untuk diikuti perkembangannya, dengan keterbatasan media sosialisasi politik baik yang diselenggarakan pemerintah, partai politik maupun lembaga pendidikan formal, Status pelajar dan mahasiswa mempunyai porsi lebih mudah diberikan pendidikan politik karena berada pada wadah pendidikan formal. Bentuk dan metode sosialisasi serta pendidikan politik yang berorientasi pada kalangan pelajar dan mahasiswa lebih mudah diterima dan dipahami.

Sangat diperlukan adanya turut campur lembaga pendidikan dengan memberikan fasilitas pendidikan politik dan demokrasi yang sifatnya sebagai pendamping dari program Komisi Pemilihan Umum. Hal ini dapat diwujudkan dengan kerjasama antar lembaga sehingga dapat dikoordinasikan metode-metode pendidikan dan pendampingan sesuai karakter pemilih pemula yang berada di lingkungan sekolah/perguruan tinggi masing-masing. Penerapan pendidikan politik ditargetkan dapat menumbuhkan sikap dan apresiasi positif terhadap tahapan-tahapan pemilu. Hal ini akan dapat meminimalisir *image* pemilih

pemula bahwa partisipasi politik diperlukan untuk program pembangunan di masa depan. Pengetahuan melalui pendidikan formal yang ditempuh oleh pemilih, melainkan pendidikan informal selama menyambut datangnya pemilihan yang menambah pengetahuan dan pandangan politik para pemilih. masyarakat agar lebih aktif dalam menggali informasi mengenai caleg/partai politik yang akan dipilihnya sehingga hasil dari pemilu calon legislatif di Kabupaten Indragiri Hulu, nantinya adalah orang-orang yang benar-benar berkompeten.

Sebagai Lembaga Negara yang menyelenggarakan pemilihan umum di Indonesia, menjelang pemilu KPU secara rutin memberikan informasi serta pemahaman kepada masyarakat mengenai pemilu yang akan diselenggarakan. Hal tersebut menjelaskan bahwa sosialisasi merupakan salah satu sarana komunikasi yang penting untuk menjalin hubungan antara organisasi dengan publiknya.

Ketika beberapa faktor diatas dianggap masyarakat belum mampu memenuhi ekspektasi mereka, sehingga akan sangat mempengaruhi tingkat partisipasi pemilih dalam pemilihan umum di Kabupaten Indragiri Hulu Tahun 2024.

PEMBAHASAN

Dari hasil di atas menyatakan bahwa tingkat partisipasi pemilih dalam pemilihan umum di Kabupaten Indragiri Hulu tahun 2024 masuk dalam kategori sedang. Tidak tingginya tingkat partisipasi masyarakat pemilih ini dapat disebabkan oleh beberapa hal seperti: faktor ekonomi masyarakat, faktor kandidat/kontestan pilkada, dan faktor administrasi/teknis proses pemilihan, sehingga ke depan perlu mendapatkan suatu perhatian untuk lebih meningkatkan partisipasi masyarakat secara luas.

Pemilu dilaksanakan agar dapat memilih anggota-anggota Legislatif yang nantinya akan mewujudkan aspirasi serta kesejahteraan masyarakat Indonesia dalam lima tahun kedepan. Didalam pemilu semua warga Negara mempunyai hak yang sama untuk memilih pemimpin politiknya secara

langsung. Untuk meningkatkan kualitas penyelenggaraan pemilu dalam pelaksanaannya dibutuhkan keprofesionalitasan serta mempunyai integritas, kapabilitas, dan akuntabilitas.

Dalam tahapan kegiatan pemilu, masyarakat perlu adanya komunikasi politik agar sikap proaktif untuk memberikan hak suaranya sebagai bentuk partisipasi pemilih dalam setiap penyelenggaraan pesta demokrasi yang menjadi tahapan penting dalam berjalannya sistem pemerintahan yang baik khususnya di Kabupaten Indragiri Hulu. Selain itu keterlibatan pemilih dalam lingkungan sosial turut mempengaruhi proses sosialisasi dan pembelajaran politik yang menjadi faktor penting dalam mempengaruhi pemahaman/orientasi politik pemilih sebagai bentuk partisipasinya dalam pemilihan umum. Dan juga diungkapkan Dasman dkk (2020) bahwa, "Pendidikan politik adalah aktivitas yang bertujuan untuk membentuk dan menumbuhkan orientasi politik pada individu, meliputi keyakinan konsep yang memiliki muatan politis, loyalitas dan perasaan politik, serta pengetahuan dan wawasan politik yang menyebabkan seseorang memiliki kesadaran terhadap persoalan politik dan sikap politik". Diungkapkan Dedi. A (2019) jika partisipasi masyarakatnya tinggi, otomatis perubahan politik menuju ke arah kebaikan bersama akan dapat cepat terwujud sesuai dengan keinginan bangsa dan negara. Sehingga perkembangan politik kedepan semakin maju dengan tingginya partisipasi dari masyarakat sebagai pemilih.

SIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini dapat dirangkum sebagai berikut:

1. Tingkat Partisipasi Sedang Partisipasi pemilih dalam Pemilu 2024 di Kabupaten Indragiri Hulu tergolong sedang. Hal ini menunjukkan bahwa masih ada tantangan dalam meningkatkan keterlibatan masyarakat dalam pemilihan umum.
2. Faktor yang Mempengaruhi Partisipasi Beberapa faktor utama yang mempengaruhi tingkat partisipasi

pemilih.

3. Peran Sosialisasi dalam Meningkatkan Partisipasi Sosialisasi dari KPU dan partai politik memiliki peran penting dalam meningkatkan kesadaran dan keterlibatan pemilih. Minimnya informasi yang diterima oleh masyarakat, terutama pemilih pemula, membuat mereka enggan untuk ikut serta dalam pemilu.
4. Pentingnya Pendidikan Politik Pendidikan politik, baik formal di sekolah maupun informal melalui media dan komunitas sosial, sangat diperlukan untuk meningkatkan pemahaman masyarakat tentang pentingnya pemilu. Keterlibatan lembaga pendidikan dalam memberikan pemahaman politik kepada pemilih pemula dapat membantu meningkatkan partisipasi mereka.
5. Peran Political Marketing dalam Pemilu Pemasaran politik memiliki pengaruh besar terhadap perilaku pemilih. Partai politik dan calon legislatif perlu membangun citra positif serta menjaga hubungan yang baik dengan masyarakat agar bisa mendapatkan kepercayaan dan dukungan dari pemilih.
6. Rekomendasi untuk Peningkatan Partisipasi. Untuk meningkatkan partisipasi pemilih di masa mendatang.

Secara keseluruhan, penelitian ini menekankan bahwa keberhasilan pemilu tidak hanya bergantung pada penyelenggara, tetapi juga pada tingkat kesadaran dan keterlibatan masyarakat yang dapat ditingkatkan melalui edukasi politik dan strategi pemasaran politik yang efektif.

DAFTAR RUJUKAN

- Dasman. Said Sampara. La Ode Husen. 2020. Implementasi Fungsi Komisi Pemilihan Umum dalam Meningkatkan Partisipasi Pemilih pada Pemilu 2019 (Pemilihan Umum Legislatif). *Journal of Lex Generalis (JLS)* Volume 1, Nomor 4, Desember 2020 P-ISSN: 2722-288X, E-ISSN: 2722-7871

- Dedi. A. 2019. Analisis Sistem Pemilihan Umum Serentak. *Jurnal MODERAT*, Volume 5, Nomor 3, Agustus 2019, hlm 213-226. ISSN: 2622-691X
- Ira E, Erman A. 2023. Komunikasi Pemasaran Politik terhadap Keputusan Memilih Calon Legilastif DPRD Kota Tangerang Selatan pada Pemilu Legislatif 2019. Universitas Esa Unggul. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*. Volume 5, Nomor 1, Januari-Juni 2023
- J. Prabowo. 2023. Praktik Money Politic dalam Pemilihan Anggota Legislatif Kota Surakarta dan Pengaruhnya Terhadap Tingkat Partisipasi Pemilih di Wilayah Kelurahan Mojosongo, Jebres, Surakarta Tahun 2019. *Jurnal Global Citizen; Jurnal Ilmiah Kajian Pendidikan Kewarganegaraan*. Volume 12, Nomor 1
- Keputusan Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Indragiri Hulu Nomor 978 Tahun 2024 tentang Penetapan Perolehan Kursi Partai Politik Peserta Pemilihan Umum Anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kabupaten Indragiri Hulu dalam Pemilihan Umum Tahun 2024
- Keputusan Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Indragiri Hulu Nomor 979 Tahun 2024 tentang Penetapan Calon Terpilih Anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kabupaten Indragiri Hulu dalam Pemilihan Umum Tahun 2024
- Keputusan Presiden Nomor 16 Tahun 1999 tentang Pembentukan Komisi Pemilihan Umum dan Penetapan Organisasi dan Tata Kerja Sekretariat Umum Komisi Pemilihan Umum
- Limakrisna, N & Purba, T. P. 2019. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 3. Mitra Wacana Media. Jakarta.
- Peraturan Komisi Pemilihan Umum Nomor 5 Tahun 2015 tentang Sosialisasi dan Partisipasi Masyarakat dalam Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur, Bupati dan Wakil Bupati, Dan/Atau Walikota dan Wakil Walikota.