



Tawarika M
Pandiangan¹
Alissa P Simbolon²
Rahmi Siregar³
Florenzia Silaban⁴
Sri Yunita⁵
Jamaludin⁶
Oksari Anastasya
Sihaloho⁷

PENGARUH KAMPANYE PEMILU 2024 TERHADAP KOMPETENSI KEWARGANEGARAAN MASYARAKAT KELURAHAN SIDOREJO KECAMATAN MEDAN TEMBUNG

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh kampanye Pemilu 2024 terhadap kompetensi kewarganegaraan masyarakat di Lingkungan VI Kelurahan Sidorejo Kecamatan Medan Tembung. Fenomena kampanye pemilu yang sering diwarnai dengan praktik seperti kampanye hitam dan politik uang berpotensi mempengaruhi perilaku politik masyarakat. Kompetensi kewarganegaraan, yang mencakup pengetahuan, sikap, dan keterampilan kewarganegaraan, dianggap penting dalam menghadapi tantangan demokrasi. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan korelasional, yang bertujuan untuk mengukur hubungan antara kampanye pemilu dan kompetensi kewarganegaraan masyarakat. Data dikumpulkan melalui angket yang mengukur tiga dimensi kompetensi kewarganegaraan: Civic Knowledge, Civic Disposition, dan Civic Skill. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kampanye Pemilu 2024 berpengaruh positif terhadap kompetensi kewarganegaraan masyarakat, dengan Civic Knowledge memperoleh pengaruh paling besar (85% responden memberikan tanggapan sangat baik), diikuti oleh Civic Disposition (80,25%), dan Civic Skill (74%). Hasil ini mengindikasikan bahwa kampanye pemilu memiliki peran penting dalam meningkatkan pengetahuan, karakter, dan keterampilan politik masyarakat, yang mendukung partisipasi aktif dalam proses demokrasi. Penelitian ini menyarankan pentingnya memperkuat pendidikan politik untuk meningkatkan kompetensi kewarganegaraan dan mendorong partisipasi yang lebih bermakna dalam demokrasi.

Kata Kunci : Kampanye Pemilu, Kompetensi Kewarganegaraan, Masyarakat.

Abstract

This study aims to examine the influence of the 2024 Election campaign on the civic competence of the community in Lingkungan VI, Sidorejo Village, Medan Tembung District. The phenomenon of election campaigns, often tainted by practices such as black campaigns and vote buying, has the potential to affect the political behavior of society. Civic competence, which includes knowledge, attitudes, and civic skills, is considered crucial in facing the challenges of democracy. This research uses a quantitative method with a correlational approach, aiming to measure the relationship between the election campaign and the civic competence of the community. Data were collected through questionnaires measuring three dimensions of civic competence: Civic Knowledge, Civic Disposition, and Civic Skill. The results show that the 2024 Election campaign has a positive impact on the civic competence of the community, with Civic Knowledge having the greatest influence (85% of respondents gave very good responses), followed by Civic Disposition (80.25%), and Civic Skill (74%). These results indicate that the election campaign plays an important role in enhancing the political knowledge, character, and skills of the community, which supports active participation in the

^{1,2,3,4,5,6,7)} Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Medan
email: tawarikhpdgn@gmail.com

democratic process. This study suggests the importance of strengthening political education to improve civic competence and encourage more meaningful participation in democracy.

Keywords : Election Campaigns, Civic Competence, Community.

PENDAHULUAN

Menjelang Pemilihan Umum (Pemilu) berhadapan dengan berbagai upaya ambisi politik seperti kandidasi partai politik, para tim sukses dari suatu calon kandidat mengusung peserta pemilu di tengah kontestasi pemilu yang kompetitif. (Haboddin, M, 2016). Kampanye pemilu menjadi upaya dominan untuk mempengaruhi cara pandang rakyat agar memilih pada calon yang dipromosikan. Pelaksanaan kampanye ini dikhawatirkan menciptakan pelanggaran etika politik bahkan terjadi suatu pelanggaran norma dan hukum yang berlaku. Salah satu masalah yang mencuat adalah dilakukannya kampanye hitam (Black Campaign). Kampanye yang dilakukan cenderung manjatuhkan lawan dengan pernyataan buruk tanpa bukti yang disebarluaskan kepada masyarakat dan dikhawatirkan masyarakat mudah terobsesi atau terprovokasi sehingga keriuhan dapat saja terjadi. (Beerbohm, 2016:382).

Fenomena lain yang ditemukan menjelang Pemilu adalah tindakan politik uang. Sejalan pada temuan Badan Pengawas Pemilu (Bawaslu) terdapat kasus politik uang terjadi pada masa kampanye bahkan terjadi pada masa tenang, mengangkat salah satu kasus dari calon anggota DPRD kota Palu dari Partai Hanura No. Urut 1 di Daerah Pemilihan 3 Kota Palu. Kasus politik uang ini telah dinyatakan terbukti bersalah berdasarkan Putusan Pengadilan Negeri Palu Nomor: 214/Pid.B/2019/PN Pal (Pemilu), serta dikuatkan dengan putusan banding Pengadilan Tinggi Sulawesi Tengah (Putusan PT Nomor: 71/Pid.Sus/2019/PT PAL). Kelemahan pendidikan politik yang mampu mengikis habis kompetensi kewarganegaraan menghadapi situasi ini dapat menghambat terwujudnya demokrasi yang sehat. Kelemahan tersebut tidak hanya masyarakat yang mengalami, hal ini perlu diwaspadai terhadap peserta Pemilu atas perilaku politiknya. Kampanye ini telah terjadi di media sosial atau saat bertemu langsung dengan masyarakat.

Teori yang dibahas dalam studi ini mencakup dua hal utama, yaitu definisi pengaruh dan kampanye pemilu. Menurut Hugiono dan Poerwantan, pengaruh adalah sikap yang disengaja untuk mengubah pola pikir kelompok masyarakat agar mendukung tujuan tertentu. Roger dan Storey (1987) mendefinisikan kampanye sebagai serangkaian tindakan komunikasi terencana yang bertujuan menciptakan efek tertentu pada audiens dalam jangka waktu tertentu. Hubungan antara komunikasi dan kampanye melibatkan penyebarluasan pesan yang membahas perubahan pada individu dan masyarakat.

Dalam PKPU Nomor 15 Tahun 2023, kampanye pemilu dijelaskan sebagai kegiatan yang dilakukan oleh peserta pemilu atau perwakilannya untuk meyakinkan pemilih melalui penyampaian visi, misi, program, dan citra diri. Kampanye ini bertujuan untuk mempengaruhi pilihan publik dan memperoleh kepercayaan, yang dipengaruhi oleh tiga faktor: kemampuan, kebaikan hati, dan integritas (Mayer, dkk, 1995), yang membentuk kepercayaan seseorang terhadap individu atau pihak tertentu.

Kompetensi kewarganegaraan sangat penting agar individu memahami hak dan kewajibannya dalam demokrasi. Menurut Margaret Stimman Branson (1999), kompetensi kewarganegaraan meliputi pengetahuan kewarganegaraan, keterampilan kewarganegaraan, dan sikap kewarganegaraan. Ketiga dimensi ini membantu warga negara untuk berpartisipasi aktif dalam kehidupan berbangsa dan bernegara, membuat keputusan yang terinformasi, dan berkontribusi pada kehidupan publik.

Studi ini juga mengkaji penelitian terdahulu yang relevan, seperti penelitian Anshori (2018) tentang pengaruh iklan politik terhadap persepsi pemilih, dan Fakhri (2019) tentang pengaruh kampanye politik terhadap perilaku pemilih pada Pilkada Aceh Tamiang 2017. Kedua penelitian tersebut menunjukkan peran penting kampanye dalam membentuk perilaku dan kepercayaan pemilih.

Berdasarkan hasil observasi peneliti saat diadakannya suatu kampanye pemilu di Lingkungan VI Kelurahan Sidorejo Kecamatan Medan Tembung, peneliti menemukan karakteristik dominan masyarakat saat mengikuti kampanye pemilu cenderung mengharapkan imbalan atas kehadirannya menyempatkan waktu untuk hadir kampanye hal ini dibuktikan dari berbagai ungkapan masyarakat melalui perbincangan dengan peneliti yang pada intinya

menyatakan bahwa politik harus memenuhi isi perut masyarakat saja sudah cukup sebab masyarakat memberi perspektif bahwa politik hanya omong kosong, hal ini terjadi akibat pengingkaran janji calon. Selain itu, sedikitnya masyarakat yang paham diadakannya kampanye untuk menggali kebenaran atas visi, misi dan pengalaman kerja calon dengan cara memberanikan diri untuk mengisi sesi tanya jawab.

Fenomena kampanye rentan memberi pengaruh terhadap perilaku politik masyarakat dapat berdampak pada terjebaknya masyarakat dalam lingkaran pelanggaran kampanye akibat keteguhan menggunakan akal sehat dan logika yang baik tidak memumpuni akibat lemahnya pendidikan politik, sikap apatis terhadap politik dan yang paling utama yang harus dimiliki setiap masyarakat adalah kompetensi kewarganegaraan. (Lexianingrum, S. R. P, 2024). Kompetensi kewarganegaraan adalah seperangkat pengetahuan, nilai dan sikap serta keterampilan yang mendukung masyarakat menjadi warga negara yang cerdas, berkarakter dan partisipatif. Dalam menghadapi situasi dan kondisi sosial, masyarakat dituntut untuk menggunakan kompetensi kewarganegaraan agar membantu masyarakat untuk memutuskan apa yang seharusnya tepat dilakukan termasuk menghadapi kampanye pemilu dan memilih atas hasil pertimbangan rasional. (Mulyoto, G. P., & Samsuri, S, 2017:107).

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan peneliti sebelumnya di Lingkungan VI Kelurahan Sidorejo Kecamatan Medan Tembung. Peneliti mengangkat Lokasi ini kembali dengan tujuan penelitian untuk mengetahui pengaruh kampanye pemilu terhadap kompetensi kewarganegaraan masyarakat Lingkungan VI Kelurahan Sidorejo Kecamatan Medan Tembung. Kompetensi kewarganegaraan yang dimiliki masyarakat diharapkan dapat memberi pedoman bagi masyarakat seyogyanya sebagai warga negara yang demokratis dan UUD 1945 menegaskan kedaulatan berada di tangan rakyat maka masyarakat memanfaatkan ruang ini untuk untuk betindak dengan benar.

METODE

Penelitian ini bertujuan untuk menguji hubungan antara pengaruh kampanye Pemilu 2024 terhadap kompetensi kewarganegaraan masyarakat di Lingkungan VI Kelurahan Sidorejo Kecamatan Medan Tembung. Desain penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pendekatan korelasional. Penelitian korelasional ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih yang bersifat kuantitatif, dalam hal ini antara variabel kampanye Pemilu (X) sebagai variabel bebas dan kompetensi kewarganegaraan (Y) sebagai variabel terikat. Penelitian ini tidak memanipulasi variabel, melainkan hanya mendekripsi hubungan dan pengaruh antar variabel. Untuk analisis data, digunakan teknik regresi linear sederhana untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Penelitian ini dilakukan di Lingkungan VI Kelurahan Sidorejo Kecamatan Medan Tembung. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada temuan awal yang menunjukkan antusiasme masyarakat terhadap kampanye Pemilu, meskipun banyak di antaranya berharap mendapatkan imbalan setelah kampanye selesai. Selain itu, lokasi ini juga mudah dijangkau dan belum pernah diteliti sebelumnya dalam konteks pengaruh kampanye Pemilu terhadap kompetensi kewarganegaraan.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat di Lingkungan VI Kelurahan Sidorejo, sedangkan sampel yang diambil berjumlah 30 responden yang telah mengikuti Pemilu 2024. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling, yaitu teknik pemilihan sampel secara sengaja berdasarkan karakteristik tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian, yakni masyarakat yang berpartisipasi dalam Pemilu. Sampel yang terpilih diharapkan dapat mewakili karakteristik populasi yang relevan dengan topik penelitian. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, yang diperoleh dari observasi langsung dan pengisian kuesioner oleh responden. Data primer diperoleh dari kuesioner yang diberikan kepada responden, sementara data sekunder diperoleh dari studi literatur terkait. Instrumen penelitian yang digunakan adalah kuesioner yang dirancang dengan menggunakan skala Likert untuk mengukur variabel kompetensi kewarganegaraan yang terdiri dari tiga dimensi: civic knowledge, civic disposition, dan civic skill.

Sebelum digunakan dalam penelitian, instrumen diuji validitasnya dengan menggunakan rumus korelasi produk moment, yang menunjukkan bahwa sebagian besar item dalam instrumen kuesioner valid, kecuali beberapa item yang dinyatakan tidak valid (X1, X4, X5) maka dari 12

item yang ada menjadi 9 item yang dinyatakan valid digunakan dalam pengambilan data. Uji reliabilitas instrumen menggunakan Cronbach's Alpha menunjukkan hasil yang reliabel, dengan nilai 0,813 untuk instrumen terkait kompetensi kewarganegaraan dan 0,709 untuk instrumen terkait pengetahuan kewarganegaraan. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis statistik deskriptif untuk memberikan gambaran mengenai kondisi atau karakteristik variabel yang diteliti berdasarkan data yang terkumpul. Statistik deskriptif ini digunakan untuk mendeskripsikan hubungan antara kampanye Pemilu 2024 dan kompetensi kewarganegaraan tanpa membuat generalisasi yang lebih luas, tetapi untuk memberikan pemahaman yang lebih jelas mengenai fenomena yang terjadi pada sampel yang diteliti.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Data penelitian ini diperoleh dari masyarakat Lingkungan VI Kelurahan Sidorejo Kecamatan Medan Tembung sebagai subyek penelitian dan merupakan populasi pada penelitian ini. Deskripsi data yang disajikan meliputi ukuran kecenderungan memusat yaitu mean (M), median (Me), mode (Mo), varians, simpangan baku, nilai maksimum, dan nilai minimum. Data yang diperoleh melalui penelitian akan digunakan untuk keperluan pengujian hipotesis yang sebelumnya telah diuji validitas dan reliabilitasnya.

1. Pengaruh Kampanye Pemilu 2024 terhadap kompetensi kewarganegaraan pada masyarakat

Pengaruh Kampanye Pemilu 2024 terhadap kompetensi kewarganegaraan pada masyarakat diperoleh melalui pengisian angket yang terdiri dari 9 pernyataan. Skala nilai skor untuk masing-masing butir adalah 1-4 dengan jumlah responden sebanyak 30 responden. Setiap responden bisa memperoleh nilai maksimal 36 dan nilai minimal 9. Berdasarkan data, hasil perhitungan dengan program SPSS versi 29 for Windows memiliki kecenderungan memusat dengan harga mean (M) sebesar 3,57, median (Me) sebesar 4, varian sebesar 0,853, range sebesar 3, simpangan baku sebesar 0,916 nilai minimum 1, dan nilai maksimum 4. Terdapat 78 % responden berada pada kriteria baik atas tanggapan yang diberikan.

2. Pengaruh Kampanye Pemilu terhadap Civic Knowledge pada Masyarakat

Pengaruh Kampanye Pemilu terhadap Civic Knowledge pada Masyarakat diperoleh melalui angket yang terdiri dari 5 pernyataan. Skala nilai skor untuk masing-masing butir adalah 1-4 dengan jumlah responden sebanyak 30 responden. Setiap responden bisa memperoleh nilai maksimal 20 dan nilai minimal 5. Berdasarkan data, hasil perhitungan dengan program SPSS versi 29 for Windows memiliki kecenderungan memusat dengan harga mean (M) sebesar 3,852, median (Me) sebesar 4, varian sebesar 0,35, range sebesar 0,20, simpangan baku sebesar 0,34 nilai minimum 5, dan nilai maksimum 20. Identifikasi kategori kecenderungan atau tinggi rendahnya pemahaman masyarakat tentang kampanye pemilu dalam penelitian ini didasarkan pada tiga kategori di atas. Harga mean yang diperoleh untuk pemahaman masyarakat Lingkungan VI Kelurahan Sidorejo Kecamatan Medan Tembung sebagaimana tercantum dalam tabel data deskriptif di atas sebesar 3,82 dan simpangan baku sebesar 0,34. Terdapat 85% masyarakat memiliki pemahaman yang sangat baik mengenai kampanye pemilu dan 15% masyarakat memiliki pemahaman baik pada kriteria tingkat kedua atas.

Hasil penelitian yang dilakukan dengan uji hipotesis menunjukkan pengaruh yang signifikan antara 2 variabel. Dari hasil statistik frekuensi pada pengambilan data ke masyarakat pada tahap pertama menunjukkan bahwa 78 % masyarakat memilih tanggapan dengan jawaban pada kriteria sangat baik namun setelah dilakukan uji validitas dan reliabilitas instrumen ditemukan 3 item mengenai indikator dari Civic Knowledge tidak valid maka dilakukan penelitian tahap ke dua yang berfokus pada Civic Knowledge dan dilakukan pengujian validitas dan reliabilitas menunjukkan hasil valid. Terdapat 85 % responden memilih tanggapan dengan kriteria skor sangat baik dan 15 % berada di kriteria baik. Hasil ini menyatakan adanya pengaruh positif kampanye pemilu 2024 pada masyarakat Lingkungan VI Kelurahan Sidorejo Kecamatan Medan Tembung.

Mengingat bahwa hipotesis penelitian itu pada dasarnya dirumuskan berdasarkan kajian teori dan hasil penelitian terdahulu yang relevan, maka apa yang ditemukan dalam penelitian ini sejalan dengan teori yang digunakan dalam penelitian ini sejalan dengan teori yang digunakan dalam penelitian ini serta mendukung hasil penelitian terdahulu. Pada variabel X

bahwa kampanye pemilu 2024 yang efektif tidak hanya bertujuan untuk memenangkan suara, tetapi juga berfungsi sebagai alat pendidikan bagi masyarakat. Dengan memberikan informasi yang jelas dan akses kepada pemilih untuk berdiskusi, kampanye dapat berkontribusi pada variabel Y atau peningkatan pengetahuan kewarganegaraan, yang pada gilirannya dapat mendorong partisipasi yang lebih aktif dalam proses demokrasi.

Pernyataan ini telah diterima sangat baik sebagai bagian penting dari pengetahuan kewarganegaraan atau Civic Knowledge, dari hasil statistik berfokus pada tanggapan masyarakat dengan jawaban sangat baik diperoleh oleh 85% dari 30 responden masyarakat Lingkungan VI Kelurahan Sidorejo Kecamatan Medan Tembung. Kampanye pemilu menjadi sumber utama informasi bagi masyarakat tentang kandidat, program, dan isu yang relevan. Dengan mengedukasi warga tentang hak-hak mereka, kewajiban, dan mekanisme pemerintahan, kampanye ini dapat memperkuat pemahaman politik dan membantu menciptakan pemilih yang lebih berpengetahuan. Hal ini, pada gilirannya, dapat meningkatkan partisipasi dan kualitas demokrasi.

Kampanye pemilu 2024 memberi pengaruh terhadap Civic Disposition atau karakter kewarganegaraan pada masyarakat melalui hasil statistik frekuensi terdapat 80,25% dari 30 responden dengan jawaban sangat baik bahwa kampanye pemilu memiliki potensi besar untuk membangun karakter kewarganegaraan dalam masyarakat. Kampanye pemilu 2024 yang bersifat edukatif dan programatif dapat mengembangkan sikap, partisipasi aktif, dan dialog terbuka, kampanye dapat menciptakan warga negara yang lebih sadar, bertanggung jawab, dan terlibat dalam proses demokrasi. Pembentukan karakter kewarganegaraan ini penting untuk menciptakan masyarakat yang sehat, inklusif, dan demokratis. Dengan mempromosikan nilai-nilai civic engagement, kampanye tersebut dapat mendorong warga untuk lebih aktif berkontribusi, sehingga memperkuat karakter kewarganegaraan yang positif dan mendukung stabilitas sosial. (Santoso, G., Karim, A. A., & Maftuh, B, 2023).

Terakhir pengaruh kampanye pemilu 2024 terhadap Civic Skill atau keterampilan kewarganegaraan melalui hasil statistic frekuensi terdapat 74% dari 30 responden masyarakat Lingkungan VI Kelurahan Sidorejo Kecamatan Medan Tembung memberi jawaban sangat baik bahwa pengaruh kampanye pemilu terhadap civic skill (keterampilan kewarganegaraan) sangat signifikan. Kampanye pemilu dapat berperan sebagai alat untuk mengembangkan civic skill dalam masyarakat. Melalui pendidikan, pengalaman praktis, dan keterlibatan dalam proses politik, individu dapat memperoleh peningkatan keterampilan komunikasi, kolaborasi, dan pemecahan masalah, individu dapat berkontribusi lebih efektif dalam kehidupan politik dan sosial. Hal ini menciptakan lingkungan yang lebih demokratis dan inklusif, suara semua warga negara didengar dan dihargai. Kampanye pemilu dapat mengembangkan keterampilan intelektual, seperti analisis kritis terhadap informasi, serta keterampilan partisipasi, seperti berdebat dan terlibat dalam diskusi publik. Ini membantu individu memahami isu-isu politik dan mendorong keterlibatan aktif dalam proses demokrasi, yang merupakan ultimate tujuan kewarganegaraan yang baik.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data penelitian yang dilakukan dapat ditarik Kesimpulan bahwa berdasarkan analisis data menunjukkan korelasi antar kedua variabel yakni pengaruh kampanye pemilu terhadap kompetensi kewarganegaraan dinyatakan memiliki pengaruh positif melalui skor atas jawaban 30 responden dari masyarakat Lingkungan VI Kelurahan Sidorejo Kecamatan Medan Tembung dengan taraf signifikansi 5 % dengan nilai $r_{tabel} = 0,361$. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} artinya korelasi kuat antara pengaruh kampanye pemilu terhadap kompetensi kewarganegaraan yang dibagi menjadi 3 indikator, yaitu Civic Knowledge atau pengetahuan kewarganegaraan, Civic Disposition atau karakter kewarganegaraan dan Civic Skill atau keterampilan kewarganegaraan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh positif kampanye pemilu 2024 lebih banyak diperoleh pada pengembangan Civic Knowledge yakni 85% dari 30 responden masyarakat di daerah tersebut. Selain itu, kampanye pemilu memberi pengaruh positif pada Civic Disposition masyarakat sebesar 80,25% responden dan untuk Civic Skill sebesar 74% responden. Dapat disimpulkan bahwa lebih banyak masyarakat menerima manfaat dari kampanye pemilu untuk pengembangan

pengetahuan kewarganegaraan dibandingkan dua kompetensi lainnya. Perlu adanya pengaruh positif yang selaras terhadap 3 kompetensi kewarganegaraan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2006). Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arikunto, S. (1995). Dasar-Dasar Evaluasi Pendidikan. Jakarta: Bumi Aksara.
- Anshori, A. (2018). Pengaruh Iklan Politik Terhadap Persepsi Pemilih Kota Medan Tahun 2018. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2), 132144.
- ASLAM K, R. I. D. H. O. T. U. L. (2023). PENGARUH USAHA KOS TERHADAP TINGKAT PENDAPATAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH DI KECAMATAN BARA (Doctoral dissertation, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo).
- Beerbohm, E. (2016). The ethics of electioneering. *Journal of Political Philosophy*, 24(4), 381-405.
- Branson, M. S. (1999). Social Studies for the Twenty-First Century: Methods and Materials for Teaching in a Changing World. Washington, DC: National Council for the Social Studies.
- Encyclopaedia Britannica. (2015). Citizenship. Diakses dari : <https://www.britannica.com/topic/citizenship>
- Fakhri, A. (2019). Pengaruh Kampanye Politik Pasangan Mursil-Tengku Insyafuddin Terhadap Perilaku Pemilih Pada Pilkada Aceh Tamiang Tahun 2017. *Komunikologi: Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi Dan Sosial*, 3(2), 157-189.
- Haboddin, M. (2016). Dinamika pilkada dan demokrasi lokal di Indonesia. Universitas Brawijaya Press.
- Komisi Pemilihan Umum Republik Indonesia. (2023). Peraturan Komisi Pemilihan Umum Nomor 15 Tahun 2023 tentang Kampanye Pemilu. Diakses dari : https://jdih.kpu.go.id/data/data_pkpu/2023pkpu015.pdf
- Lexianingrum, S. R. P. (2024). Fenomena Kampanye Negatif Terhadap Pilihan Pemula di Sosial Media. *IJM: Indonesian Journal of Multidisciplinary*, 2(4), 144-149.
- Mayer, R.C., Davis, J. H., dan Schoorman, F. D., 1995. An Integrative Model of Organizational Trust, *Academy of Management Review*, 30(3), 709-734.
- Mulyoto, G. P., & Samsuri, S. (2017). Pengaruh model project citizen dengan pendekatan saintifik terhadap penguasaan kompetensi kewarganegaraan dalam pembelajaran Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan. *Jurnal Civics: Media Kajian Kewarganegaraan*, 14(1), 105-118.
- Putusan Pengadilan Negeri Palu Nomor: 214/Pid.B/2019/PN Pal (Pemilu), Hal 141.
- Roger, E. M., & Storey, J. D. (1987). Communication campaigns. In *Communication and Campaigns* (pp. 20-34). Newbury Park, CA: Sage Publications.
- Santoso, G., Karim, A. A., & Maftuh, B. (2023). Pengantar Pendidikan Kewarganegaraan di Perguruan Tinggi melalui Kajian Filosofis Pembukaan UUD 1945 Indonesia Abad Transformatif, 2(1), 297-311.
- Sugiyono. (2008). Metode Penelitian Bisnis(Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Jurnal Akuntansi, Ekonomi dan Manajemen Bisnis | Vol. 5 No. 1, July 2017, 80-90 | E-ISSN: 2548-9836 dan R&D) (Cetakan ke sebelas uppl.). Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Widodo, S. A., Kustantini, K., Kuncoro, K. S., & Alghadari, F. (2021). Single subject research: Alternatif penelitian pendidikan matematika di masa new normal. *Journal of Instructional Mathematics*, 2(2), 78-89.
- Xi'an Shiyou Xuebao, X. S. (2023). *Journal of Xi'an Shiyou University, Natural Sciences Edition*, 65(11), 1–70. <https://doi.org/DOI10.17605/OSF.IO/YRZ68>.