

# Komunikasi KPU Kota Denpasar Dalam Sosialisasi PILWALI 2020 Di Tengah Pandemi Covid-19

Ni Luh Manik Cahyaning Dewi<sup>1)</sup>, Ni Made Ras Amanda Gelgel<sup>2)</sup>, I Gusti Agung Alit Suryawati<sup>3)</sup>  
<sup>1,2,3)</sup> Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Udayana  
Email : [manikkcahyaning@gmail.com](mailto:manikkcahyaning@gmail.com), [rasamanda13@unud.ac.id](mailto:rasamanda13@unud.ac.id), [igaaalitsuryawati@yahoo.co.id](mailto:igaaalitsuryawati@yahoo.co.id).

## ABSTRACT

*This research is entitled "Denpasar City KPU Communications In Disseminating the 2020 PILWALI Amid the Covid-19 Pandemic". The purpose of this study was to find out how political communication was carried out by the Denpasar City KPU in disseminating the election in the midst of the Covid-19 pandemic. This study uses a qualitative descriptive method with Harold Lasswell's Political Communication Theory and Schoreder's Political Communication Strategy Theory (Offensive Strategy for market expansion and market penetration). Informants in this study amounted to 2 people who were determined by purposive sampling. Data were collected through interviews, observation and documentation. The results showed that the Denpasar City KPU in 2020 only experienced a 2% decrease in public participation from the 2015 election which reached a 5% decline.*

**Keywords:** *Political Communication, Denpasar City Election Commission, PILWALI Socialization in a Pandemic*

## 1. PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Komunikasi merupakan proses penyampaian dan penerimaan pesan yang tidak bisa dipisahkan dari kehidupan masyarakat baik via online (media sosial) maupun offline (tatap muka). Namun, terkadang dalam proses tersebut banyak ditemui noise atau hambatan-hambatan. Wursanto (2005) dalam (Purnamasari, 2018) menyebutkan bahwa hambatan komunikasi ada tiga, yaitu: hambatan teknis, semantik dan hambatan perilaku. Salah satu hambatan teknis terbesar saat ini adalah Pandemi Covid-19.

Pada tanggal 9 Maret 2020, Covid-19 dideklarasikan oleh WHO (*World Health*

*Organization*) sebagai pandemi karena telah menyebar keseluruh dunia. Dari data Komite Penanganan Covid-19 dan Pemulihan Ekonomi Nasional tahun 2020, terdapat 287,008 kasus Covid-19 per tanggal 1 Oktober 2020 se-Indonesia (Covid19.go.id, 2020). Akibatnya berbagai sektor, baik daerah dan pusat mengalami gangguan dari sektor ekonomi, pendidikan, sosial ataupun politik.

Hal senada juga dirasakan oleh masyarakat Bali diberbagai sektor karena Bali menduduki urutan ke-9 kasus terbanyak penyebaran Covid-19 per tanggal 6 Oktober 2020 menurut data Komite Penanganan Covid-19 dan

Pemulihan Ekonomi Nasional (Covid19.go.id, 2020). Di Bali sendiri yang menjadi penyumbang angka terbesar penyebaran Covid-19 menurut Dinas Kesehatan Provinsi Bali tahun 2020 (Pendataan.baliprov.go.id, 2020) adalah Kota Denpasar sebanyak 2.592 kasus positif per tanggal 6 Oktober 2020.

Oleh sebab itu, berbagai sektor di Kota Denpasar juga mengalami pengaruh pandemi tersebut. Salah satunya adalah sektor politik yaitu PILKADA/PILWALI Kota Denpasar tahun 2020. Menurut KPU Kota Denpasar (Kpu-denpasarkota.go.id, 2020), dengan angka penyebaran yang semakin meningkat dan kegiatan secara *offline* yang semakin di batasi pemilihan Walikota Denpasar tetap dilaksanakan tanggal 9 Desember 2020 secara serentak dengan tetap menerapkan protokol kesehatan. Hasilnya menurut Gede Jhon Darmawan selaku Anggota Divisi Sosialisasi Pendidikan Pemilih, dan Partisipasi Masyarakat Komisi Pemilihan Umum Bali dilansir dari portal NusaBali.com partisipasi masyarakat dalam Pilwali Denpasar tanggal 9 Desember 2020 mencapai 56%. Persentase ini memang mengalami penurunan 2% dari tahun 2015 yang mencapai 58%.

Tetapi, hal ini terbilang unik karena saat PILWALI tahun 2015 ke tahun 2020 yang hanya mengalami penurunan sebanyak 2% sedangkan di tahun 2010 ke tahun 2015 tanpa adanya pandemi *Covid-19* turun sebanyak 5%. Tepatnya di tahun 2010 tingkat partisipasi masyarakat mencapai 63%, tahun 2015 58% dan di saat pandemi tahun 2020 mencapai 56%. (TribunBali.com, 2015)

Melihat fenomena tersebut, penulis tertarik untuk mengetahui bagaimana komunikasi yang digunakan oleh KPU Kota Denpasar dalam

mensosialisasi PILWALI tahun 2020 di tengah pandemi *Covid-19* karena dengan situasi pandemi seperti sekarang KPU Kota Denpasar bisa mencapai persentase 56% dan hanya mengalami penurunan 2% saja dari tahun sebelumnya.

## **Rumusan Masalah**

Bagaimana komunikasi politik yang digunakan oleh KPU Kota Denpasar dalam melakukan sosialisasi pilwali tahun 2020 di tengah pandemi *Covid-19*?

## **Tujuan Penelitian**

Mengetahui bagaimana komunikasi yang digunakan oleh KPU Kota Denpasar dalam mensosialisasikan pemilihan Walikota 2020-2025 di tengah pandemi *Covid-19*..

## **2. KAJIAN PUSTAKA**

### **Komunikasi Politik Penyelenggara PILKADA**

Menurut McNair (McNair, 2016), tujuan komunikasi yang berisi tentang politik adalah segala bentuk komunikasi yang dilakukan oleh partisipan politik guna mencapai suatu tujuan yang telah ditentukan. Komunikasi politik memiliki artian yang sangat erat dalam penyelenggaraan PILKADA khususnya KPU sebagai penyelenggara. Komisi Pemilihan Umum merupakan lembaga independen yang melakukan penyelenggaraan pemilihan umum di Indonesia dan bersifat nasional, tetap serta mandiri. Sehingga KPU wajib memiliki komunikasi politik yang baik sebagai penyelenggara PILKADA.

### **Partisipasi Masyarakat Dalam PILKADA**

Secara umum seringkali partisipasi pemilih menjadi salah satu parameter dalam mengukur keberhasilan. Keberhasilan ini tentu bisa diukur secara kualitatif dan kuantitatif. Secara kualitatif dapat diukur dari pilihan rasional (*rational choice*) serta peran aktif pemilih dalam mengikuti segala tahapan. Sedangkan kuantitatif dapat diukur dari besarnya angka pemilih yang menggunakan hak pilih di TPS.

### **Strategi Komunikasi Politik Penyelenggara PILKADA**

Strategi pada dasarnya adalah sebuah perencanaan dan manajemen guna mencapai suatu tujuan tertentu yang telah ditentukan. Tujuan strategi komunikasi ada 3, yaitu: *To establish acceptance*, *To motivate action*, dan *To secure understanding*. Salah satu strategi yang dibutuhkan sebagai penyelenggara adalah sosialisasi politik. Menurut Syarbaini, dkk. (2004) sosialisasi politik adalah suatu proses pembentukan sikap serta orientasi politik di masyarakat.

### **Komunikasi Politik Harold Lasswell**

Dalam proses komunikasi menurut teori Lasswell, ada 5 hal yang harus diperhatikan, yaitu: (1) *Who* (Siapa/Komunikator) adalah pelaku utama dalam proses komunikasi atau yang pertama kali memulai komunikasi. (2) *Says What* (Pesan) berisikan segala informasi yang ingin disampaikan oleh komunikator kepada komunikan lainnya. (3) *In Which Channel* (Saluran/media) adalah alat atau saluran yang digunakan oleh komunikator untuk menyampaikan pesan atau informasi, bisa melalui berbagai media yang ada. (4) *To Whom* (Penerima/komunikan) ialah seseorang yang

menjadi penerima pesan atau target komunikasi itu sendiri. (5) *With What Effect* (Dampak/efek) adalah dampak yang ditimbulkan setelah terjadinya komunikasi antara komunikator dan penerima pesan.

### **Teori Strategi Komunikasi Politik Menurut Schroder**

Menurut strategi politik dari Schroder dijabarkan bahwa ada 2 strategi yaitu, strategi ofensif serta strategi defensif. Pada penelitian ini terfokus kepada strategi ofensif saja. Strategi ofensif sendiri dalam konteks pemilihan umum dibagi lagi menjadi 2 yaitu, strategi perluasan pasar serta strategi menembus pasar. Untuk strategi perluasan pasar ini memiliki tujuan membentuk basis pemilih baru disamping basis yang sudah ada. Sedangkan strategi menembus pasar dalam konteks penyelenggara pemilu berarti penyelenggara dapat melakukan eksplorasi target pemilih dari pemilu sebelumnya.

### **3. METODE PENELITIAN**

Pada penelitian ini penulis menggunakan penelitian deskriptif kualitatif dengan sumber data primer serta sekunder. Data yang didapat dikumpulkan melalui wawancara, *observasi* serta studi dokumentasi. Wawancara informan dilakukan dengan 2 orang yang ditentukan menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu Anggota KPU Kota Denpasar Bidang Divisi Sosialisasi, Pendidikan Pemilih, Partisipasi Masyarakat & Pengembangan SDM dan Sub bagian Teknis Penyelenggaraan Pemilu, Partisipasi dan Hubungan Masyarakat.

### **4. PEMBAHASAN**

Dalam sosialisasinya KPU Kota Denpasar menggunakan beberapa strategi untuk mencapai target, berikut penulis menjabarkan dan menganalisa dengan teori komunikasi politik Harold Lasswell (*Who, Says What, In Which Channel, To Whom, With What Effect*) dan teori strategi komunikasi politik menurut Schroder (Perluasan Pasar dan Menembus Pasar).

### **Who (Siapa/Komunikator)**

Merupakan pelaku utama dalam proses komunikasi. Ada tiga syarat sebagai komunikator yaitu: memiliki tingkat kepercayaan orang lain, daya tarik serta kekuatan (Cangara, 2013). Dalam hal ini, Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Denpasar bertindak sebagai komunikator utama secara langsung dan tidak langsung pada proses sosialisasi Pilwali 2020. Dari hasil observasi di KPU Kota Denpasar, Komisioner KPU, Sekretariat KPU (Sub bagian Teknis Penyelenggaraan Pemilu, Partisipasi dan Hubungan Masyarakat) serta para staff KPU melakukan tindakan sebagai komunikator yang dapat bertanggung jawab dalam segala penyampaian informasi kepada masyarakat.

### **Says What (Pesan)**

Menjelaskan informasi apa yang ingin disampaikan oleh komunikator kepada target atau khalayak. Pesan yang terdapat pada sosialisasi pilwali 2020 merupakan pesan yang memiliki sifat informatif, persuasif, serta edukatif. Untuk pesan persuasif sendiri salah satunya dengan mengajak serta menghimbau masyarakat untuk datang dan menggunakan hak pilih pada pilwali 2020. Selain itu, penyampaian pesan yang bersifat edukatif adalah dengan mendidik secara tidak langsung

serta memberikan pendidikan politik kepada masyarakat melalui pilwali ini. Pada hal ini informasi yang diberikan terkait kapan waktu pemilihan, syarat menjadi pemilih, tips menggunakan hak pilih, pilkada di masa pandemi, menjaga demokrasi dimasa pandemi, milenials dan pilkada di masa pandemi, tahapan pilwali, 9 hal baru di TPS, pilkada di era new normal, pilwali berintegritas di tengah pandemi dan ajakan untuk turut terlibat aktif dalam pemilihan.

### **In Which Channel (Saluran/media)**

Dalam sosialisasi pilwali KPU Kota Denpasar sebagai penyelenggara menggunakan berbagai media promosi. Menurut Frank Jefkins (1997:84-136) dalam bukunya "Periklanan" membagi media periklanan menjadi 2 yaitu Media Above the Line (ATL) dan media Below the Line (BTL).

Pada masa pandemi ini sosialisasi pilwali menggunakan metode komunikasi tatap muka terbatas. Sedangkan media utama yang digunakan ialah media cetak, media elektronik serta media sosial. Untuk media elektronik sendiri terdiri dari televisi, radio dan media cetak berupa surat kabar. Selain itu, media pendukung juga digunakan yaitu poster, brosur, spanduk, banner, baliho, stiker, goro-goro, tumbler, masker dan tas belanja yang berisi informasi atau simbol-simbol pilwali (Below The Line). KPU juga memberikan pesan melalui lagu dengan mengandeng penyanyi Bali (Nanoe Biroe), foto, video dan lomba alat peraga kampanye. Untuk pembuatan serta penggunaan media tersebut dilakukan kerjasama dengan berbagai pihak seperti instansi pemerintah terkait, Stasiun TV, LSM, Radio, ormas, dan media massa cetak.

KPU Kota Denpasar dalam melaksanakan tahapan serta pelaksanaan sosialisasi pilwali 2020 kali ini lebih banyak menggunakan New media berupa media massa online maupun sosialisasi melalui media sosial. KPU Kota Denpasar sendiri sudah aktif dalam menyampaikan sosialisasi di media sosial melalui Instagram, Facebook, Twitter, Tiktok, Youtube dan Web resmi. Jika dilihat dari jumlah banyaknya postingan dan interkasi KPU Kota Denpasar cenderung aktif dan mendapat banyak tanggapan respon melalui media sosial Instagram.

### **To Whom (Penerima/komunikasikan)**

ialah seseorang yang menjadi penerima pesan atau target komunikasi itu sendiri. Dalam melakukan sosialisasi Pemilihan Walikota Denpasar Tahun 2020, KPU Kota Denpasar telah membagi klasifikasi khalayak sehingga target sosialisasi menjadi lebih terfokus.

Tentunya yang menjadi target dalam hal ini secara umum adalah masyarakat Kota Denpasar yang memang memiliki hak suara pada pilwali 2020. Namun agar sosialisasi lebih terfokus, maka segmentasi sosialisasi KPU Kota Denpasar dibagi menjadi 11 segmen yaitu Basis Pemilih Komunitas, Kaum Marjinal, Pemilih Muda, Pemilih Pemula, Pemilih Keluarga, Pemilih Agama, Pemilih Penyandang Disabilitas, Pemilih Perempuan, Pemilih Berkebutuhan Khusus, Pemilih Relawan Demokrasi dan Pemilih Netizen. Dari 11 segmen tersebut maka terdapatlah 26 acara sosialisasi.

### **With What Effect (Dampak/efek)**

Dampak yang ditimbulkan setelah terjadinya komunikasi antara komunikator dan penerima pesan. Dampak yang dimaksud ialah

dampak yang terjadi pada masyarakat atau pemilih setelah mendapatkan sosialisasi, apakah akan melakukan pencoblosan atau golput.

Menurut data KPU Kota Denpasar, hasilnya dari jumlah pemilih sebesar 446.800 menggunakan hak pilihnya sebanyak 239.325. Dan dari jumlah pemilih disabilitas sebesar 548 yang menggunakan hak pilih sebesar 93 partisipan. Angka ini menjadikan pemilihan walikota tahun 2020 menjadi unik. Karena di saat Pilwali tahun 2015 ke tahun 2020 hanya mengalami penurunan sebanyak 2% sedangkan di tahun 2010 ke tahun 2015 tanpa adanya pandemi Covid-19 turun sebanyak 5%. Tepatnya di tahun 2010 tingkat partisipasi masyarakat mencapai 63%, tahun 2015 58% dan di saat pandemi tahun 2020 mencapai 56%. Itu artinya sudah ada peningkatan partisipasi dari tahun sebelumnya.

### **Strategi perluasan pasar ofensif**

Strategi perluasan pasar ofensif bertujuan untuk membentuk basis kelompok pemilih baru di samping basis tetap yang telah ada sebelumnya. KPU Kota Denpasar memanfaatkan strategi ini untuk melakukan sosialisasi di masa pandemi, apalagi banyak kegiatan sosialisasi yang harus berubah karena adanya protokol kesehatan.

Untuk mempermudah sosialisasi KPU membagi menjadi 11 segmen sosialisasi, yaitu: Basis Pemilih Komunitas, Pemilih Kaum Marjinal, Pemilih Muda, Pemilih Pemula, Pemilih Keluarga, Pemilih Agama, Pemilih Penyandang Disabilitas, Pemilih Perempuan, Pemilih Berkebutuhan Khusus, Pemilih Relawan Demokrasi dan Pemilih Netizen. Dengan 11 segmen tersebut, KPU Kota Denpasar membagi sosialisasi menjadi 26 acara

dengan waktu yang berbeda-beda. KPU Kota Denpasar juga melakukan sosialisasi kepada masyarakat umum dengan membuat webinar nasional yang bisa diikuti seluruh kalangan dan memasang alat peraga kampanye di sekitar Kota Denpasar berupa baliho, woro-woro/videotron. Sosialisasi melalui media elektronik yaitu Radio dan Televisi juga dilakukan dengan sosialisasi interaktif, pemutaran smash dan jingle.

PILWALI tahun 2020 ini hanya 30-40% menggunakan sosialisasi secara tatap muka terbatas dan sisanya dilakukan sosialisasi secara daring menggunakan berbagai platform media sosial milik KPU Kota Denpasar yang memungkinkan untuk diakses oleh berbagai masyarakat. Dengan sosialisasi di media sosial KPU mengajak masyarakat untuk hadir ke TPS serta menggunakan hak pilihnya dan tetap menggunakan protokol kesehatan. Foto, Video, Caption, Hastag, Perlombaan Alat Peraga Kampanye dibuat semenarik mungkin sehingga masyarakat tidak takut untuk hadir ke TPS karena sudah memenuhi protokol kesehatan.

### **Strategi menembus pasar ofensif**

Strategi menembus pasar, dalam konteks penyelenggara pemilu, penyelenggara dapat melakukan eksplorasi target pemilih dimana keberhasilan telah diperoleh sebelumnya. Melihat strategi ini, KPU Kota Denpasar di saat Pilwali tahun 2015 jumlah partisipan yang terdaftar adalah 425.293 dan yang memberikan suara sebanyak 237.896. Kemudian angka partisipasi meningkat di tahun 2020, dengan jumlah yang terdaftar adalah 446.800 dan yang menggunakan hak pilih sebesar 239.325. Tak hanya itu, untuk angka pemilih disabilitas di tahun 2015 mencapai

191 dan yang menggunakan hak pilih sebanyak 51. Sedangkan jumlah partisipan disabilitas di tahun 2020 menjadi 548 dan yang menggunakan hak pilih sebesar 93. Dari angka partisipasi tersebut, terlihat bahwa KPU Kota Denpasar telah berhasil menembus pasar, sehingga angka partisipan dan pemilih mengalami peningkatan.

### **Hambatan Dalam Sosialisasi**

Dalam pemilihan Walikota Denpasar tahun 2020 yang menjadi hambatan terbesar tentunya adalah pandemi *Covid-19*. Adanya pandemi ini membuat KPU harus memutar strategi agar PILWALI dapat berjalan dengan sukses. Sosialisasi yang biasanya tatap muka dengan jumlah besar harus dipangkas dan dilaksanakan secara daring.

Meskipun di Kota Denpasar banyak masyarakat yang menggunakan media sosial, tetapi ada juga beberapa masukan dari masyarakat bahwa masyarakat kurang menyukai sosialisasi melalui daring karena tidak bisa melakukan tatap muka secara langsung serta terhalang dengan kuota internet.

Penurunan partisipasi terjadi karena masyarakat Kota Denpasar memiliki mobilitas tinggi sehingga terkadang terdaftar di salah satu TPS karena tinggal kos disana, tetapi tiba-tiba saat pemilihan sudah pindah dan enggan untuk datang ke alamat TPS awal. Selain itu, penduduk Kota Denpasar lebih banyak penduduk urbanisasi sehingga ketika pandemi dan tak memiliki pekerjaan masyarakat memutuskan untuk balik ke kampung halaman sehingga mempengaruhi jumlah partisipasi pemilih.

## 5. KESIMPULAN

Berdasarkan penjabaran diatas, maka dapat disimpulkan bahwa KPU Kota Denpasar hanya mengalami penurunan partisipasi masyarakat sebanyak 2% dari pemilihan sebelumnya di tahun 2015 yang mencapai penurunan 5% padahal saat itu tidak ada pandemi *Covid-19*. Adapun strategi yang digunakan untuk mensosialisasikan Pemilihan Walikota 2020 di masa pandemi *Covid-19* diantaranya:

1. Membagi segmentasi sosialisasi menjadi 11 segmen yaitu Basis Pemilih Komunitas, Pemilih Kaum Marjinal, Pemilih Muda, Pemilih Pemula, Pemilih Keluarga, Pemilih Agama, Pemilih Penyandang Disabilitas, Pemilih Perempuan, Pemilih Berkebutuhan Khusus, Pemilih Relawan Demokrasi dan Pemilih Netizen. Dari 11 segmen tersebut dituangkanlah kedalam 26 acara atau rangkaian sosialisasi baik dengan tatap muka terbatas atau dengan webinar yang bertujuan untuk menjangkau berbagai lapisan masyarakat.
2. Menggunakan dan memanfaatkan *media sosial, media above the line* serta *media below the line*. Adapun media sosial yang digunakan yaitu *website, youtube, facebook, instagram, tiktok, twitter* dengan *caption, hastag*, serta *tag* yang berkaitan dengan pemilihan dan protokol kesehatan ketat. Sedangkan *media above the line* yang digunakan yaitu radio, televisi, koran dengan melakukan pemutaran smash, jingle serta sosialisasi interaktif. Untuk *media below the line* yang digunakan

berupa banner, spanduk, baliho, woro-woro/videotron, masker, tas belanja dan *tumblr*. Melalui media-media tersebut KPU Kota Denpasar melakukan sosialisasi dan memberikan materi yang bersifat informatif, persuasif dan edukatif. Diantaranya informasi terkait kapan waktu pemilihan, syarat menjadi pemilih, tips menggunakan hak pilih, pilkada di masa pandemi, menjaga demokrasi dimasa pandemi, milenials dan pilkada di masa pandemi, tahapan pilwali, 9 hal baru di TPS, pilkada di era new normal, pilwali berintegritas di tengah pandemi dan ajakan untuk turut terlibat aktif dalam pemilihan.

3. Membuat trobosan baru yaitu lomba Alat Peraga Kampanye yang diikuti oleh Sekaa Teruna Teruni Se-Kota Denpasar untuk membantu sosialisasi pilwali serta menarik minat masyarakat untuk datang ke TPS.

Dari penerapan strategi tersebut, KPU Kota Denpasar mengalami beberapa hambatan yang ditemui antara lain:

1. Hambatan terbesar ialah adanya pandemi *Covid-19* sehingga segala sosialisasi yang harusnya tatap muka berubah menjadi daring dengan memperhatikan protokol kesehatan.
2. Meskipun di Kota Denpasar banyak masyarakat yang menggunakan media sosial, tetapi ada juga beberapa masukan dari masyarakat bahwa masyarakat kurang menyukai sosialisasi melalui daring karena tidak bisa melakukan tatap muka secara

- langsung serta terhalang dengan kuota internet.
3. Penurunan partisipasi terjadi karena masyarakat Kota Denpasar memiliki mobilitas tinggi sehingga terkadang terdaftar di salah satu TPS karena tinggal kos disana, tetapi tiba-tiba saat pemilihan sudah pindah dan enggan untuk datang ke alamat TPS awal.
  4. Penduduk Kota Denpasar lebih banyak penduduk urbanisasi sehingga ketika pandemi dan tak memiliki pekerjaan masyarakat memutuskan untuk balik ke kampung halaman sehingga mempengaruhi jumlah partisipasi memilih.

## 6. DAFTAR PUSTAKA

### Buku:

- McNair, Brian. (2016). *Pengantar Komunikasi Politik (An Introduction to Political Communication)*. Jakarta: Nusa Media.
- Syarbaini, S. dkk. (2004). *Sosiologi dan Politik*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Widjajanto, Kenmada, 2013. *Perencanaan Komunikasi Konsep dan Aplikasi*. Bandung.

### Jurnal:

- Estivani. (2021). *Strategi Komunikasi Komisi Pemilihan Umum (Kpu) Kota Surabaya Dalam Mengelola Pemilihan Kepala Daerah Di Masa Pandemi Covid-19*. Diakses di <http://digilib.uinsby.ac.id/46232/> pada tanggal 19 Februari 2021.

Muhammad Choirullah Pulungan, Mudiwati Rahmatunnisa, Ari Ganjar Herdiansah. 2020. *Strategi Komisi Pemilihan Umum Kota Bekasi Dalam Meningkatkan Partisipasi Pemilih Pada Pemilu Serentak Tahun 2019*. Diakses di <https://journal.uinmataram.ac.id/index.php/politea/article/view/2439/1287> pada tanggal 10 Maret 2021.

Purnamasari, Srih. (2018). *BAB II TINJAUAN PUSAKA (Hambatan Komunikasi)*. Diakses di <http://repository.uin-suska.ac.id/13786/7/7.%20BAB%20II%2018142PSI.pdf> pada tanggal 1 Oktober 2020.

Rafika Julia. (2014). *Strategi Komunikasi Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Pekanbaru Dalam Mensosialisasikan Pemilihan Umum 2014*. Diakses di <https://media.neliti.com/media/publication/s/31502-ID-strategi-komunikasi-komisi-pemilihan-umum-kpu-kota-pekanbaru-dalam-mensosialisas.pdf> pada tanggal 20 Oktober 2020.

### Sumber Lain:

- Dinas Kesehatan Provinsi Bali. 2020. *Peta Penyebaran Covid-19 Di Bali*. Diakses di <https://pendataan.baliprov.go.id/> pada tanggal 6 Oktober 2020.
- InewsBali.id. (2020). *Partisipasi Pemilih di Pilkada Denpasar Menurun Gegara Covid-19*. Diakses di <https://bali.inews.id/berita/partisipasi->

[pemilih-di-pilkada-denpasar-menurun-gegara-Covid-19](#) pada tanggal 19 Desember 2020.

Komite Penanganan *Covid-19* dan Pemulihan Ekonomi Nasional. (2020). *Peta Sebaran Kasus Covid-19*. Diakses di <https://covid19.go.id/peta-sebaran> pada tanggal 1 & 6 Oktober 2020.

Komisi Pemilihan Umum. (2020). *Tentang KPU*. Diakses di <https://www.kpu.go.id/> pada tanggal 6 Oktober 2020.

Komisi Pemilihan Umum Kota Denpasar. (2020). *Info Pilkada Kota Denpasar*. Diakses di <http://kpu-denpasarkota.go.id/> pada tanggal 6 Oktober 2020.

NusaBali.com. (2020). *Turun, Partisipasi Masyarakat di Pilkada Denpasar 2020*. Diakses di <https://www.nusabali.com/berita/86120/turun-partisipasi-masyarakat-di-pilkada-denpasar-2020> pada tanggal 19 Desember 2020.

Tribun News Bali. (2015). *Partisipasi Pemilih di Denpasar Cuma 50 Persen, Sisanya Ke Mana*. Diakses di <https://bali.tribunnews.com/2015/12/10/partisipasi-pemilih-di-denpasar-cuma-50-persen-sisanya-ke-mana> pada tanggal 19 Desember 2020.