

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1. Latar Belakang**

Pemilihan umum (Pemilu) merupakan pilar utama dalam penyelenggaraan demokrasi di Indonesia. Melalui Pemilu, rakyat dapat menyalurkan kedaulatannya untuk menentukan wakil rakyat dan pemimpin politik. Dalam konteks ini, kampanye menjadi instrumen komunikasi politik yang strategis bagi peserta Pemilu untuk memperkenalkan visi, misi, serta program kerja mereka kepada pemilih. Salah satu bentuk kampanye yang masih mendominasi di Indonesia adalah penggunaan alat peraga kampanye (APK) cetak, seperti baliho, spanduk, umbul-umbul, banner, hingga poster. Media kampanye berbasis cetak dianggap efektif karena dapat menjangkau khalayak luas secara langsung melalui pesan visual. Namun, penggunaan APK cetak dalam skala masif menimbulkan permasalahan baru, khususnya yang berkaitan dengan dampak lingkungan dan estetika ruang publik (Sihombing, 2023).

Dominasi APK cetak dapat dipahami melalui perspektif komunikasi politik. Nimmo (2005) menyebutkan bahwa kampanye merupakan komunikasi simbolik yang memanfaatkan tanda visual untuk memengaruhi publik, sementara McNair (2017) menegaskan peran media visual dalam membangun citra kandidat. Dari sisi perilaku pemilih, teori *mere exposure effect* (Zajonc, 1968) menjelaskan bahwa semakin sering seseorang terpapar simbol politik, semakin besar peluang mereka membentuk persepsi positif terhadap kandidat. Temuan Pfister et al. (2023) juga membuktikan bahwa paparan media sederhana sekalipun mampu memengaruhi perilaku memilih. Fenomena pelanggaran pemasangan APK seperti dipaku di pohon, ditempel di tiang listrik, atau menutupi rambu lalu lintas dapat dikaitkan dengan teori *selective exposure*, di mana tim sukses berupaya memaksimalkan eksposur meskipun melanggar regulasi (Marquart, 2016). Dengan demikian, penggunaan APK cetak secara masif bukan hanya strategi komunikasi, melainkan juga praktik politik persuasif yang berdampak pada tata kota dan lingkungan.

Fenomena maraknya APK dalam setiap Pemilu dapat diamati dari meningkatnya jumlah spanduk dan baliho yang terpasang di berbagai ruang publik, termasuk jalan raya, taman, jembatan, bahkan pohon peneduh di sepanjang trotoar. Hal ini sering kali menimbulkan polemik, karena pemasangan APK tidak hanya melanggar aturan tata kota tetapi juga mengganggu kenyamanan masyarakat. Penelitian Taniady, Anggraeni, dan Ananda (2024) menunjukkan bahwa praktik pemasangan APK pada pohon masih sering dilakukan, padahal tindakan ini dapat merusak vegetasi dan mengurangi fungsi ekologis pohon. Fakta ini memperlihatkan bahwa keberadaan APK tidak hanya memiliki fungsi politik, tetapi juga membawa konsekuensi ekologis yang nyata di lapangan. Laporan CNN Indonesia (2024) juga mencatat adanya tumpukan sampah pasca pemilu di Jakarta, yang mempertegas dampak negatif kampanye berbasis cetak terhadap kualitas ruang publik.

Selain mengganggu estetika kota, APK cetak berkontribusi besar terhadap timbulan sampah non-organik. Bahan utama yang digunakan dalam pembuatan

APK, seperti plastik sintetis dan vinyl, tergolong material yang sulit terurai. Setelah masa kampanye selesai, APK seringkali tidak diturunkan atau dikelola dengan baik sehingga menumpuk menjadi sampah visual dan fisik. Penelitian Siswanto, Bakti, dan Wirakusumah (2024) menegaskan bahwa rendahnya kesadaran peserta Pemilu dan masyarakat dalam mengelola sampah plastik memperparah situasi ini, di mana prinsip 3R (*reduce, reuse, recycle*) belum diterapkan secara konsisten dalam media kampanye. Hal serupa ditemukan oleh Assyayuti, Putra dan Lisadi (2024) yang menyatakan bahwa sampah APK berkontribusi signifikan terhadap peningkatan volume sampah di berbagai kota dan daerah, terutama selama periode kampanye.

Penggunaan APK sudah memiliki regulasi sebagai aturan normatif. Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum serta Peraturan Komisi Pemilihan Umum (PKPU) Nomor 23 Tahun 2018 (jo. PKPU Nomor 33 Tahun 2018) memberikan batasan mengenai jumlah, ukuran, dan lokasi pemasangan APK. Menteri Lingkungan Hidup dan Kehutanan (LHK) juga telah menerbitkan Surat Edaran Nomor 3 Tahun 2024 soal pengelolaan sampah yang timbul dari penyelenggaraan pemilu 2024. Walaupun terdapat aturan yang mengatur, akan tetapi pada implementasinya belum sepenuhnya dilaksanakan.

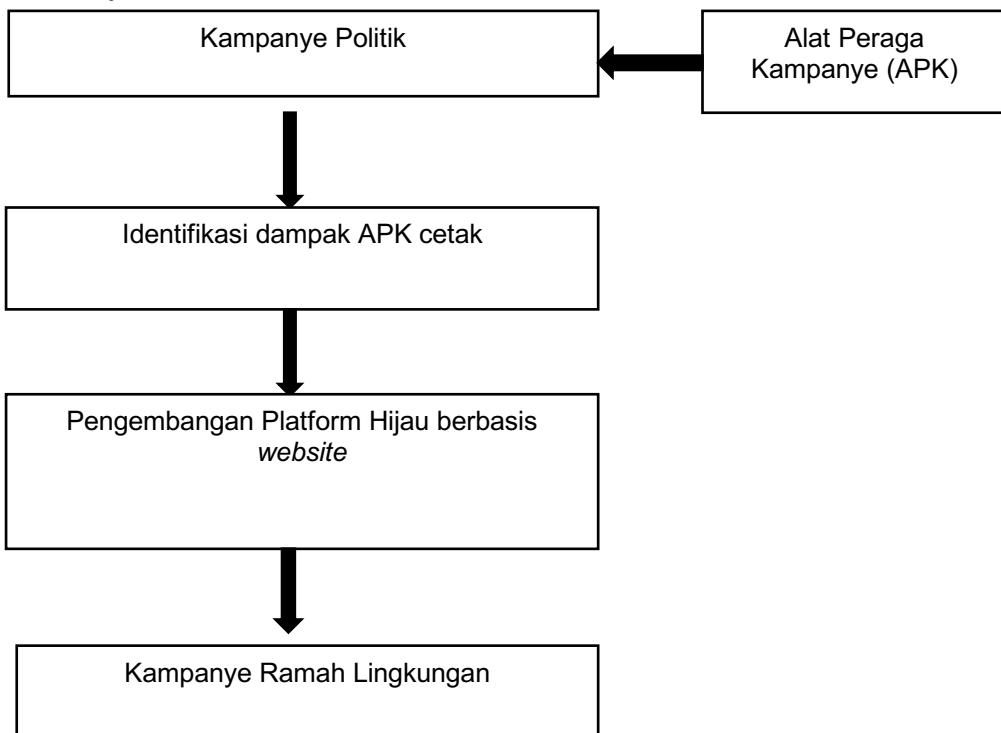
Kesenjangan antara regulasi dan implementasi ini semakin diperparah oleh lemahnya penegakan aturan, pengawasan serta rendahnya kepatuhan peserta Pemilu terhadap aturan. Bawaslu sebagai lembaga pengawas kampanye memang berupaya menertibkan APK, namun keterbatasan sumber daya membuat pengawasan tidak maksimal. Akibatnya, beban pembersihan sering dialihkan kepada pemerintah daerah, terutama Satpol PP dan Dinas Lingkungan Hidup, yang sering kewalahan karena keterbatasan sumber daya. Tanpa sistem pengelolaan yang terintegrasi, sebagian besar sampah APK akhirnya menumpuk di Tempat Pemrosesan Akhir (TPA). Penelitian Sihombing (2023) menggarisbawahi bahwa APK sering kali dipandang hanya sebagai sarana praktis kampanye tanpa memperhitungkan dampaknya terhadap lingkungan dan estetika ruang kota. Hal ini menunjukkan bahwa masih terdapat kelemahan serius dalam integrasi aspek lingkungan ke dalam sistem regulasi dan praktik kampanye politik di Indonesia.

Melihat persoalan berulang yang muncul setiap Pemilu, diperlukan gagasan alternatif yang dapat mengurangi ketergantungan pada APK cetak, sekaligus menjawab tuntutan kampanye politik yang berkelanjutan. Era digital memberikan peluang besar untuk pergeseran paradigma kampanye, dari yang berbasis cetak menjadi berbasis platform digital. Pemanfaatan media sosial, aplikasi pesan instan, dan platform kampanye digital dinilai mampu menjangkau pemilih secara lebih efektif dengan biaya relatif lebih rendah, sekaligus ramah lingkungan. Dalam kanal berita Mongabay (2024) mengatakan bahwa peralihan media kampanye fisik ke online dapat mendorong interaksi lebih erat antara peserta pemilu dengan masyarakat pemilih. Juga, menghemat biaya dan lebih penting mengurangi dampak buruk terhadap lingkungan. Dalam praktik Pemilu 2024, berbagai penelitian menunjukkan bahwa digitalisasi kampanye bukan hanya sebuah pilihan, tetapi

sudah mulai menjadi kebutuhan strategis untuk meningkatkan efektivitas komunikasi politik.

Penelitian ini menawarkan pengembangan *platform hijau* sebagai strategi kampanye digital berkelanjutan di masa depan. Pergeseran menuju kampanye digital dipandang sebagai alternatif ramah lingkungan, salah satunya dengan memanfaatkan aplikasi WhatsApp yang telah banyak digunakan masyarakat. Platform ini dirancang untuk mendistribusikan pesan kampanye layaknya APK cetak, sekaligus mengurangi ketergantungan pada media fisik. Meski demikian, transisi digital membawa tantangan baru seperti keterbatasan data, kesenjangan digital antara kota dan desa, serta potensi marginalisasi pemilih di wilayah terpencil. Oleh karena itu, solusi yang tepat bukanlah eliminasi total APK cetak, melainkan model hibrida yang cerdas. Studi yang dilakukan oleh Khatami dkk (2021) menyebutkan bahwa media sosial dianggap cukup efektif sebagai media kampanye apabila dikombinasikan dengan kampanye konvensional, sehingga keberhasilan *digital campaign* membutuhkan keseimbangan antara metode lama dan baru.

Berdasarkan uraian di atas maka penelitian ini dilakukan dengan tujuan mendeskripsikan dampak penggunaan APK terhadap lingkungan dan pengelolaan sampah, serta merumuskan model platform hijau sebagai alternatif sistem kampanye politik di masa depan. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademik dan praktis dalam mewujudkan Pemilu yang lebih berkelanjutan di Indonesia.



### **Gambar 1.1.** Kerangka konseptual penelitian

#### **1.2 . Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas dapat dituliskan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana penggunaan alat peraga kampanye cetak terhadap lingkungan dan pengelolaan sampah alat peraga kampanye pada Pemilu Tahun 2024 di Kota Makassar?
2. Bagaimana model platform hijau dapat dikembangkan dalam sistem kampanye politik di masa depan?

#### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka penelitian ini dilakukan dengan tujuan sebagai berikut:

1. Melakukan identifikasi dampak alat peraga kampanye terhadap lingkungan dan pengelolaan sampah alat peraga kampanye pada Pemilu Tahun 2024 di Kota Makassar.
2. Mengembangkan platform hijau yang dapat diimplementasikan sebagai strategi kampanye digital berkelanjutan pada pemilu mendatang.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat dari pengembangan platform hijau berbasis website sebagai solusi alternatif untuk mengurangi penggunaan alat peragaka kampanye cetak

##### **1. Manfaat teoritis**

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan di bidang studi lingkungan, dan teknologi informasi, khususnya dalam pengembangan platform hijau berbasis website untuk mengurangi ketergantungan pada alat peraga kampanye cetak.

##### **2. Manfaat praktis**

Secara praktis, penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak, antara lain:

- a. Pemerintah, memberikan gambaran untuk Merencanakan pengelolaan sampah pemilu dan evaluasi pengelolaan sampah pemilu
- b. Bagi politisi, platform hijau berbasis website dapat menjadi alternatif kampanye ramah lingkungan sekaligus sebagai sarana untuk menyampaikan visi-misi dan memperkenalkan diri kepada masyarakat.
- c. Bagi masyarakat, penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan dalam memilih politisi yang memiliki kepedulian terhadap isu lingkungan dan keberlanjutan.
- d. Bagi universitas, penelitian ini dapat memperkaya referensi akademis terkait inovasi digital dalam bidang komunikasi politik dan isu lingkungan.

## **BAB II METODE PENELITIAN**

### **2.1. Jenis dan Pendekatan Penelitian**

Penelitian ini menggunakan dua pendekatan sesuai dengan rumusan masalah yang telah dirumuskan.

1. Untuk menjawab rumusan masalah pertama, digunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Pendekatan ini dipilih untuk memperoleh gambaran mendalam mengenai dampak penggunaan alat peraga kampanye (APK) terhadap lingkungan serta mekanisme pengelolaan sampah APK pada Pemilu 2024 di Kota Makassar.
2. Untuk menjawab rumusan masalah kedua, penelitian menggunakan pendekatan campuran (*mix method*) dengan model *Research and Development* (R&D). Model ini digunakan untuk mengembangkan solusi berupa platform hijau kampanye digital dengan mengadopsi kerangka kerja *Design Thinking*.

### **2.2. Waktu dan Tempat Penelitian**

Waktu penelitian dilaksanakan mulai pada Mei hingga Desember tahun 2024 yang mencakup tahap pengumpulan data, analisis, pengembangan prototipe, hingga pengujian model platform. Penelitian ini dilaksanakan di Kota Makassar, Provinsi Sulawesi Selatan. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada fokus studi kasus mengenai dampak alat peraga kampanye (APK) pada Pemilu 2024 dan konteks pengembangan platform digital untuk sistem politik lokal.

### **2.3. Sumber dan Jenis Data**

#### **2.3.1. Data Primer**

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari lokasi penelitian melalui observasi, penyebaran kuesioner dan wawancara mendalam dengan informan yang terdiri atas Dinas Lingkungan Hidup (DLH) Kota Makassar, KPU dan Bawaslu Kota Makassar, aktivis lingkungan, konsultan politik dan tim sukses (timses). Dalam konteks penelitian ini, data primer diperoleh dari orang-orang yang memiliki informasi dan pengetahuan terkait dengan masalah pada fokus penelitian ini.

#### **2.3.2. Data Sekunder**

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari sumber-sumber yang telah ada sebelumnya. Data sekunder diperoleh dari dokumen-dokumen terkait, seperti jurnal, buku, Peraturan perundang-undangan, artikel berita, data yang diterbitkan oleh lembaga negara/organisasi perangkat daerah.

### **2.4. Teknik Pengumpulan Data**

#### **1. Wawancara**

Wawancara dalam penelitian ini dilakukan secara mendalam. Dengan melakukan wawancara mendalam, peneliti bisa mengumpulkan data secara

rinci dan mendapatkan pemahaman menyeluruh dari sudut pandang informan. Teknik ini digunakan untuk menjawab rumusan masalah 1 dan rumusan masalah 2. Pada rumusan masalah 1 digunakan untuk mengumpulkan data terkait perspektif stakeholder mengenai dampak APK terhadap lingkungan, dan pengelolaan sampah APK dari informan yaitu yaitu Dinas Lingkungan Hidup (DLH) Kota Makassar, Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Makassar, Badan Pengawas Pemilu (Bawaslu) Kota Makassar dan Aktivistis Lingkungan di Kota Makassar. Sedangkan untuk rumusan masalah 2 digunakan pada Tahap 1 dan Tahap 2 (fase *Empathize*) untuk menggali persepsi, pengalaman, kebutuhan, dan tantangan dari informan (konsultan politik/tim sukses) serta responden (pemilih) secara mendalam.

## 2. Observasi

Observasi merupakan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap suatu gejala yang tampak pada objek penelitian. Metode ini digunakan untuk mendapatkan data dengan mengamati dan melihat langsung kondisi pemasangan APK di lapangan sebagai bukti visual dampak lingkungan.

## 3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah metode pencarian data dalam dokumen tertulis maupun elektronik untuk mendukung kelengkapan data penelitian dan pendukung dari penggunaan teknik observasi dan wawancara. Berupa pengumpulan data sekunder dari data KPU, DLH, berita media massa, serta literatur yang relevan.

## 4. Kuesioner

Kuesioner digunakan dalam tahap *test* pada kerangka Design Thinking. Instrumen ini ditujukan kepada konsultan politik, tim sukses, dan pemilih untuk mengukur efektivitas dan penerimaan platform hijau yang dikembangkan.

## 2.5. Tahapan Penelitian

### 2.5.1. Tahap Kualitatif (Identifikasi Dampak Lingkungan APK)

#### 1. Mengidentifikasi aktor yang terlibat dalam penggunaan dan pengelolaan APK.

Langkah pertama yang dilakukan adalah mengidentifikasi aktor yang terlibat, baik secara langsung maupun tidak langsung, dalam penggunaan dan pengelolaan APK. Aktor yang dimaksud mencakup Dinas Lingkungan Hidup (DLH) Kota Makassar, Komisi Pemilihan Umum (KPU), Badan Pengawas Pemilu (Bawaslu), tim sukses calon legislatif, serta aktivis lingkungan yang relevan dengan penelitian.

#### 2. Melakukan wawancara, observasi, dan dokumentasi

Wawancara dilakukan untuk menggali pandangan para aktor mengenai dinamika penggunaan APK, dampaknya terhadap lingkungan, serta mekanisme pengelolaan pasca-kampanye. Observasi lapangan digunakan untuk melihat secara langsung kondisi pemasangan dan sisa APK

di berbagai titik di Kota Makassar, sedangkan dokumentasi meliputi pengumpulan data sekunder berupa data instansi terkait, laporan resmi, serta peraturan yang mengatur penggunaan APK.

3. Menganalisis data untuk mendeskripsikan dampak lingkungan dan pengelolaan sampah APK.

Analisis data kualitatif dengan pendekatan interaktif Miles dan Huberman, yaitu melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Data yang terkumpul kemudian dianalisis untuk mendeskripsikan secara menyeluruh dampak lingkungan dari penggunaan APK dan pengelolaan sampah APK. Hasil dari tahap ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang utuh mengenai sejauh mana APK berkontribusi terhadap persoalan lingkungan di Kota Makassar.

#### 2.4.2. Tahap *Research and Development* dengan Design Thinking (Pengembangan Platform Hijau)

Tahapan pengembangan model platform hijau menggunakan metode pengembangan *Research and Development* dan mengacu pada model pengembangan *Design thinking* yang berfokus pada pengembangan solusi inovatif berbasis kebutuhan pengguna (*user-centered design*). *Design Thinking* dipilih karena mampu memetakan masalah secara holistik, membangun empati terhadap pengguna, dan merancang solusi yang dapat diuji secara langsung. Proses *Design Thinking* dilakukan dalam lima tahap, yaitu sebagai berikut:

##### 1. *Empathize*

Tahapan *empathize* merupakan tahap awal yang dilakukan untuk memahami pengalaman, kebutuhan, dan perspektif pengguna terhadap kampanye politik dan penggunaan APK cetak. Pada tahap ini dilakukan wawancara mendalam kepada tim sukses/konsultan politik dari peserta pemilu dan pemilih yang mengikuti pemilu.

##### 2. *Define*

Pada tahap *define*, informasi dari tahap *empathize* dianalisis untuk merumuskan masalah utama yang dihadapi pengguna, seperti dominasi APK cetak, keterbatasan kampanye digital, dan kebutuhan akan platform yang efektif, murah, dan ramah lingkungan.

##### 3. *Ideate*

Berdasarkan masalah yang telah didefinisikan, pada tahap *ideate* dikembangkan berbagai ide solusi. Tahapan ini merupakan tahapan *brainstorming*, mencatat seluruh ide-ide untuk merancang fitur-fitur ideal dari platform hijau yang akan dikembangkan.

##### 4. *Prototype*

Tahap *prototype* merupakan perancangan terhadap sistem yang akan dibuat. Pada tahap ini, peneliti mengembangkan purwarupa (*prototype*) platform hijau kampanye digital. Platform dikembangkan dalam bentuk *mockup* atau versi awal yang dapat diakses oleh pengguna terbatas.

##### 5. *Test*

Tahap *test* merupakan tahap akhir dalam pendekatan *Design Thinking* yang bertujuan untuk menguji prototipe solusi digital terhadap permasalahan yang telah didefinisikan. Pada penelitian ini, prototipe yang diuji berupa platform kampanye digital hijau yang berfungsi mengirimkan pesan kampanye calon Peserta pemilu melalui Saluran WhatsApp. Pengujian dilakukan terhadap dua peran utama, yaitu: (1) tim sukses dan konsultan politik sebagai pengguna aktif platform, dan (2) pemilih sebagai penerima pesan kampanye.

a. Pengujian pada Tim Sukses dan Konsultan Politik

Tim sukses dan konsultan politik merupakan pengguna langsung dari platform kampanye digital. Oleh karena itu, pengujian terhadap kelompok ini difokuskan pada aspek *usability* atau kegunaan sistem. Peneliti menggunakan instrumen *System Usability Scale* (SUS) untuk menilai persepsi pengguna terhadap kenyamanan, kemudahan penggunaan, dan efisiensi fitur yang tersedia pada platform. *System Usability Scale* merupakan instrumen evaluasi *usability* yang bersifat cepat dan praktis terdiri atas 10 pernyataan. Penggunaan SUS dalam penelitian ini terdapat 5 responden dari kelompok tim sukses dan konsultan politik sebagai studi eksploratif atau *case study*. Hal ini dapat memberikan gambaran awal terhadap efektivitas dan penerimaan sistem dari sudut pandang pengguna aktif. Metode penilaian menggunakan *system usability scale* (SUS). SUS berupa kuesioner yang terdiri dari 10 item pernyataan yang diberikan kepada pengguna seperti ditunjukkan pada **Tabel 2.1**.

**Tabel 2.1** Item pernyataan *System Usability Scale* (SUS)

Kode	Item Pernyataan
R1	Saya merasa sering ingin menggunakan sistem ini saat kampanye
R2	Saya menilai platform hijau kampanye digital ini terlalu kompleks (memuat banyak hal yang tidak perlu)
R3	Saya menilai platform hijau kampanye digital ini mudah digunakan
R4	Saya membutuhkan bantuan dari seseorang yang paham untuk bisa menggunakan platform hijau kampanye digital ini
R5	Saya menilai fungsi yang disediakan pada platform hijau kampanye digital ini dirancang dan disiapkan dengan baik
R6	Saya menilai banyak hal yang tidak konsisten pada platform hijau kampanye digital ini
R7	Saya merasa kebanyakan orang akan mudah menggunakan platform hijau kampanye digital ini dengan cepat
R8	Saya menilai platform hijau kampanye digital ini terlalu rumit
R9	Saya merasa sangat percaya diri menggunakan platform hijau kampanye digital ini
R10	Saya perlu belajar banyak hal sebelum saya dapat menggunakan platform hijau kampanye digital ini dengan baik

Kuesioner SUS menggunakan 5 poin skala Likert. Responden diminta untuk memberikan penilaian “Sangat tidak setuju”, “Tidak setuju”, “Netral”, “Setuju”, dan “Sangat Setuju” atas 10 item pertanyaan SUS sesuai dengan penilaian subyektifnya. Jika respon merasa tidak menemukan skala respon yang tepat, responden harus mengisi titik tengah skala pengujian. Setiap item pernyataan memiliki skor kontribusi. Setiap skor kontribusi item akan berkisar antar 0 sampai 4. Untuk item 1, 3, 5, 7 dan 9 skor kontribusinya adalah posisi skala dikurangi 1. Untuk item 2, 4, 6, 8 dan 10, skor kontribusinya adalah 5 dikurangi posisi skala. Kalikan jumlah skor kontribusi dengan 2,5 untuk mendapatkan nilai keseluruhan system usability. Skor SUS berkisar dari 0 hingga 100. Berikut rumus perhitungan skor SUS:

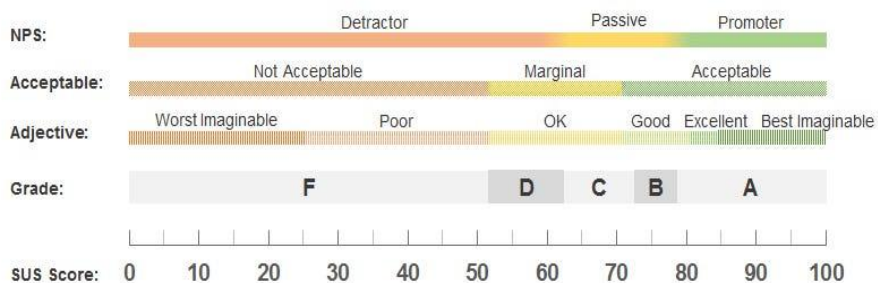
$$\text{Skor SUS} = ((R1 - 1) + (5 - R2) + (R3 - 1) + (5 - R4) + (R5 - 1) + (5 - R6) + (R7 - 1) + (5 - R8) + (R9 - 1) + (5 - R10)) * 2,5$$

R1 - R10 merupakan kode pertanyaan

Skor SUS keseluruhan diperoleh dari rata-rata skor SUS individual.

Penentuan hasil perhitungan penelitian metode *System Usability Scale* (SUS) memiliki tiga aspek penting, yaitu:

1. *Acceptability* merupakan aspek yang menentukan penerimaan aplikasi dengan tingkat *acceptability* yang terdiri atas *not acceptable*, *marginal (low and high)* dan *acceptable*. *Acceptability* digunakan untuk melihat tingkat penerimaan pengguna terhadap aplikasi.
2. *Grade scale* merupakan aspek yang menentukan tingkat kualitas aplikasi yang terdiri atas grade scale A, B, C, D dan F.
3. *Adjective rating* merupakan aspek yang menentukan rating keberagaman aplikasi. *Adjective rating* terdiri atas beberapa tingkat yaitu *worst imaginable*, *poor ok*, *good* dan *best imaginable*.



**Gambar 2.1** Parameter Skor SUS

SUS memiliki cara lain dalam melakukan perhitungan hasil penilaian, yaitu dengan cara *SUS score percentile rank*. Berikut merupakan ketentuan perhitungan menggunakan *score percentile rank* dapat dilihat pada tabel 2.2.

**Tabel 2.2** Parameter Skor SUS

SUS Score	Grade	Adjective Rating
> 80.3	A	Excellent
68 – 80.3	B	Good
68	C	Okay
51 – 68	D	Poor
< 51	F	Awful

b. Pengujian pada Pemilih

Pemilih merupakan penerima pesan kampanye yang dikirimkan melalui WhatsApp menggunakan platform digital. Meskipun tidak berinteraksi langsung dengan platform, pemilih tetap menjadi subjek penting dalam tahap uji, mengingat mereka adalah target utama dari pesan kampanye yang disampaikan.

Pengujian terhadap kelompok pemilih dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara daring kepada sejumlah responden terpilih. Kuesioner ini disusun dengan menggunakan skala Likert 5 poin (nilai 5=Sangat setuju, 4=Setuju, 3=Netral, 2=Setuju, 1=Tidak setuju) untuk mengukur yaitu 1) Tingkat pemahaman terhadap pesan kampanye yang diterima; 2) Persepsi terhadap efektivitas kampanye digital dibandingkan dengan kampanye cetak; 3) Respon terhadap pesan kampanye berbasis keberlanjutan (*green campaign*); 4) Keterlibatan atau interaksi lanjutan melalui WhatsApp.

Pengujian pada pemilih dengan menyebarkan kuesioner penilaian melalui Google Form. Penentuan responden menggunakan *random sampling* dengan populasi pemilih berdasarkan data KPU Kota Makassar Tahun 2024 sebanyak 1.026.863 jiwa. Berdasarkan rumus Slovin dengan *margin of error* 5%, diperoleh jumlah sampel sebanyak 400 responden. Tujuannya adalah untuk mengetahui tanggapan pengguna terhadap platform, termasuk kenyamanan, daya tarik, dan efektivitas menyampaikan informasi kampanye. Adapun daftar pertanyaan yang akan ditanyakan kepada responden pemilih dapat dilihat pada Tabel 2.3.

**Tabel 2.3** Daftar Pernyataan untuk Pemilih

No.	Item Pernyataan
1	Saya dapat memahami isi pesan kampanye yang saya terima melalui WhatsApp
2	Kampanye yang saya terima cukup menarik perhatian saya.
3	Saya lebih senang menerima pesan kampanye secara digital dibanding kampanye dalam bentuk cetak.
4	Kampanye digital melalui WhatsApp terasa lebih ramah lingkungan.
5	Saya merasa kampanye digital ini lebih praktis dan efisien.
6	Saya merasa percaya terhadap informasi yang disampaikan melalui pesan WhatsApp ini

7	Saya bersedia membaca pesan kampanye jika disampaikan melalui WhatsApp.
8	Saya ingin mengenal lebih lanjut tentang calon yang mengirim pesan ini.
9	Saya merasa terganggu dengan pesan kampanye yang masuk melalui WhatsApp. ( <i>negatif</i> )
10	Saya tertarik untuk membalas atau bertanya mengenai visi misi calon melalui WhatsApp.