UPT. PERPUSTAKAAN UNISBA

STRATEGI KAMPANYE POLITIK CALON ANGGOTA LEGISLATIF *INCUMBENT* DEWAN PERWAKILAN RAKYAT DAERAH DALAM MENGHADAPI PEMILU LEGISLATIF 2014

Studi Kasus Partai Golkar di Kabupaten Mukomuko, Bengkulu

TESIS

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat
Guna Memperoleh Gelar Magister Sains
Pada Program Studi Magister Ilmu Komunikasi
Konsentrasi Komunikasi Politik

Oleh :
YANTO
NPM : 20080012021

Tgl. 14. 10. 2021 (1/1)
UPT. PERPUSTAKAAN UNISBA
No. 14 1069
324.72. Yan s
Strateg. Kampanye politik

PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS ISLAM BANDUNG
BANDUNG
2014

:: repository.unisba.ac.id ::

UPT. PERPUSTAKAAN UNISBA

STRATEGI KAMPANYE POLITIK CALON ANGGOTA LEGISLATIF *INCUMBENT* DEWAN PERWAKILAN RAKYAT DAERAH DALAM MENGHADAPI PEMILU LEGISLATIF 2014

Studi Kasus Partai Golkar di Kabupaten Mukomuko, Bengkulu

TESIS

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat
Guna Memperoleh Gelar Magister Sains
Pada Program Studi Magister Ilmu Komunikasi
Konsentrasi Komunikasi Politik

Oleh :
YANTO
NPM : 20080012021

Tes.14.80.12021/(1/1)
UPT. PERPUSTAKAAN UNISBA
14 1068
374.72 Yan s
Strategi kampanye politik

PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS ISLAM BANDUNG
BANDUNG
2014

:: repository.unisba.ac.id ::

UNIVERSITAS ISLAM BANDUNG
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

14 1088

PERSETUJUAN

STRATEGI KAMPANYE POLITIK CALON ANGGOTA LEGISLATIF *INCUMBENT* DEWAN PERWAKILAN RAKYAT DAERAH DALAM MENGHADAPI PEMILU LEGISLATIF 2014

Studi Kasus Partai Golkar di Kabupaten Mukomuko, Bengkulu

Oleh:
Yanto
20080012021

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat
Guna memperoleh gelar Magister Sains (M.Si.)
pada Program Studi Magister Ilmu Komunikasi
Konsentrasi Komunikasi Politik

Bandung, ...

Pembimbing Utama	Pembimbing Pendamping
Dr. O. Hasbiansyah, M.Si.	Dr. H. Aning Sofyan, M.Si.

Mengetahui,
Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi

Prof. Dr. Hj. Neni Yulianita, M.S.

:: repository.unisba.ac.id ::

UNIVERSITAS ISLAM BANDUNG
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

P E N G E S A H A N

Judul	:	Strategi Kampanye Politik Calon Anggota Legislatif *Incumbent* Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Dalam Menghadapi Pemilu Legislatif 2014 Studi Kasus Partai Golkar Kabupaten Mukomuko, Bengkulu
Oleh		
Nama	:	Y a n t o
NPM	:	20080012021
Pembimbing Utama	:	Dr. O. Hasbiansyah, M.Si.
Pembimbing Pendamping	:	Dr. H. Aning Sofyan, M.Si.
Diajukan Tanggal	:	07 Juli 2014

Telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Magister Sains (M.Si.) pada Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Konsentrasi Komunikasi Politik.

Bandung, ...

Direktur

Prof. Dr. H. Dey Ravena, S.H., M.H.

:: repository.unisba.ac.id ::

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama	:	Yanto
Nomor Pokok Mahasiswa	:	20080012021
Program Pendidikan	:	Magister Ilmu Komunikasi

dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Tesis yang saya tulis ini, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (Sarjana, Magister dan/atau Doktor), baik di Universitas Islam Bandung maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Tesis ini murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan dan saran Pembimbing dan penguji.
3. Dalam Tesis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas tercantum dalam daftar pustaka.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai norma yang berlaku di Perguruan Tinggi ini.

Bandung, Juli 2014

Yang Membuat pernyataan,

Yanto

:: repository.unisba.ac.id ::

Motto

Membantu orang lain sama halnya membantu diri sendiri

Helping others help themselves as well as

إِنْ أَحْسَنْتُمْ أَحْسَنْتُمْ لِأَنْفُسِكُمْ

Jika kalian berbuat baik, sesungguhnya kalian berbuat baik bagi diri kalian sendiri (QS. 17:7)

:: repository.unisba.ac.id ::

ABSTRAK

Penelitian ini berangkat dari peristiwa Pemilihan legislatif yang secara serentak diadakan di seluruh Indonesia khususnya pada pemilu 2014, sosialisasi dan pengenalan setiap calon kepada masyarakat sangat perlu dilakukan. Kampanye politik yang dilakukan oleh aktor politik tentu akan terlihat berbeda, untuk menciptakan efek tertentu pada sejumlah besar khalayak. Dalam hal ini perubahan pada tataran pengetahuan atau kognitif, perubahan pada tatanan sikap, memunculkan simpati, lalu merubah perilaku khalayak secara kongkrit. Apabila dilihat posisi politisi baru maupun *incumbent* memiliki peluang yang sama dalam meraih suara di pemilihan, oleh karena itu *incumbent* dituntut melakukan dan mempersiapkan strategi yang baik dan matang untuk memenangkan hati rakyat dalam pemilihan legislatif.

Jenis penelitian yang penulis gunakan adalah penelitian kualitatif, menggunakan metode studi kasus yang mendeskripsikan kasus yang sedang diteliti. Teori pendukung yang digunakan adalah teori interaksi simbolik dan pertimbangan sosial serta konsep-konsep tentang kampanye politik dan komunikasi politik. Dalam penelitian ini penulis melibatkan tiga orang informan inti, yaitu Ali Saftaini, Antonius Dalle dan Husni Thamrin sebagai anggota legislatif aktif yang mencalonkan diri kembali di pemilihan legislatif, dari Partai Golkar, terdiri dari daerah pemilihan (Dapil)1,2, dan 3.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1), Pemilihan tim berangkat dengan cara menjaga konsolidasi hubungan keluarga, yaitu keluarga dekat yang selalu melakukan komunikasi baik dalam keseharian, dalam hal ini keluarga ibu dan ayah. Selanjutnya organisasi kepemudaan, kelompok tani, majelis ta'lim, pelibatan tokoh masyarakat setempat atau tokoh adat, dan organisasi sayap dari partai. Dengan beberapa pertimbangan, benar-benar berpengaruh di daerah target pemenangan, bagus dalam pergaulan dan pintar berbicara, juga mempunyai reputasi dan nama baik di tengah masyarakat. Sesama partai diambil orang yang bisa dipercaya, yaitu orang yang memiliki kedekatan secara emosional yang selalu menjaga komunikasi. (2), Pemilihan sasaran dengan mengidentifikasi sasaran di daerah pemilihan (Dapil), menetapkan pemilih tetap, yaitu *konsituen* yang telah bersama selama lima tahun ini. Menetapkan kembali pusat suara, atas dasar dimana ia berdomisili, Desa binaan, keluarga besar. Memiliki kepentingan, seperti, Organisasi masyarakat (Ormas), Kelompok Tani, Majelis Taklim, Karang Taruna yang ada di daerah pemilihan (Dapil). (3), Pesan disampaikan dengan positif dan negatif dikemas dengan baik, isu pesan intinya bersifat menyeluruh, dan pragmatis. (4), Saluran atau taktik dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu komunikasi secara langsung, mulut kemulut, mendatangi rumah warga,blusukan. saluran tidak langsung (media), surat kabar, baliho, kalender, kartu nama dan baju partai dan non partai.

Kata Kunci: Strategi, Kampanye Politik, Caleg *Incumbent*.

:: repository.unisba.ac.id ::

ABSTRACT

By looking to the legislative Election held simultaneously throughout Indonesia, especially during the 2014 election, socialization and introduction of each candidate to public is necessary. Political campaigns conducted by political actors will certainly look different to create a certain effect on a large number of audiences. In this case, the changes may be in knowledge or cognitive level or may be changes of attitudes order to bring sympathy, and then concretely change the audiences' behavior. By viewing the position, both a new comer and incumbent politicians have the same opportunities to achieve some votes in the election, therefore, incumbent should do and prepare a good strategy to win the public votes in the legislative election.

In this study, the author uses qualitative research, focusing on the case study method to describe a case that is being investigated. Supporting theory used is symbolic interaction theory and social considerations as well as the concepts of political campaigns and political communication. In this study, the author involves three core informants, Ali Saftaini, Anthonius Dalle, and Husni Thamrin as an active legislator who ran for re-election in the legislature, from the Golkar Party, made up of the constituency (electoral district) 1,2, and 3.

The results show that: (1). The team selection set a consolidation by maintaining family relationships, i.e to the close family who always perform well in everyday communication, in this case are both families of mother and father. Furthermore, youth organizations, farmer groups, majelis ta'lim (Islamic gathering), involvement of local community leaders or traditional leaders, and the wing organizations of the party. With some considerations, those organizations will be truly influential in winning the target area, be good and smart talk in the association, also have a good reputation in the community. Fellows in the same party are choosen by finding a very trustworthy person, that is, those who have the emotional closeness in keeping the communication. (2) The selection of targets could be by identifying targets in the constituency (electoral district) and establishing permanent voter, i.e constituents who have been loyal for five years. The next step is by re-establishing the center votes, on the basis of where he is domiciled, the village built, or big family lived. They also should have an interest, such as, in community organizations, farmer groups, Majelis ta'lim (Islamic gathering), Youth organizations in the constituency (electoral district). (3). The message conveyed in positively and negatively packing well, the core issue of the message is comprehensive and pragmatic. (4). Channel or tactic can be separated into two group. The first group is direct communication, mouth to mouth communication, visiting residents' house, or blusukan (sudden and direct visit to a certain public place) while the second gorup is indirect channels (media): newspapers, billboards, calendars, party and non party namecards and clothes.

Keywords: Strategy, Political campaigns, incumbent candidates.

:: repository.unisba.ac.id ::

KATA PENGANTAR

بسم الله الرحمن الرحيم

Alhamdulillahhirobil'alamin atas rahmat dan karunia Allah SWT, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan tesis ini dengan judul "Alhamdulillah atas rahmat dan karunia Allah SWT, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul "Strategi kampanye politik calon anggota legislatif incumbent DPRD dalam menghadapi pemilu legislatif 2014.(Studi Kasu Partai Golkar di Kabupaten Mukomuko Bengkulu)".

Selanjutnya salawat beserta salam penulis do`akan kepada Allah SWT semoga selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah diutus oleh Allah untuk menyampaikan risalah Islamiah-Nya kepada umat manusia, sebagai hidayah yang dapat menjamin kebahagiaan baik di dunia mapun di akhirat nantinya.

Penulisan tesis ini begitu banyak tantangan dan rintangan yang penulis hadapi, namun Alhamdulillah berkat do`a dari semua yang sayang dan peduli dengan penulis, dan juga ketekunan penulis, sehingga dapat menyelesaikan tesis ini, terutama ibu yang sangat saya sayangi **KARNAINI** dan ayahanda **HERMAN** namun penulis menyadari betul banyak kekurangan-kekurangan yang itu berasal dari diri penulis sendiri.

Pembuatan tesis ini tidak terlepas dari dukungan dari berbagai pihak, yang telah berpartisipasi memberikan sumbangan baik berupa materil maupun moril

:: repository.unisba.ac.id ::

dalam penyelesaian skripsi ini oleh karena itu penulis ucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. O. Hasbiansyah, M.Si. pembimbing utama penulis, di tengah jadwalnya yang padat serta kesibukannya, selalu menyempatkan untuk memberikan arahan, masukan dan dorongan semangat dalam penyelesain tesis ini.
2. Dr. H. Aning Sofyan, Drs. M.Si. pembimbing pendamping, yang selalu memberikan sesuatu yang baru mengenai ilmu komunikasi politik, yang tidak bosan menerima saya bertamu kerumahnya, demi perbaikan, dan selalu sabar dan penuh ketelitian dan kehati-hatian dalam mengoreksi tesis ini. Terimakasih yang tak terhingga buat pak Aning, sehingga tesis ini selesai dengan baik.
3. Bapak Prof. Dr. dr. H. M. Thaufik S. Boesoirie, MS., Sp. THT-KL (K) selaku rektor Universitas Islam Bandung yang telah memberikan fasilitas pendidikan sehingga penulis dapat menyelesaikan Program Pascasarjana Universitas Islam Bandung.
4. Bapak Prof. Dr. H. Dey Ravena, S.H., M.H. selaku direktur Program Pascasarjana Universitas Islam Bandung beserta stafnya yang telah memberikan peluang dan fasilitas kepada penulis untuk menyelesaikan pendidikan ini.
5. Ibu Prof. Dr. Hj. Atie Rachmiatie, M.Si. selaku asisten direktur Program Pascasarjana Universitas Islam Bandung yang juga sebagai pengajar ilmu komunikasi yang mengajar diangakatan 2012.
6. Ibu Prof. Dr. Hj. Neni Yulianita, M.S. selaku ketua program studi magister Ilmu Komunikasi, program Pascasarjana Universitas Islam Bandung yang setiap saat meningkatkan kami mahasiswanya untuk cepat menyelesaikan tesis.

:: repository.unisba.ac.id ::

7. Bapak Dr. H. Aziz Taufik Hirzi, Drs. M.Si, dan Ibu Dr. Dedeh Fardiah, Dra. M.Si. Selaku penguji yang telah memberikan berbagai masukan untuk penyempurnaan tesis ini.
8. Bapak/Ibu dosen bidang kajian ilmu komunikasi pada Program Pascasarjana Universitas Islam Bandung yang telah memberikan banyak tambahan pengetahuan dan wawasan kepada penulis selama menempuh pendidikan.
9. Bapak/Ibu staf yang berada di lingkungan pascasarjana UNISBA, buk Nina, buk Sofi, Zaki, Romi, Hilda dan buat pak Soklari yang tidak pernah bosan melihat penulis yang selalu datang dan membuat sibuk perpustakaan.
10. Seluruh informan yang telah membantu penulis dalam memperoleh data yang diperlukan untuk pembuatan tesis ini. Ali Saftaini SE., Antonius Dalle SP. dan Husni Thamrin. Dan terimakasih telah menerima saya untuk selalu berkunjung ke rumah, dan selalu membuat repot.
11. Untuk keluarga besar Bahrun, dan Mbak Sri, keluarga M. Ali dan keluarga Nek Zuhur, Cik Madi, Bang Ipul dan keluarga Pak Etek Sholeh dan Etek Suni. Kalian semua telah menerima dan memberikan pelajaran yang berarti selama penulis berada di Bandung. Tak terlupa buat pak Kumis yang telah menjadi bagian keluarga saya selama penulis menjadi tetangganya.
12. Semua teman-teman seperjuangan jurusan Ilmu Komunikasi angkatan 2012, Lisda, Nisa, Mutia, kak Yuni, ibu Sari, Teh Tanny, Pak Cevi, Teh Eva, Nanang, Dimas, Mustofa, Fadhil, Uphe, Gilang, fahry dan hery, Khususnya, buat saudara saya Ichal dan Mustopa kalian berdua yang paling sering saya repotkan.

:: repository.unisba.ac.id ::

Teristimewa kepada Ayahanda SYAHRIL dan HERMAN dan Ibunda KARNAINI kakanda Susnaiti dan cik Abdul Hamid serta keponaan, Deby dan Febza. Saudara-saudara saya tersayang Julia Wati, Novira Kartika, Rivindo Zuhri Madani. Mulya Wati, Mulyana, Susi Susanti, Hut Ardinata, Sri Ramdani, Desmilia (Ibu ROS).

Doa dan harapan penulis, semoga Allah SWT, memberikan balasan yang berlipat ganda dan menjadi amal saleh kepada semua yang telah berpartisipasi. Akhir kata hanya kepada Allah SWT penulis berserah diri semoga selalu diberikan petunjuk kepada jalan yang benar. Amin Ya Rabbal 'Alamin.

Bandung, Juli 2014

Penulis

YANTO

UNIVERSITAS ISLAM BANDUNG

:: repository.unisba.ac.id ::

DAFTAR ISI

Halaman Judul
Lembar Persetujuan
Lembar Pengesahan
Motto i
Abstrak ii
Abstract iii
Kata Pengantar iv
Daftar Isi viii
Daftar Tabel x
Daftar Gambar xi

BAB I PENDAHULUAN
1.1. Konteks Penelitian 1
1.2. Fokus Penelitian dan Pertanyaan Penelitia 11
1.3. Tujuan Penelitian 11
1.4. Kegunaan Penelitian 12

BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN
2.1. Riview Hasil Penelitian Sejenis 14
2.2. Kajian Pustaka 23
2.2.1. Pedoman Kampanye 23
2.2.2. Memahami Perilaku Pemilih 27
2.2.3. Tinjauan kampanye dan kampanye politik 28
1) Pengertian Kampanye 28
2) Pesan Kampanye 31
3) Tujuan Kampanye Politik 32
4) Jenis dan Model Kampanye 33
5) Pengertian Kampanye Politik 39
6) Strategi Kampanye Politik 41
2.2.4. Komunikasi politik 47
2.2.5. Pengertian partai politik 50
2.2.6. Fungsi Partai Politik 53
2.3. Tinjauan dan Konsep Teoritis 58
2.3.1. Teori Interaksi Simbolik 58
2.3.2. Teori Pertimbangan Sosial 60
2.4. Kerangka Pemikiran 63

BAB III METODOLOGI PENELITIAN
3.1. Paradigma dan Pendekatan Penelitian 69
3.2.Subjek-Objek, Wilayah Penelitian dan Sumber Data 71
3.2.1. Subjek Penelitian 71
3.2.2. Objek penelitian 73
3.2.3. Sekilas Tentang Daerah Penelitian 73
3.3. Teknik Pengumpulan Data 75
3.4.Teknik Analisis Data 77

:: repository.unisba.ac.id ::

3.5.Pemeriksaan Keabsahan Data 78

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Temuan Penelitian 79
4.1.1. Tim kampanye calon anggota legislatif *incumbent* 79
4.1.2. Sasaran calon anggota legis legislatif *incumbent* 86
4.1.3. Pesan Yang Akan Disampaikan Anggota Legislatif *Incumbent* 88
4.1.4. Saluran yang Digunakan dalam Penyampaian Pesan 94
4.2.Analisis Hasil Penelitian 104
4.3.Pembahasan 108
4.3.1. Tim Kampanye 109
4.3.2. Sasaran Kampanye 113
4.3.3. Pesan Politik 117
4.3.4. Saluran Penyampaian Pesan Politik Melalui Media Komunikasi 122
4.4. Fakta Setelah Pemilihan Legislatif 130

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan 136
5.2. Saran-Saran 137
5.2.1. Saran Praktis 137
5.2.2. Saran Akademis 138

DAFTAR KEPUSTAKAAN 140
LAMPIRAN 143
RIWAYAT HIDUP

:: repository.unisba.ac.id ::

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu 21
Tabel 3.1 Daftar Daerah Pemilih Tetap 74
Tabel 3.3 Daftar Pemilih Tetap 75

UNIVERSITAS ISLAM BANDUNG

:: repository.unisba.ac.id ::

DAFTAR GAMBAR

Diagram 2.1 Model kampanye Ostergaard 36
Gambar 2.2Model Perencanaan Kampanye 47
Gambar 2.3 KerangkaPikir 68
Gambar 3.2 Peta Mokomuko 74
Gambar 4.1Suasana Kampanye Ali Saftaini 97
Gambar 4.2 Spanduk Antonius Dalle 99
Gambar 4.3 Suasana Pengumpulan dan Persiapan Tim 102
Gambar 4.4 Suasana Do'a Istiqosah Husni Thamrin 103
Gambar 4.5 Kalender Ali Saftaini 106
Model 4.6 Pemilihan Tim Kampanye 113
Model 4.7 Pemiliahan Sasaran Kampanye 117
Gambar 4.8 Kalender Antonius Dalle 120
Gambar 4.9 model Pemilihan Pesan 122
Gambar 4.10 model Pemilihan saluran 127
Gambar 4.5 Model Kampanye Politik Calon *Incumbent* Partai Golkar 129
Gambar 4.6 Kampanye Politik *Incumbent* Ideal 133

:: repository.unisba.ac.id ::

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Konteks Penelitian

Berakhirnya rezim Orde Baru, telah membuka peluang guna menata kehidupan demokrasi. Reformasi politik, ekonomi dan hukum merupakan agenda yang tidak bisa ditunda. Demokrasi menuntut lebih dari sekedar pemilu. Demokrasi yang baik harus dibangun melalui struktur politik dan kelembagaan demokrasi yang sehat.

Pemilihan Umum (Pemilu) dalam perspektif hak azasi manusia (HAM) pada hakekatnya merupakan pelaksanaan hak dasar politik rakyat, yaitu hak untuk ikut serta menentukan arah dan masa depan kehidupan bersama dalam kehidupan bermasyarakat, berbangsa dan bernegara. Sebagai sarana demokrasi, pemilu akan memberi kesempatan kepada rakyat untuk memilih dan memberikan landasan keabsahan bagi wakil-wakil mereka-yang duduk di parlemen atau pemerintahan.

Konsepsi pemilu merupakan hal yang paling ideal, namun kenyataannya pelaksanaan pemilu ternyata sangat dipengaruhi oleh struktur politik atau hubungan kekuasaan yang riil diantara kekuatan-kekuatan politik yang ada di dalam masyarakat, sehingga bisa berbeda esensi, tujuan dan teknis pelaksanaannya. Itu artinya, pemilu sebenarnya sangat tergantung pada sistem politik, kultur, cita-cita, kemauan politik dan rezim berkuasa.

Pemilu sebagai jalan untuk memulai sebuah kekuasaan karena dari sanalah pilihan rakyat ditentukan. Intinya, pemilu merupakan upaya untuk memenangkan

:: repository.unisba.ac.id ::

hati rakyat. Dalam konteks memenangkan hati rakyat, banyak cara yang dapat dilakukan, diantaranya melakukan pendekatan dialogis, bertatap muka dengan agenda pendidikan politik yang mencerahkan. Dalam arti menghindarkan diri dari gejala konflik horizontal yang mungkin timbul, tidak menyerang lawan politik dengan kampanye-kampanye negatif yang mengadu domba serta menyesatkan.

Pemilu legislatif (pileg) serentak dilakukan 9 April 2014 di seluruh Indonesia dengan peserta 15 partai termasuk didalamnya partai lokal, perebutan suara akan terlihat sangat nyata, ini terlihat dimana setiap wilayah-wilayah pemilihan marak dengan atribut-atribut partai maupun caleg yang bertebaran di sepanjang jalan.

Kampanye itu penting bagi kandidat atau politisi agar bisa di kenal masyarakat atau konsituen, sehingga apabila berlangsungnya pemilu, kandidat sudah mendapat dukungan yang riil untuk melenggang sebagai anggota parlemen ataupun dalam pemerintahan.

Dalam pasal 77, UU No. 8 Tahun 2012 dinyatakan kampanye pemilu merupakan bagian dari pendidikan politik masyarakat dan dilaksanakan secara bertanggung jawab. Makna dari bertanggung jawab berarti kampanye dilaksana-kan sesuai dengan undang-undang atau ketentuan yang berlaku. Atau bisa juga bermakna setiap janji dalam kampanye benar-benar harus dapat dipertanggung jawabkan nantinya setelah memperoleh jabatan atau kekuasaan.

Dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan kampanye yaitu kegiatan-kegiatan penyampaian visi, misi, dan program pada waktu tahapan

:: repository.unisba.ac.id ::

kampanye Pemilu. selain waktu yang diatur juga soal materi kampanye, metode kampanye, larangan dalam kampanye dan sanksi atas pelanggaran kampanye, yang semua itu nantinya akan diatur secara lebih teknis dalam peraturan-peraturan KPU. (Sondri Dt Kayo, 2012).

Beberapa ahli mendefinisikan kampanye, (Venus 20012: 8):

> Pfau dan Parrot, mendefinisikan *A campaign is concius, sustained and cremental process designed to be implemented over a sfecified periode of time for the purpose of influencing a spesified audience.*"kampanye adalah suatu proses yang dirancang secara sadar, bertahap dan berkelanjutan yang dilaksanakan dalam rentang waktu tertentu dengan tujuan mempengaruhi khalayak sasaran yang telah ditetapkan".
> Sejalan dengan itu Rajasundaram, mengatakan *A campaign is a cordinated use of different methods of komunication aimed of focusing ettiontion on a particular problem and it solution over of a period of time.* "kampanye dapat diartikan sebagai pemanfaatan berbagai metode komunkasi yang berbeda secara terkordinasi dalam periode waktu tertentu yang ditujukan untuk mengarahkan khalayak pada masalah tertentu berikut pemecahannya."

Sedangkan kampanye politik menurut Roger dan Storey. (Heryanto dan Zarkasy, 2012: 83), merupakan serangkaian tindakan komunikasi yang terencana dengan tujuan menciptakan efek tertentu pada sejumlah besar khalayak yang dilakukan secara berkelanjutan pada kurun waktu tertentu.

Dapat diartikan bahwa kampanye politik merupakan sebuah upaya yang terorganisir bertujuan untuk memengaruhi proses pengambilan keputusan para pemilih dalam kurun waktu yang telah ditetapkan. Bisa saja pesan dari kampanye adalah penonjolan ide bahwa sang kandidat atau calon ingin berbagi dengan pemilih. Pesan ini juga sering terdiri dari beberapa poin berbicara tentang isu-isu kebijakan. Hal itu sering diulang-ulang untuk menciptakan kesan abadi kepada pemilih.

:: repository.unisba.ac.id ::

> Idealnya kampanye politik merupakan proses penyampaian pesan politik, salah satu fungsinya memberikan pendidikan politik, dari kampanye ini diharapkan dapat meyakinkan massa, oleh karena itu partai ataupun politisi dituntut menemukan cara-cara paling efektif untuk merekrut sebanyak-banyaknya massa, (Muhtadi, 2008:145).

Era keterbukan berpolitik, secara tidak langsung berdampak pada proses demokrasi di Indonesia. Munculnya politisi-politisi baru tentu menjadikan tantangan tersendiri bagi keberadaan para politisi lama (*incumbent*). Munculnya politisi-politisi baru ini bisa saja keberadaan mereka dapat menjadi katalisator yang positif bagi peningkatan aspirasi politik masyarakat dalam kehidupan berpolitik.

Sistem pemilihan secara langsung dengan mengumpulkan suara terbanyak seperti ini memerlukan upaya persuasif yang bertujuan menumbuhkan kesadaran masyarakat agar turut berpartisipasi dalam demokrasi politik, karena partisipasi masyarakat dalam menyalurkan suara politiknya akan menentukan arah dan kebijakan pembangunan daerah selama sedikitnya lima tahun ke depan. Perubahan tata cara pemilihan tersebut juga akan merubah cara-cara dan pendekatan kampanye politik yang dijalankan oleh masing-masing calon.

Rakyat tentu semakin kritis dan cerdas dalam menilai kinerja politisi para calon legislatif yang akan mereka pilih. Proses pembelajarannya sudah berlangsung baik di tengah-tengah masyarakat dengan mengamati apa yang dilakukan oleh seorang kandidat atau calon legislatif yang bertarung.

Melihat yang berkembang di masyarakat tentu partai politik sangat berperan penting dalam hal ini, partai politik merupakan bagian dari perilaku kolektif yang bersama-sama yang mempunyai tujuan yang sama. Menurut James

:: repository.unisba.ac.id ::

S. Calomen (Jemadu, 2008: 22), baik aktor kolektif maupun aktor individual mempunyai tujuan.

Partai politik harus benar-benar selektif memilih sosok yang di usung harus benar-benar mempunyai kredibilitas sendiri, menurut Larson "kredibilitas berkaitan dengan persepsi khalayak tentang keefektifan seseorang sebagai pembicara, karena pesan yang dirancang, dan disampaikan dengan sempurna tidak akan dapat membawa perubahan perilaku jika khalayak tidak mempercayai komunikator" (Venus, 2007:55). Demikian juga konstituen mengenal kandidat selama masa kampanye.

Jadi esensi sebuah kampanye politik adalah komunikasi politik. Komunikasi politik bukanlah komunikasi biasa, melainkan memiliki nilai sensitivitas yang tinggi karena sarat dengan kepentingan. Dalam (Nimmo,1999:8-9), "komunikasi politik yaitu (kegiatan komunikasi) yang di anggap komunikasi politik berdasarkan konsekuensi-konsekuensinya (aktual maupun potensial) yang mengatur perbuatan manusia di dalam kondisi-kondisi konflik".

Susanto (Muhtadi, 2008:30). Mendefinisikan komunikasi politik sebagai komunikasi yang di arahkan pada pencapaian pada suatu pengaruh sedemikian rupa, sehingga masalah yang dibahas dapat mengikat warganya melalui suatu sanksi yang ditentukan bersama.

Menurut Rusadi dalam (Harun & Sumarno, 2006:3). Mengatakan "komunikasi politik adalah untuk menghubungkan pikiran politik yang hidup dalam masyarakat, baik pikiran internal golongan, instansi, asosiasi ataupun sektor kehidupan politik pemerintah".

:: repository.unisba.ac.id ::

Komunikasi berperan penting dalam proses pencapaian tujuan politik, tujuan yang telah tersistematis dalam politik tidak akan tercapai maksimal tanpa adanya instrumen penghubung aktifitas politik itu. Antara komunikasi dan politik berkaitan erat dalam pencapaian tujuan yang akan di harapkan, Karena itu, setiap kampanye politik yang akan dilakukan oleh seorang caleg harus dilakukan dengan cermat, mulai dari perumusan konsep, penyusunan program dan strategi hingga taktik pelaksanaannya.

Bagi orang yang dikenal lebih luas, kampanye merupakan pengenalan lanjutan, dalam kampanye masalah program akan menjadi perhatian serius kandidat karena menyangkut hajat orang banyak. Dalam hal ini tentu para politisi akan senantiasa membaca situasi dan kondisi masyarakat pemilih agar programnya di terima pasar. (Hirzi, 2009).[1]

Secara umum caleg *incumbent* dipandang lebih mudah di bandingkan caleg yang baru, karena mereka bekerja sudah lama, sudah sosialisasi sejak lama, orang sudah banyak kenal. Popularitas, akses ke sumber daya kampanye, dan pengaruh atas birokrasi yang melekat pada pemegang kekuasaan, merupakan suatu modal politik yang besar bagi kandidat *incumbent*.

Tetapi bukan hal yang mustahil untuk menggulingkan *incumbent* dalam pemilihan legislatif, sebuah pepatah mengatakan: "Merebut kemenangan adalah hal yang sangat sulit, tetapi mempertahankan kemenangan adalah sesuatu yang jauh lebih sulit". Dari pepatah tersebut dapat diartikan bahwa calon legislatif *incumbent* bukanlah hal yang mutlak dapat dimenangkan oleh mereka. Segala

[1]Aziz taufik hirzi, merancang kampanye pemilu, jurnal, 2009

:: repository.unisba.ac.id ::

sesuatu bisa saja terjadi mengingat sistem yang berkembang sekarang adalah menganut suara terbanyak yang akan menjadi legislatif.

Ada beberapa hal yang bisa menjadi kelemahan *incumbent* dimana rakyat sudah mulai mengkritisi keadaan yang dijalini sekarang dengan melihat kinerja *incumbent* selama menjabat dinilai gagal oleh masyarakat setempat. dan masyarakat menginginkan perubahan dan menginginkan pemimpin baru yang akan membawa perubahan.

Setiap gerak-gerik calon akan mudah dikontrol dan dilihat dengan cepat, hal ini akan membuat para calon legislatif harus lebih cerdas dalam berkampanye. Melihat fenomena yang muncul maka politisi lama (*incumbent*) dituntut sejak dini melakukan strategi kampanye politik yang menjanjikan dan terorganisir. Sehingga pesan yang hendak di sampaikan benar-benar sampai dan dapat mempengaruhi konsituen di pemilihan.

Perilaku individu-individu yang ada dalam organisasi, aspek budaya dan aspek politik dalam pemilihan strategi sangat penting untuk diperhatikan dan di buat tersistematis. Ketidak selarasan budaya dengan strategi akan berdampak negatif dalam implementasi strategi. Demikian juga halnya dengan politik, politik dalam organisasi kalau tidak dikelola dengan baik akan berdampak pada kinerja organisasi.

Robert E. Simons, Profesor komunikasi dari Universitas Boston, Amerika Serikat, menegaskan bahwa: "Keberhasilan mencapai tujuan kampanye banyak ditentukan oleh kemampuan kita dalam merancang, menerapkan dan

:: repository.unisba.ac.id ::

mengevaluasi program kampanye secara sistematis dan strategis".(Venus, 2012:4).

Secara umum kita mengenal strategi sebagai proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai. Strategi itu sendiri memiliki tujuan yang paling utama adalah "kemenangan". Kemenangan akan tetap menjadi fokus partai politik dalam memperoleh suara terbanyak pada pemilihan umum dan akan berhasil memenangkan setiap calon-calon yang diajukan partai.

Sebetulnya posisi politisi baru maupun *incumbent* memiliki peluang yang sama. Mayoritas jumlah pemilih tidak stabil merupakan massa mengambang yang diperebutkan sebagai potensi raihan suara. Para caleg *incumbent* bisa saja tanpa diduga bisa anjlok mendapatkan raihan suara, sebab bukan sesuatu yang tidak mungkin massa mengambang lari kepada politisi-politisi baru, karena munculnya politisi-politisi baru dapat menjadi katalisator yang positif bagi peningkatan aspirasi politik masyarakat dalam kehidupan berpolitik.

Ada beberapa perilaku pemilih diantaranya, isu-isu dan kebijakan politik sangat menentukan perilaku pemilih, namun terdapat faktor-faktor lain yang juga berpengaruh. Para pemilih dapat saja memilih seorang calon, baik calon kepala daerah maupun calon anggota dewan, karena dianggap sebagai refresentatif dari keagamaan. Namun dapat juga memilih karena ikatan kepartaian dan juga mewakili kelompoknya, atau ada juga pemilih yang memilih calon karena ikatan

:: repository.unisba.ac.id ::

emosional misalnya taat dan kepatuhan terhadap seseorang dengan ikatan loyalitas terhadap figur bersangkutan.

Pemilu legislatif yang diselenggarakan pada 9 April 2014 Kabupaten Mukomuko Provinsi Bengkulu yang diikuti oleh 12 partai politik yaitu: Nasional Demokrat (NASDEM). Partai Kebangkitan Bangsa (PKB), Partai Keadilan Sosial (PKS), Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP), Golongan Karya (GOLKAR), Gerakan Indonesia Raya (GERINDRA), Demokrat Partai Amanat Nasional (PAN), Partai Persatuan Pembangunan (PPP). Hanura, Partai Bulan Bintang (PBB), PKP Indonesia, sesuai dengan keputusan komisi pemilihan kabupaten Mukomuko menetapkan 294 masuk dalam daftar calon tetap (DTC) akan memperebutkan 25 kursi, diantara 294 itu terdapat 17 orang merupakan calon *incumbent*.

Berdasarkan fenomena yang terjadi dan tuntutan yang ada pada saat sekarang ini, memang calon *incumbent* dituntut untuk melakukan dan mempersiapkan strategi yang baik dan matang untuk memenangkan hati rakyat dalam pemilihan legislatif, untuk itu mereka harus benar-benar selektif dan berhati-hati dalam menentukan tim kampanye, menentukan sasaran, pesan yang akan disampaikan, lalu saluran dan media yang digunakan semuanya ini akan menentukan bagai mana perjalanan strategi yang kita gunakan bisa berjalan dengan baik atau tidak. Dan memudahkan kita untuk berkomunikasi dengan masyarakat dalam hal ini konsituen sesuai dengan apa yang kita harapkan dan apa yang menjadi tujuan utama harus dicapai.

:: repository.unisba.ac.id ::

Dengan banyaknya pendatang baru yang mendaftar sebagai calon anggota legislatif, persaingan nampak jelas bagi anggota lama dalam hal ini *incumbent,* apalagi di daerah Mukomuko pemilih tidak memandang *trackrecordt* atau sesuatu yang telah dicapai oleh seseorang melainkan masih bersifat emosional atau kekeluargaan atau yang benar-benar mereka kenal, melihat dari calon *incumbent* yang diusung Partai Golkar yang akan meju pada pemilihan mendatang ada diantara mereka yang bukan dari daerah asal Mukomuko.

Dalam penelitian ini penulis mengambil subjek penelitian adalah calon anggota legislatif *incumbent* dari Partai Golkar, diantaranya; M. Ali Saftaini, SE. di dapil 1, Husni Thamrin. dapil 2, dan Antonius Dalle, SP. Didapil 3. Peneliti mengambil *incumbent* dari Partai Golkar dikarenakan bahwa dari sekian banyak *incumbent* yang kembali bertarung di pemilihan legislatif(pileg), hanya calon *incumbent* dari Partai Golkar ada disetiap daerah pemilihan (DAPIL).

Pertimbangan selanjutnya adalah ketiga *incumbent* ini merupakan orang penting baik dalam partai maupun di parlemen, seperti Ali Saftaini merupakan ketua DPD Golkar sekaligus menjabat ketua komisi I, dan Husni Thamrim merupakan ketua komisi II, selanjutnya Antonius Dalle sekjen di DPD Golkar menjabat sebagai wakil ketua komisi II dan anggota komisi III.

Berdasarkan temuan data dan informasi seperti yang tercantum di atas, maka menarik bagi penulis untuk diteliti lebih lanjut melalui mekanisme ilmiah tentang kampanye politik maupun upaya-upaya yang dilakukan oleh calon anggota legislatif *incumbent* Partai Golkar Mukomuko. Dalam pemilihan legislatif (pileg) Tahun 2014.

:: repository.unisba.ac.id ::

1.2 Fokus Penelitian dan Pertanyaan Penelitia

1.2.1 Fokus Penelitian

Untuk membatasi wilayah penelitian sesuai dengan uraian latar belakang masalah di atas, maka fokus penelitian dalam penelitian ini adalah: "Bagaimana Strategi Kampanye Politik Calon Anggota Legislatif *Incumbent* DPRD Mukomuko dalam Menghadapi Pemilu Lagislatif 2014?".

1.2.2 Pertanyaan Penelitian

1. Bagaimana pemilihan tim kampanye oleh Calon Anggota Legislatif *Incumbent* dalam Menghadapi Pemilu Legislatif 2014 Mukomuko, Bengkulu.?
2. Bagaimana Memilih Sasaran oleh Calon Anggota Legislatif *Incumbent* dalam Menghadapi Pemilu Legislatif 2014 Mukomuko, Bengkulu.?
3. Bagaimana Pemilihan Pesan Calon Anggota Legislatif *Incumbent* dalam Menghadapi Pemilu Legislatif 2014 Mukomuko, Bengkulu?
4. Bagaimana Menentukan Saluran dalam Penyampaian Pesan yang Digunakan Calon Anggota Legislatif *Incumbent* dalam Menghadapi Pemilu Legislatif 2014 Mukomuko, Bengkulu?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini yang akan peneliti lakukan yaitu ;

1) Mengkaji tentang bagaimana pemilihan tim kampanye oleh calon anggota legislatif *incumbent* dalam menghadapi pemilu legislatif 2014 Mukomuko, Bengkulu

:: repository.unisba.ac.id ::

2) Mengetahui tentang bagaimana pemilihan sasaran yang dilakukan oleh calon anggota legislatif *incumbent* dalam menghadapi pemilu legislatif 2014 Mukomuko, Bengkulu.

3) Menggali tentang bagaimana pemilihan pesan calon anggota legislatif *incumbent* dalam menghadapi pemilu legislatif 2014 Mukomuko, Bengkulu.

4) Memaparkan tentang saluran penyampaian pesan yang digunakan oleh calon anggota legislatif *incumbent* dalam menghadapi pemilu legislatif 2014 Mukomuko, Bengkulu.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1. Secara Teoretis

a. Manfaat bagi kepentingan dalam ilmu komunikasi politik adalah sebagai salah satu representasi, contoh kasus, serta realita dari abstraksi teori-teori ilmu komunikasi politik yang diperoleh dari proses perkuliahan sehingga dapat menjadi referensi sebagai pedoman bagi penelitian lanjutan, khususnya yang berkenaan dengan penelitian komunikasi politik tentang kampanye politik.

b. Secara spesifik penelitian ini bermanfaat untuk pengetahuan tambahan serta wawasan baru yang berkaitan pada ilmu komunikasi politik terutama dalam hal kampanye politik.

:: repository.unisba.ac.id ::

1.4.2. Secara Praktis

a. Sebagai salahsatu informasi bagi partai politik dalam merumuskan langkah-langkah strategis dalam upaya mengkampanyekan seorang calon anggota legislatif serta sebagai pedoman evaluasi bagi partai politik untuk perbaikan dimasa yang akan datang.

b. Hasil penelitian ini dapat menambah beberapa hasil penelitian yang telah ada, serta diharapkan dapat digunakan sebagai bahan penelitian lebih lanjut bagi peneliti lain dalam bidang komunikasi politik dan kampanye.

c. Sebagai bahan informasi bagi masyarakat luas untuk menambah wawasan dan pengalaman tentang kampanye politik, partai politik, khususnya kampanye politik dalam tubuh Partai Golkar Mukomuko.

d. Penelitian ini juga akan menjadi referensi bagi peneliti yang akan datang mengenai kampanye politik baik yang dilakukan oleh *incumbent* maupun oleh politisi-politisi praktis.

UNIVERSITAS ISLAM BANDUNG

:: repository.unisba.ac.id ::