

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Masalah

Dinamika politik Indonesia di tahun 2014 terasa mengalami pergolakan dengan adanya pemilihan umum di tahun 2014. Tidak hanya kandidat Presiden dan Wakil Presiden yang akan dipilih pada pesta politik di tahun ini tetapi masyarakat juga memilih kandidat legislatif. Kandidat legislatif dan partai telah menjadi sebuah fenomena umum dalam kehidupan politik. Di dalam partai terdapat fungsi rekrutmen politik, dimana terjadi sebuah seleksi dan pemilihan atau seleksi dan pengangkatan seseorang atau kelompok orang untuk melaksanakan sejumlah peranan dalam sistem politik pada umumnya dan pemerintahan pada khususnya sehingga antara kandidat legislatif yang maju di dalam pemilu dan partai yang menaunginya memiliki hubungan yang amat erat antara satu sama lain.

Partai Golkar sebagai partai politik yang mempunyai sejarah cukup panjang khususnya dalam pemilu, tentunya mempunyai basis massa yang cukup banyak dan menjadi modal yang kuat untuk selalu mengikuti pemilu. Sebagai bukti adalah di dalam pemilihan umum legislatif 2009, dimana Partai Golkar berhasil lolos dari *Parliamentary Threshold* dan memperoleh kursi dalam DPR pada pemilihan umum legislatif 2009. Partai Golkar mendapatkan posisi pada urutan kedua dengan perolehan suara 14,45%.

Dengan perolehan suara yang menduduki urutan kedua dalam pemilihan umum legislatif 2009, tentunya hal ini menjadi harapan bagi Partai Golkar agar di pemilihan umum legislatif 2014 Partai Golkar mampu mendapatkan kemenangan yang lebih. Oleh karena itu dalam menurunkan perwakilan-perwakilan dari partainya dalam pemilihan umum legislatif 2014, Partai Golkar tidaklah sembarangan dan menggunakan komunikasi politiknya agar masyarakat mampu menjatuhkan pilihan suaranya kepada kandidat anggota legislatif dari Partai Golkar.

Kandidat anggota legislatif merupakan anggota partai politik yang telah disetujui oleh partai politik untuk menjadi kandidat ketika mengikuti pemilu di daerah pemilihan yang telah ditetapkan. Berbagai strategi dilakukan oleh kandidat legislatif untuk memenangkan pemilihan, misalnya dengan merancang strategi kampanye yang matang dan menggerakkan seluruh tim sukses. Usaha yang dilakukan ketika kampanye memegang peran penting untuk menciptakan sebuah efek di dalam masyarakat dengan tujuan akhir agar masyarakat memilihnya disaat pemilu berlangsung. Ada dua jenis kampanye, yaitu kampanye Pemilu yang hanya dilakukan menjelang Pemilu dan kampanye politik yang sifatnya jangka panjang dan terus menerus.<sup>1</sup>

Untuk kandidat legislatif yang maju menjadi kandidat, kampanye adalah hal yang penting dan amat menentukan. Jika kampanye tersebut berhasil, mereka dapat terpilih saat pemilu. Namun ketika salah strategi ketika kampanye, mereka

---

<sup>1</sup> Firmansyah. *Marketing Politik : Antara Pemahaman dan Realitas*, Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2008. Hlm. 278

bisa kalah. Ketika kampanye berlangsung, para kandidat ini akan dibentuk dengan citra yang positif dengan banyak cara dan menggunakan berbagai macam strategi. Salah satunya adalah dengan memperkuat komunikasi politik yang dilakukan kandidat legislatif kepada masyarakat.

Penelitian ini membahas mengenai komunikasi politik yang dilakukan kandidat anggota legislatif dari Partai Golkar dalam upaya memperoleh dukungan massa dan tentunya suara dari konstituen di dapilnya agar dapat maju sebagai anggota legislatif. Komunikasi politik menurut Ramlan Surbakti merupakan sebuah proses penyampaian informasi mengenai politik dari pemerintah kepada masyarakat dan dari masyarakat kepada pemerintah.<sup>2</sup>

Dalam penelitian ini, kandidat anggota legislatif dari Partai Golkar yang diteliti adalah Ir. Adies Kadir, S.H.M.Hum. Peneliti memilih Adies Kadir dikarenakan Adies Kadir merupakan seorang anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) Kota Surabaya pada masa jabatan 2009-2014 yang berhasil menduduki kursi DPRD Kota Surabaya melalui kendaraan Partai Golkar di dapil 4 Kota Surabaya.

Tahun 2004 merupakan awal mula Adies Kadir terjun di dunia perpolitikan untuk mencalonkan dirinya sebagai wakil rakyat. Di tahun 2004 Adies Kadir maju sebagai kandidat legislatif untuk DPRD Kota Surabaya. Namun, saat itu Adies Kadir yang saat itu maju dengan nomor urut tiga belum terpilih dan akhirnya selanjutnya di tahun 2009 Adies Kadir menkandidatkan diri kembali dan terpilih maju sebagai legislatif di DPRD Kota Surabaya. Ketika

---

<sup>2</sup> Ramlan Surbakti. *Memahami Ilmu Politik*, Jakarta: Grasindo, 1999. Hlm. 49

pemilihan Walikota Surabaya di tahun 2010, Adies Kadir diminta sebagai wakil wali kota pasangan dari Arif Afandi. Ini merupakan kesempatan emas bagi investasi suara Adies Kadir di dunia politik dan langkah awal usaha yang dilakukan Adies Kadir untuk maju di pemilu 2014. Jika di tahun 2009 Adies Kadir maju untuk anggota legislatif di tingkat Kota Surabaya, di tahun 2014 ini Adies Kadir mencoba peruntungannya kembali hingga akhirnya Adies Kadir berhasil menduduki kursi legislatif di DPR RI.

Untuk dapat terpilih sebagai wakil rakyat di DPR RI bukanlah hal yang mudah. Butuh perjuangan yang keras dan proses yang panjang yang harus dilalui oleh Adies Kadir. Salah satu kandidat yang paling kuat dalam persaingan ini adalah Priyo Budi Santoso yang mendapatkan nomor urut pertama. Pertarungan kandidat anggota legislatif (caleg) DPR di daerah pemilihan (dapil) Jawa Timur 1 pada Pemilihan Legislatif 2014 sangat ketat, sehingga untuk wilayah ini Adies Kadir harus memiliki strategi yang tepat untuk mendapatkan suara pemilih. Ketika bersaing dengan politisi senior dan yang telah memiliki nama, tantangan terberat yang harus dihadapi Adies Kadir harus bisa mendekati dirinya dengan masyarakat, agar masyarakat mengetahui bagaimana kualitas dan kredibilitasnya karena mayoritas caleg yang bertarung di dapil tersebut sudah dikenal memiliki kelebihan masing-masing.

Penelitian yang mengangkat permasalahan komunikasi politik bukanlah hal yang pertama kali dilakukan. Sebelumnya, beberapa karya penelitian lain yang hampir sama digunakan peneliti sebagai bahan perbandingan dan pendukung penelitian ini. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Irtanto di Balitbang Provinsi

Jawa Timur. Irtanto melakukan analisis partisipasi politik pemilih pada pemilihan Walikota Blitar dengan pendekatan komunikasi politik dan budaya politik.

Penelitian Kedua dilakukan oleh Ni Made Ras Amanda G. mengenai pola penggunaan media massa sebagai komunikasi politik kandidat kepala daerah di lima Kabupaten/Kota di Bali pada tahun 2010. Penelitian ini meneliti bentuk komunikasi politik yang digunakan para kandidat kepala daerah dalam berkampanye dan pola penggunaan media massa khususnya media cetak sebagai wadah komunikasi politik para pasangan kandidat kepala daerah. Lima kabupaten/kota yang menyelenggarakan pemilu kepala daerah yakni Denpasar, Tabanan, Bangli, Karangasem dan Badung. Sedangkan media cetak yang digunakan sebagai obyek penelitian yakni harian Bali Post, harian Nusa Bali dan harian Radar Bali.

Penelitian Ketiga oleh Ibrahim Umar, Hafied Cangar A. dan A. Samsu Alam yang meneliti mengenai isu strategis dalam komunikasi politik di kalangan elite daerah pada proses pembentukan Kabupaten Luwu Tengah. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Isu–isu strategis sebagai alasan untuk mendorong pemekaran Kabupaten Luwu Tengah, meliputi : rentang kendali pemerintahan, ketimpangan dalam pembangunan, akses pelayanan, instrumen kebijakan, terwujudnya Tana Luwu sebagai Provinsi dan faktor kepentingan elite. Bahwa komunikasi politik yang terjadi dikalangan elite daerah kandidat Kabupaten Luwu Tengah masih didominasi oleh kepentingan pribadi dan kelompok, proses politik yang terjadi lebih lama berada diarena kerangka konflik, hal ini dibuktikan dengan adanya faksi–faksi yang ada di kalangan elite daerah, sehingga sampai sekarang

belum terjadi konsensus atau kompromi politik yang lebih bertujuan dalam rangka mempercepat pembentukan Kabupaten Luwu Tengah.

Dengan hasil akhir Adies Kadir terpilih mewakili Golkar untuk melenggang ke Gedung Senayan, maka ini merupakan bukti nyata keberhasilan strategi kampanye, khususnya strategi komunikasi politik yang dilakukan Adies Kadir beserta timnya saat pemilu 2014. Hal inilah yang menarik peneliti untuk dijadikan kajian dalam penelitian ini, mengenai komunikasi politik yang dilakukan oleh Adies Kadir sebagai kandidat anggota legislatif *incumbent* dan tim suksesnya untuk meraih kemenangan pada pemilihan umum legislatif tahun 2014.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas, maka timbul pertanyaan yang akan dikemukakan penulis dalam penelitian ini yaitu :

1. Apa saja strategi yang digunakan oleh Adies Kadir agar bisa menjadi anggota DPR RI 2014 ?
2. Bagaimana pola komunikasi politik Adies Kadir di dalam pemilihan umum 2014?

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti berdasarkan rumusan masalah yang muncul adalah untuk mengetahui dan mendeskripsikan komunikasi politik yang dilakukan oleh Adies Kadir sebagai kandidat anggota legislatif

incumbent dan tim suksesnya untuk meraih kemenangan pada pemilihan umum legislatif tahun 2014.

#### **1.4. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini dilakukan oleh peneliti memiliki beberapa manfaat, antara lain adalah:

1. Sebagai syarat formal dalam meraih gelar sarjana pada program studi Ilmu Politik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Airlangga.
2. Memperkuat studi komunikasi politik.

#### **1.5. Kerangka Teori**

##### **1.5.1. Teori Komunikasi Politik**

Politik, seperti halnya komunikasi adalah proses dan seperti komunikasi, politik melibatkan pembicaraan. Tapi bukan saja pembicaraan dalam arti sempit seperti kata yang diucapkan. Melainkan pembicaraan dalam arti luas seperti segala cara orang bertukar simbol, kata-kata yang dituliskan dan diucapkan, gambar, gerakan, sikap tubuh, perangai dan pakaian.<sup>3</sup>

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teori komunikasi politik dalam konsep pemilihan umum. Menurut McQuail dalam Swanson, komunikasi politik adalah sebuah studi yang interdisiplinari yang dibangun atas berbagai macam disiplin ilmu, terutama dalam hubungannya antara proses komunikasi dan proses politik. Ia merupakan wilayah pertarungan dan dimeriahkan oleh

---

<sup>3</sup> Dan Nimmo. *Komunikasi Politik: Komunikator, Pesan dan Media*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2004. Hlm. 8

persaingan teori, pendekatan, agenda dan konsep dalam membangun jati dirinya. Oleh karena itu pula, komunikasi yang membicarakan tentang politik kadang diklaim sebagai studi tentang aspek-aspek politik dari komunikasi publik, dan sering dikaitkan sebagai komunikasi kampanye pemilu karena mencakup masalah persuasi terhadap pemilih, debat antarkandidat, dan penggunaan media massa sebagai alat kampanye.<sup>4</sup>

Komunikasi politik menurut Michael Rush dan Philip Althoff merupakan proses yang berkesinambungan dan melibatkan pertukaran informasi di antara individu-individu yang satu dengan kelompok-kelompok lainnya pada semua tingkatan masyarakat.<sup>5</sup> Sementara itu, Karl W. Deutsch mendefinisikan komunikasi politik sebagai transisi informasi yang relevan secara politis dari satu bagian sistem politik kepada sistem politik yang lain, dan antara sistem sosial dan sistem politik yang merupakan unsur dinamis dari suatu sistem politik.<sup>6</sup>

Setiap proses komunikasi politik yang terjadi, akan tersisipkan informasi atau pesan-pesan yang bersifat politik. Proses komunikasi politik ketika pemilihan umum dimulai dari pesan-pesan yang disampaikan oleh seseorang atau kelompok melalui media kepada orang lain untuk mempengaruhi perilaku sasaran komunikasi dengan tujuan memberikan suaranya kepada kandidat yang dikampanyekan.

Jadi disimpulkan bahwa komunikasi politik yang dimaksud dalam penelitian ini merupakan proses penyampaian informasi atau pesan-pesan politik

---

<sup>4</sup> Hafied Cangara. *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta : PT. Raja Grafindo, 2010. Hlm. 16

<sup>5</sup> Michael Rush dan Philip Althoff. *Pengantar Sosiologi Politik*, Jakarta: Rajawali Press, 2002. Hlm.23

<sup>6</sup> *Ibid.*, hal. 243



dari satu individu yang bertindak sebagai komunikator atau kelompok terhadap kelompok lain atau individu lain yang disebut sebagai komunikan sehingga menimbulkan dukungan dan terjadi perubahan orientasi perilaku pemilih untuk memilih kontestan tertentu.

Menurut Harold Lasswell, unsur utama sistem komunikasi terdiri dari sebuah sumber (komunikator), pesan, media komunikasi, penerima pesan (komunikan) dan tanggapan. Lasswell mengemukakan bahwa cara mudah untuk melukiskan suatu tindakan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan “Siapa? Mengatakan apa? Dengan saluran apa? Kepada siapa? Dengan akibat apa?” (*Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect*)<sup>7</sup>

a. Komunikator

Menurut Pawito, aktor komunikasi politik adalah semua pihak yang terlibat atau mengambil peran dalam proses penerimaan pesan dan penyampaian pesan. Aktor komunikasi politik dapat perorangan atau individu, kelompok, organisasi, lembaga ataupun pemerintah.<sup>8</sup> Komunikator politik ini memainkan peran sosial yang utama, terutama dalam proses opini publik. Dan Nimmo mengutip pendapat James Rosseanau memilah komunikator politik dalam dua bagian, yakni komunikator yang menangani masalah nasional (*governmental opinion makers*) dan yang menangani masalah khusus (*single issue opinion makers*). *Single issue opinion makers* dapat diistilahkan komunikator pelaksana.

Menurut Harun, komunikator politik berada dalam dua status yang berbeda, yaitu dalam suprastruktur dan infrastruktur. Dalam sistem politik,

<sup>7</sup> Dan Nimmo, *Op. Cit.*, Hlm. 14

<sup>8</sup> Pawito. *Komunikasi Politik: Media Massa dan Kampanye Pemilihan*, Bandung: Jalasutra, 2009. Hlm.6





Kode yang digunakan pada dasarnya terbagi atas kode verbal (bahasa) dan kode non verbal (isyarat).<sup>11</sup> Kode verbal dalam pemakaiannya menggunakan bahasa. Bahasa dapat didefinisikan seperangkat kata yang telah disusun secara berstruktur sehingga menjadi himpunan kalimat yang mengandung arti. Kode non verbal ini menyangkut dengan bahasa diam, dimana penggunaannya dapat berguna sebagai<sup>12</sup> : pertama, meyakinkan apa yang diucapkan, kedua untuk menunjukkan perasaan dan emosi yang tidak bisa diutarakan dengan kata-kata, ketiga untuk menunjukkan jati diri sehingga orang lain bisa mengenalnya, keempat untuk menambah atau melengkapi ucapan-ucapan yang dirasakan belum sempurna.

Pada umumnya pesan yang disampaikan oleh komunikator merupakan pesan yang bersifat persuasif. Dimana Pesan yang disampaikan oleh komunikator dalam komunikasi politik tersebut memiliki tujuan untuk mengubah persepsi, sikap dan pendapat khalayak. Menurut Hafied Canggara<sup>13</sup> terdapat beberapa cara penyusunan pesan yaitu :

1. *Fear Appeal*, adalah metode penyusunan pesan dengan menimbulkan rasa ketakutan kepada khalayak
2. *Emotional appeal*, adalah cara penyusunan atau penyampaian pesan dengan berusaha menggugah emotional khalayak. Misalnya : dengan mengungkapkan masalah suku, agama, kesenjangan ekonomi, diskriminasi dan sebagainya.

<sup>11</sup> Hafied Canggara, *Op. Cit.*, hal. 102

<sup>12</sup> *Ibid.*, hal. 108

<sup>13</sup> *Ibid.*, hal.123

3. *Reward appeal*, adalah cara penyusunan atau penyampaian pesan dengan menawarkan janji-janji kepada khayalak. Pada umumnya khalayak cenderung menerima pesan atau ide yang penuh janji-janji daripada ancaman.
4. *Motivational appeal*, adalah cara penyusunan pesan yang dibuat bukan karena janji-janji, tetapi disusun untuk menumbuhkan internal psikologis khalayak sehingga mereka dapat mengikuti pesan-pesan tersebut.
5. *Humorous appeal*, adalah penyusunan pesan yang disertai dengan humor, sehingga dalam penerimaan pesan khalayak tidak merasa jenuh. Sedangkan untuk menyampaikan pesan-pesan politiknya sang komunikator dapat menggunakan bahasa untuk mempengaruhi dan meyakinkan publik. Menurut Dan Nimmo penggunaan bahasa ini dapat dikelompokkan ke dalam tiga bagian yaitu<sup>14</sup> :
  1. Propaganda, merupakan suatu alat yang dipergunakan oleh kelompok yang terorganisasi untuk menjangkau individu-individu yang secara psikologis dimanipulasi dan digabungkan dalam suatu organisasi. Dalam pelaksanaannya, propaganda menjauhi sifat-sifat kekerasan, penyuapan, boikot dan kegiatan-kegiatan lainnya yang bersifat paksaan atau kekerasan. Propaganda hanya mendasarkan pada kegiatan yang bersifat persuasif atas dasar faktor psikologis. Dalam memikirkan nasihat mana yang akan diikuti atau akan diberikan kepada orang lain,

---

<sup>14</sup> Dan Nimmo, *Op. Cit.*, hal. 124

propagandis dapat memperhatikan prinsip-prinsip umum yaitu ; pertama, status komunikator dimana semakin tinggi status atau peran tertentu maka semakin besar kemungkinan komunikator yang menduduki status itu untuk bersifat persuasif. Kedua, kredibilitas komunikator dimana sejauh masyarakat mempersepsikan bahwa propagandis itu memiliki keahlian, kompetensi, keandalan, dapat dipercaya, dan otoritas maka mereka akan menganggap komunikator tersebut kredibel. Ketiga, daya tarik komunikator dimana hal ini menyangkut kepribadiannya, daya tariknya dan kepercayaan dirinya.

2. Periklanan, merupakan komunikasi satu kepada banyak dimana periklanan mendekati kelompok lain sebagai individu tunggal, independent, terpisah dari kelompok apa pun yang menjadi identifikasinya di dalam masyarakat. Tujuan periklanan ini pertama, untuk sasarannya bukan individu di dalam suatu kelompok melainkan individu yang independent terlepas dari kelompoknya. Kedua, untuk menarik perhatian orang agar bertindak dan memilih tersendiri dari yang lainnya.
3. Retorika politik, merupakan komunikasi dua arah, satu kepada satu dalam artian bahwa satu atau lebih orang (seseorang berbicara kepada beberapa orang maupun seorang berbicara kepada orang lain) masing-masing berusaha dengan sadar untuk mempengaruhi pandangan satu sama lain melalui tindakan timbal balik satu sama lain. Retorika sebagai seni berbicara di depan umum dengan satu tujuan agar orang

yang mendengarkan berbuat sesuatu sesuai dengan harapan si pembicara.<sup>15</sup> Dalam pemilihan umumnya terjadi retorika demonstratif yang isinya memuji dan menjatuhkan. Tujuannya untuk memperkuat sifat baik dan sifat buruk seseorang, suatu lembaga, atau gagasan.

c. Saluran / media yang digunakan

Saluran atau media ialah alat atau sarana yang digunakan oleh para komunikator dalam menyampaikan pesan-pesan politiknya. Misalnya media cetak, yaitu surat kabar, tabloid, majalah. Media elektronik, misalnya film, radio, televisi, komputer, internet. Media format kecil, misalnya *leaflet*, brosur, selebaran, stiker, bulletin. Media luar ruang (out door media) misalnya baliho, spanduk, reklame, bendera, jumbai, pin, logo, topi, rompi, kaos oblong, kalender, blok note dan segala sesuatunya yang biasa digunakan untuk membangun citra (*image building*).

d. *Audience* / Komunikan yang disasar

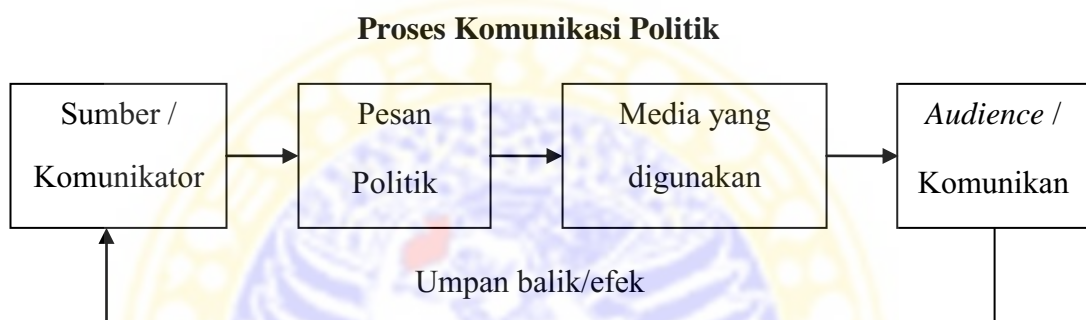
*Audience* atau komunikan yang disasar adalah anggota masyarakat yang diharapkan dapat memberi dukungan dalam bentuk pemberian suara kepada partai atau kandidat dalam pemilihan umum. Mereka adalah pengusaha, pegawai negeri, buruh, perempuan, ibu rumah tangga, pedagang kaki lima, mahasiswa, petani, yang berhak memilih maupun pelajar dan siswa yang akan memilih setelah cukup usia.

---

<sup>15</sup> Sumarno A.P. *Pendapat Umum Dalam Sistem Politik*, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 1990. Hlm. 172

## e. Efek / umpan balik

Efek atau pengaruh merupakan salah satu unsur untuk mengetahui berhasil atau tidaknya komunikasi yang dilakukan komunikator terhadap komunikan. Pengaruh atau efek adalah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan.<sup>16</sup>

**Bagan 1.1**

*Sumber: Michael Rush Dan Phillip Althoff, Pengantar Sosiologi Politik, 2002*

Jadi komunikator menyampaikan pesan-pesan politik atau dapat berupa simbol kepada audience yang berupa masyarakat pemilih. Pesan ini disampaikan untuk mempengaruhi masyarakat pemilih dan audience atau masyarakat pemilih dengan menggunakan media-media yang telah dipilih sebagai salah satu strategi yang akan memberikan umpan balik atau efek yang berupa tindakan sesuai dengan komunikator tersebut.

Dan Nimmo membagi tiga bentuk komunikasi politik, yaitu<sup>17</sup>:

1. Komunikasi massa, bentuk ini menekankan komunikasi satu-kepada-banyak. Komunikasi massa terdiri dari dua bentuk saluran komunikasi yang masing-masing berdasarkan tingkat langsungnya komunikasi satu-kepada-banyak,

<sup>16</sup> Anwar Arifin, *Op. Cit.*, hal. 32

<sup>17</sup> Dan Nimmo, *Op. Cit.*, hal. 184



yaitu yang pertama tatap muka (pidato, orasi) dan yang kedua terjadi jika ada perantara ditempatkan di antara komunikator dan khalayak (komunikasikan). Perantara tersebut berupa media dan sarana alat komunikasi lainnya. Contohnya yaitu orasi atau pidato melalui televisi.

2. Komunikasi *interpersonal*, bentuk ini merupakan bentukan dari hubungan satu-kepada-satu. Bentuk ini pun bisa berbentuk tatap muka maupun beperantara. Contoh bentuk tatap muka yaitu para kandidat melakukan kunjungan dari rumah ke rumah atau mereka berjalan melalui orang banyak sambil berjabat tangan bisa dikategorikan dalam komunikasi *interpersonal* dalam bentuk tatap muka. Sedangkan melalui perantara contohnya adalah seorang kandidat melakukan hubungan komunikasi melalui sambungan telepon langsung kepada pihak terkait untuk membicarakan hal-hal yang penting.
3. Komunikasi organisasi, bentuk ini merupakan penggabungan dari penyampaian satu-kepada-satu dan satu-kepada-banyak. Contohnya yaitu seorang kandidat melakukan komunikasi dengan sebuah organisasi tertentu dalam bentuk diskusi, seminar, dan lain-lain.

Dari penjelasan diatas, dapat dikatakan bahwa bentuk komunikasi politik ada dua yaitu:

1. Komunikasi langsung, dimana komunikasi ini menekankan kontak secara langsung dengan komunikasikan yang dituju. Bentuk ini menurut para teoritis sangat efektif terutama bagi Negara-negara berkembang yang masih banyak memfungsikan tenaga manusia dibanding dengan

teknologi canggih. Kelemahan hanya terletak ada keterbatasan jangkauan dan kendala pada factor geografis. Menurut Dan Nimmo, komunikasi politik kontak langsung dapat dilakukan dengan : tatap muka, rapat umum, kontak dengan grup tertentu, *door to door*, dan lobby politik.<sup>18</sup>

2. Komunikasi tidak langsung, komunikasi ini maksudnya bahwa kandidat atau juru kampanye berada pada situasi yang tidak berhubungan secara fisik atau tidak dapat langsung berhadapan antara kandidat dengan komunikannya.

Pesan-pesan politik disampaikan dengan menggunakan perantara yang menghubungkan antara kandidat dengan komunikannya. Media yang digunakan sebagai perantara dijelaskan dalam tiga bentuk :

1. Media elektronik, media massa khususnya televisi merupakan sumber informasi sosial dan politik yang pengaruhnya dapat meliputi jangkauan yang luas. Hasil research Marilyn Jackson, Beecke dan Sidney Kraus<sup>19</sup> yang diungkapkan dalam *political communication theory and research* menunjukkan efektivitas media televisi dibandingkan media lainnya. Dalam penelitian tersebut diungkapkan bahwa televisi merupakan sumber informasi politik terutama dimasa-masa pemilihan umum.

<sup>18</sup> Sumarno A.P, *Op. Cit.*, hal. 157

<sup>19</sup> Marilyn Jackson, Beeke and Sidney Kraus. *Political Communication*, Year Book A, London 1980 lihat dalam Sumarno Ap., *Pendapat Umum Dalam Sistem Politik*, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 1990. Hlm. 156

2. Media internet, internet merupakan salah satu media informasi politik yang bisa diandalkan. Internet kerap juga disebut sebagai dunia maya. Dalam pemakaian saat ini, dunia maya adalah istilah komprehensif untuk world wide web, internet, milis elektronik, kelompok-kelompok dan forum diskusi, ruang ngobrol (*chatting*), permainan interaktif multiplayer, dan bahkan email.<sup>20</sup>
3. Media cetak, media yang sering digunakan adalah surat kabar tetapi juga tidak menutupi penggunaan poster, baliho, pamflet dan lainnya. Surat kabar diperuntukkan untuk membangun kesan pembaca terhadap kandidat tentang kredibilitas, karakteristik dan reputasi.

### 1.5.2. Teori Sistem Pemilihan Umum

Pemilihan umum yang demokratis haruslah diselenggarakan dalam suasana keterbukaan, adanya kebebasan berpendapat dan berserikat, atau dengan perkataan lain pemilihan umum yang demokratis harus memenuhi unsur-unsur sebagai berikut:

1. Sebagai aktualiasi dari prinsip keterwakilan politik.
2. Aturan permainan yang fair.
3. Dihargainya nilai-nilai kebebasan.
4. Diselenggarakan oleh lembaga yang netral atau mencerminkan berbagai kekuatan politik secara proporsional.
5. Tiadanya intimidasi.

---

<sup>20</sup> Werner J. Severin and Jr. James W. Tankard. *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, dan Terapan Di Dalam Media Massa, Edisi Kelima*, Jakarta: Kencana, 2005.Hlm. 446

6. Adanya kesadaran rakyat tentang hak politiknya dalam pemilihan umum.
7. Mekanisme pelaporan hasilnya dapat dipertanggungjawabkan secara moral dan hukum.<sup>21</sup>

Dalam hubungan yang demikian, maka pemilihan umum sangat erat kaitannya dengan sistem pemilihan umum (*electoral system*). Didalam system pemilihan umum, paling tidak terdapat 3 (tiga) elemen sebagai berikut:<sup>22</sup>

Pertama, besar distrik, yang dimaksud dengan distrik adalah wilayah geografis suatu negara yang batas-batasnya dihasilkan melalui suatu pembagian untuk tujuan pemilihan umum. Dengan demikian luas sebuah distrik dapat sama besar dengan wilayah administrasi pemerintahan, dapat pula berbeda. Oleh karena itu besar distrik adalah banyaknya anggota lembaga perwakilan yang akan dipilih dalam suatu distrik pemilihan. Besar distrik bukan berarti jumlah pemilih yang ada dalam distrik tersebut. Berdasarkan definisi tersebut, maka dapat dibedakan menjadi distrik beranggota tunggal (*single member distric*) dan distrik beranggota jamak (*nulty member distric*).

Kedua, struktur kertas suara, yaitu cara penyajian pilihan diatas kertas suara. Cara penyajian pilihan ini menentukan pemilih dalam memberikan suara. Jenis pilihan dapat dibedakan menjadi 2 (dua), yaitu kategorikal, dimana pemilih hanya memilih satu partai atau calon, dan ordinal, dimana pemilih mempunyai

<sup>21</sup> Rusli M. Karim. *Pemilu Demokratis Kompetitif*, Yogyakarta: PT. Tiara Wacana Yogya, 1991. Hlm. 37.

<sup>22</sup> Benjuino Theodore. 2014. *Sistem Pemilihan Umum: Sebuah Perkenalan*, diakses pada tanggal 24 September 2013 Pukul 22:46 WIB, dari <http://www.geocities.com/benjuinotm/artikel/sistem-pemilu-index.html>, hlm 3-7.

kebebasan lebih dan dapat menentukan preferensi atau urutan dari partai atau calon yang diinginkannya. Kemungkinan lain adalah gabungan dari keduanya.

Ketiga, *electoral formula*, adalah bahagian dari sistem pemilihan umum yang berhubungan dengan penerjemahan suara menjadi kursi. Termasuk didalamnya rumus yang digunakan untuk menerjemahkan perolehan suara menjadi kursi, serta ambang batas pemilihan (*electoral threshold*).

## **1.6. Kerangka Konseptual**

### **1.6.1. Komunikasi Politik**

Indonesia merupakan sebuah Negara yang menganut demokrasi, di mana masyarakat bisa turut serta dalam proses pengambilam suatu keputusan. Hal ini sesuai dengan prinsip demokrasi yang menyatakan semua keputusan dari rakyat, untuk rakyat dan oleh rakyat.

Komunikasi politik yang dimaksud dalam penelitian ini merupakan proses penyampaian infomasi atau pesan-pesan politik dari satu individu yang bertindak sebagai komunikator atau kelompok terhadap kelompok lain atau individu lain yang disebut sebagai komunikan sehingga menimbulkan dukungan dan terjadi perubahan orientasi perilaku pemilih untuk memilih kontestan tertentu.

Komunikasi politik yang dilakukan saat pemilihan umum harus dilakukan dengan teknik-teknik komunikasi politik yang telah direncanakan dan harus tepat sasaran agar pesan yang disampaikan bisa diterima dengan baik oleh masyarakat.

Baik kandidat dan tim sukses harus bisa menggunakan komunikasi yang bersifat persuasif terhadap masyarakat agar para kandidat dapat terpilih ketika

pemilihan umum berlangsung maka. Ketika tercipta komunikasi yang baik maka ketika pemilihan umum berlangsung masyarakat akan mendukung kandidat tersebut dengan memberikan suaranya. Namun, ketika komunikasi politik yang dilakukan gagal, masyarakat akan cenderung untuk bersikap tidak peduli terhadap kandidat yang dikampanyekan. Sehingga, komunikasi politik memegang peranan penting dalam pemilihan umum terutama saat kampanye dilaksanakan.

### **1.6.2. Perilaku Pemilih**

Pemilih diartikan sebagai pihak atau individu yang menjadi tujuan utama para kontestan untuk mempengaruhi mereka dan meyakinkan mereka agar mendukung dan memilih kontestan politik yang bersangkutan. Pemilih dalam hal ini merupakan konstituen maupun masyarakat pada umumnya. Lomasky di dalam analisis Ramlan Surbakti menyebutkan bahwa keputusan untuk memilih yang terjadi selama pemilihan umum merupakan perilaku yang ekspansif ataupun perilaku yang terjadi hanya pada saat-saat tertentu saja.<sup>23</sup>

Perilaku pemilih dalam menentukan pilihan politiknya banyak dipengaruhi oleh beberapa faktor. Untuk memahami faktor pemilih dalam menentukan pilihannya pertama kita harus memahami bagaimana konteks latar belakang historisnya. Sikap dan perilaku pemilih dalam menentukan pilihan politiknya banyak dipengaruhi oleh proses dan sejarah masa lalu. Ini dikarenakan budaya politik di Indonesia masih kental akan sejarah dan kebudayaan masa lampau.

---

<sup>23</sup> Surbakti, Ramlan, *Op. Cit.*, Hal. 106.

Faktor kedua ialah kondisi geografis dan wilayah. Hal ini sangat berpengaruh kepada masyarakat dalam menentukan pilihan politiknya dalam pemilu, secara tidak langsung perilaku pemilih banyak ditentukan oleh faktor wilayah. Oleh karena itu kondisi dan faktor geografis/wilayah menjadi pertimbangan penting dalam mempengaruhi perilaku politik seseorang. Misalnya saja dalam pengambilan keputusan, peraturan dan kebijakan sampai dalam pemilihan umum. Hal ini menuntut agar si kandidat pandai-pandai membuat strateginya dalam kampanye agar perilaku pemilih cenderung memilih si kandidat tersebut.

Faktor ketiga ialah agama/keyakinan dan budaya. Dalam hal ini mencakup hal-hal yang berhubungan dengan agama dan budaya masyarakat baik itu kesukuan, etnisitas sampai ras. Masyarakat Indonesia dikenal sebagai masyarakat yang majemuk dan pluralitas ataupun beraneka ragam. Agama telah memberikan nilai moral politik yang memberikan pengaruh bagi masyarakat dalam menentukan pilihannya. Dalam hal ini peneliti memfokuskan kepada etnis tionghoa yang dominan beragama Budha namun memang tidak semua etnis tionghoa beragama Budha. Keyakinan dan agama merupakan pedoman acuan yang penuh dengan norma-norma dan kaidah yang dapat mendorong dan mengarahkan perilaku politik sesuai dengan agama dan keyakinannya dalam proses politik. Hal ini membenarkan bahwa agama dan keyakinan dapat mempengaruhi pilihan politik seseorang dalam aktivitas politik.

Begitu pula halnya dengan Suku ataupun Etnisitas. Konsep etnisitas akan dijelaskan pada bagian selanjutnya. Dalam kajian ini kita ketahui bahwa perilaku

politik seseorang bisa saja dipengaruhi oleh ikatan-ikatan tertentu seperti rasa keterikatan dalam etnisitas. Etnis tionghoa cenderung memilih dan memberikan pilihan mereka dalam pemilu kepada kandidat yang paling mengarah kepada faktor ini. Untuk itulah perlu dikaji lebih mendalam mengapa faktor kesukuan ini sangat mempengaruhi dalam perilaku politik etnis tionghoa.

Faktor keempat ialah pendidikan dan komunikasi yang sangat berpengaruh kepada perilaku konstituen. Pendidikan dan komunikasi yang baik dari si kandidat maupun kandidat akan memberikan dan mempengaruhi simpatik konstituen. Semakin tinggi pendidikan masyarakat maka semakin tinggi tingkat kesadaran politiknya, dan begitu pula sebaliknya semakin rendah tingkat pendidikan masyarakat maupun seseorang maka semakin rendah tingkat kesadaran politiknya. Selain itu, komunikasi politik yang intens akan mempengaruhi perilaku politik seseorang dalam aktivitas politiknya dan perilaku politiknya dalam menentukan pilihannya dalam pemilihan umum.

Itulah beberapa teori mengenai konsep perilaku politik dan bagaimana perilaku politik seseorang dalam menentukan pilihan politiknya dalam pelaksanaan pemilihan umum. Harapannya ialah perilaku politik seseorang itu sebaiknya tidak lagi dipengaruhi oleh sifat-sifat yang berbau budaya, namun kita sebagai konstituen memberikan pilihan kita berdasarkan visi dan misi dari kandidat ataupun kandidat tersebut.

Perilaku pemilih dapat dianalisis dengan tiga pendekatan yaitu:<sup>24</sup>

#### 1. Pendekatan Sosiologis

---

<sup>24</sup> Asfar, M. *Pemilu dan Perilaku Memilih 1955-2004*, Surabaya: Pustaka Utama. 2004. Hlm 137.



Pendekatan ini pada dasarnya menjelaskan bahwa karakteristik sosial dan pengelompokan sosial mempunyai pengaruh-pengaruh yang cukup signifikan dalam menentukan perilaku pemilih seseorang. Karakteristik sosial seperti pekerjaan, pendidikan sampai karakteristik sosiologis seperti agama, wilayah, jenis kelamin, umur dan sebagainya merupakan bagian-bagian dan faktor-faktor penting dalam menentukan pilihan politik. Singkat kata pengelompokan sosial seperti umur, jenis kelamin, agama dan semacamnya dianggap mempunyai peranan yang cukup menentukan dalam membentuk pengelompokan seseorang. Hal ini merupakan sesuatu yang sangat vital dalam memahami perilaku politik seseorang.

## 2. Pendekatan Psikologis.

Pendekatan ini menggunakan konsep psikologi terutama konsep sosialisasi dan sikap untuk menjelaskan perilaku pemilih. Variabel-variabel itu tidak dapat dihubungkan dengan perilaku pemilih kalau ada proses sosialisasinya. Oleh karena itu menurut pendekatan ini sosialisasilah sebenarnya yang menentukan perilaku politik seseorang. Oleh karena itu pilihan seseorang anak yang telah melalui tahap sosialisasi politik tidak jarang sama dengan pilihan politik orang tuanya. Pendekatan psikologis menekankan pada tiga aspek psikologis sebagai kajian utama yaitu ikatan emosional pada suatu partai politik, orientasi terhadap isu-isu dan orientasi kepada kandidat.

## 3. Pendekatan Rasional.

Dalam konteks pendekatan rasional, pemilih akan memilih jika ia merasa ada timbal balik yang akan diterimanya. Ketika pemilih merasa tidak

mendapatkan faedah dengan memilih walikota yang sedang bertanding, ia tidak akan mengikuti dan melakukan pilihan pada proses Pemilu. Hal ini juga sejalan dengan prinsip ekonomi dan hitung ekonomi. Pendekatan ini juga mengandaikan bahwa kandidat walikota dan wakil walikota akan melakukan berbagai promosi dan kampanye yang bertujuan untuk menarik simpati dan keinginan masyarakat untuk memilih dirinya pada pemilukada.

### **1.6.3. Perilaku Politik**

Perilaku politik adalah sebagai salah-satu aspek dari ilmu politik yang berusaha untuk mendefinisikan, mengukur dan menjelaskan pengaruh terhadap pandangan politik seseorang, ideologi dan tingkat partisipasi politik. Secara teoritis, perilaku politik dapat diurai dalam tiga pendekatan utama yakni melalui pendekatan sosiologi, psikologi dan rasionalitas.

Perilaku politik dan partisipasi politik pemilih merupakan suatu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan. Perilaku politik pemilih merupakan aspek penting dalam menunjang keberhasilan pelaksanaan suatu pemilihan umum. Di dalam penelitian ini yang ingin ditekankan ialah bagaimana perilaku politik dalam pelaksanaan kampanye, keikutsertaan dalam kepartaian dan juga proses voting ataupun pemberian suara dalam pemilihan umum baik tingkat nasional maupun tingkat lokal.

Perilaku politik dirumuskan sebagai kegiatan yang berkenaan dengan proses pembuatan dan pelaksanaan keputusan politik, keikutsertaan seseorang

dalam hal ini dapat sebagai warga negara biasa maupun sebagai pengambil keputusan.<sup>25</sup>

#### 1.6.4. Pemilihan Umum

Dalam negara hukum yang demokratis, kegiatan memilih orang atau sekelompok orang menjadi pemimpin idealnya dilakukan melalui pemilu dengan berasaskan prinsip pemilu yang langsung, umum, bebas, rahasia, jujur dan adil. Pemilu dianggap penting dalam proses dinamika kehidupan berbangsa dan bernegara, Pemilihan umum sudah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari suatu negara demokrasi, jika kita melihat hampir seluruh negara demokrasi melaksanakan pemilihan umum.

Pemilihan umum yang demokratis haruslah diselenggarakan dalam suasana keterbukaan, adanya kebebasan berpendapat dan berserikat, atau dengan perkataan lain pemilihan umum yang demokratis harus memenuhi unsur-unsur sebagai berikut<sup>26</sup>:

1. Sebagai aktualiasi dari prinsip keterwakilan politik.
2. Aturan permainan yang fair.
3. Dihargainya nilai-nilai kebebasan.
4. Diselenggarakan oleh lembaga yang netral atau mencerminkan berbagai kekuatan politik secara proporsional.
5. Tiadanya intimidasi.

<sup>25</sup> Miriam Budiardjo. *Dasar-Dasar Ilmu Politik*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2008. Hlm. 30-35.

<sup>26</sup> Rusli M. Karim. *Pemilu Demokratis Kompetitif*, Yogyakarta: PT. Tiara Wacana Yogya, 1991. Hlm. 37

6. Adanya kesadaran rakyat tentang hak politiknya dalam pemilihan umum.
7. Mekanisme pelaporan hasilnya dapat dipertanggungjawabkan secara moral dan hukum.

Pemilihan umum adalah merupakan institusi pokok pemerintahan perwakilan yang demokratis, karena dalam suatu Negara demokrasi, wewenang pemerintah hanya diperoleh atas persetujuan dari mereka yang diperintah. Mekanisme utama untuk mengimplementasikan persetujuan tersebut menjadi wewenang pemerintah adalah melalui pelaksanaan pemilihan umum yang bebas, jujur dan adil, khususnya untuk memilih presiden / kepala daerah. Bahkan dinegara yang tidak menjunjung tinggi demokrasi sekalipun, pemilihan umum diadakan untuk memberi corak legitimasi kekuasaan (otoritas).

Dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 2012 tentang Pemilihan Umum Anggota Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan Perwakilan Daerah, dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah, pada bab 1 pasal 1 dijelaskan bahwa yang dimaksud dengan pemilihan umum yang kemudian disingkat pemilu adalah sarana pelaksanaan kedaulatan rakyat yang dilaksanakan secara langsung, umum, bebas, rahasia, jujur, dan adil dalam Negara Kesatuan Republik Indonesia berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945<sup>27</sup>. Kemudian yang dimaksud dengan Pemilu Anggota Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan Perwakilan Daerah, dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah adalah Pemilu untuk memilih anggota Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan Perwakilan Daerah, Dewan Perwakilan Rakyat Daerah provinsi dan

---

<sup>27</sup> Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 2012 tentang Pemilihan Umum Anggota Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan Perwakilan Daerah, dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah. Bab 1 Pasal 1.

Dewan Perwakilan Rakyat Daerah kabupaten/kota dalam Negara Kesatuan Republik Indonesia berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945<sup>28</sup>.

Legislatif adalah badan deliberatif pemerintah dengan kuasa membuat hukum. Legislatif dikenal dengan beberapa nama, yaitu parlemen, kongres, dan asembli nasional. Dalam sistem Parlemen, legislatif adalah badan tertinggi dan menujuk eksekutif. Dalam sistem Presidentil, legislatif adalah cabang pemerintahan yang sama, dan bebas, dari eksekutif. Sebagai tambahan atas menetapkan hukum, legislatif biasanya juga memiliki kuasa untuk menaikkan pajak dan menerapkan budget dan pengeluaran uang lainnya. Legislatif juga kadangkala menulis perjanjian dan memutuskan perang.

Pemilihan Umum Anggota DPR dilaksanakan dengan sistem proporsional terbuka yang perhitungannya didasarkan pada sejumlah daerah pemilihan, dengan peserta pemilu adalah partai politik. Pemilihan umum ini adalah yang pertama kalinya dilakukan dengan penetapan kandidat terpilih berdasarkan perolehan suara terbanyak, bukan berdasarkan nomor urut (pemilih memilih kandidat anggota DPR, bukan partai politik).

Indonesia menjadi negara yang semakin demokratis, hal ini ditunjukkan dengan adanya moment pemilu dimana masyarakat Indonesia akan menentukan secara langung siapa saja kandidat pemimpin yang akan duduk di parlemen maupun pemerintahan, yang nantinya akan membawa aspirasi mereka. Di dalam Undang-Undang Republik Indonesia No. 22 tahun 2007 mengenai

---

<sup>28</sup> *Ibid.*

Penyelenggaraan Pemilihan Umum, pada pasal 1 menyebutkan bahwa “Pemilihan Umum, selanjutnya disebut pemilu, adalah sarana pelaksanaan kedaulatan rakyat yang diselenggarakan secara langsung, umum, bebas, rahasia, jujur dan adil dalam Negara Kesatuan Republik Indonesia Tahun 1945”.

Dalam Pemilu 1971 (Pemilu pertama dalam pemerintahan Orde Baru Presiden Soeharto), salah satu pesertanya adalah Golongan Karya dan mereka tampil sebagai pemenang. Kemenangan ini diulangi pada Pemilu-Pemilu pemerintahan Orde Baru lainnya, yaitu Pemilu 1977, 1982, 1987, 1992, dan 1997. Kejadian ini dapat dimungkinkan, karena pemerintahan Soeharto membuat kebijakan-kebijakan yang sangat mendukung kemenangan Golkar, seperti peraturan monoloyalitas PNS, dan sebagainya. Setelah pemerintahan Soeharto selesai dan reformasi bergulir, Golkar berubah wujud menjadi Partai Golkar, dan untuk pertama kalinya mengikuti Pemilu tanpa ada bantuan kebijakan-kebijakan yang berarti seperti sebelumnya pada masa pemerintahan Soeharto. Pada Pemilu 1999 yang diselenggarakan Presiden Habibie, perolehan suara Partai Golkar turun menjadi peringkat kedua setelah PDI-P.

Pelaksanaan Pemilu diselenggarakan dalam beberapa tahapan sebagai berikut:

1. Pemutakhiran data pemilih dan penyusunan daftar pemilih.
2. Pendaftaran peserta Pemilu.
3. Penetapan peserta Pemilu.
4. Penetapan jumlah kursi dan penetapan daerah pemilihan.

5. Pengkandidatan anggota DPR, DPD, DPRD Provinsi, dan DPRD Kabupaten/Kota.
6. Masa kampanye.
7. Masa tenang.
8. Pemungutan dan penghitungan suara.
9. Penetapan hasil Pemilu.
10. Pengucapan sumpah / janji anggota DPR, DPD, DPRD Provinsi, dan DPRD Kabupaten/Kota.

## **1.7. Metode Penelitian**

### **1.7.2. Jenis Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan untuk penelitian ini adalah dengan menggunakan metode penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif adalah suatu pengumpulan fakta-fakta dari suatu keadaan yang bertujuan untuk mengetahui dan memperoleh gambaran tentang sesuatu dengan jelas terhadap suatu keadaan.<sup>29</sup>

Kirk dan Miller mendefinisikan bahwa penelitian kualitatif adalah tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental bergantung pada pengamatan pada manusia dalam kawasannya sendiri dan berhubungan dengan orang-orang tersebut dalam bahasanya dan dalam peristilahannya<sup>30</sup>. Dengan metode kualitatif yang digunakan dalam penelitian ini, peneliti akan menjadi lebih eksploratif untuk mencari dan mengolah data yang didapatkan dari lapangan.

<sup>29</sup> David Marsh, Gerry Stocker. *Teori dan Metode dalam Ilmu Politik*, Bandung: Nusa Media, 2010. Hlm. 74

<sup>30</sup> Dr. Lexy J. Moleong, M.A. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2000. Hlm. 3

Data-data yang telah didapatkan secara langsung dari informan yang terkait kemudian diolah lebih lanjut oleh peneliti untuk memperoleh jawaban dari rumusan masalah yang telah dibuat.

### **1.7.2. Subjek Penelitian**

Penelitian ini tertuju kepada Adies Kadir beserta tim suksesnya selaku kandidat anggota legislatif DPR RI dalam pemilihan umum legislatif tahun 2014.. Dalam penelitian ini diperlukan adanya subjek penelitian. Subjek penelitian ini adalah para informan. Informan merupakan narasumber yang dapat memberikan sebuah informasi dan penjelasan-penjelasan yang diperlukan peneliti dalam proses penelitian. Penulis menggunakan teknik purposive dalam memilih informan. Dalam teknik ini, informan dipilih berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tertentu, dimana pertimbangan tersebut diambil berdasarkan tujuan penelitian. Selain itu penulis menggunakan teknik ini karena struktur-struktur informan yang diteliti sudah jelas dan diketahui. Informan dalam penelitian ini ditentukan sendiri oleh peneliti. Untuk menentukan informan yang dibutuhkan, peneliti harus bisa memastikan bahwa informan tersebut mampu memberikan informasi secara baik dan paham mengenai permasalahan yang diteliti oleh peneliti. Yang menjadi kriteria dalam menentukan informan adalah informan harus merupakan tim sukses dari Adies Kadir yang terjun langsung dalam pemilihan umum legislatif tahun 2014 agar peneliti mendapatkan informasi yang lebih mendalam.

Informan dalam penelitian ini adalah :



1. Adies Kadir
2. Tim sukses inti Adies Kadir yang terdiri dari Pak Lala (Ketua Tim Sukses) dan Pak Adam (Sekretaris)
3. Relawan yaitu Ibu Nur Hidayati
4. Masyarakat, yang terdiri dari 50 orang yang memiliki keragaman usia dan pekerjaan.

### 1.7.3 Lokasi dan Waktu Penelitian

Dalam penelitian ini, dilakukan di Kota Surabaya dan Kabupaten Sidoarjo yang terletak di Provinsi Jawa Timur, yang merupakan dapil Adies Kadir dalam pemilihan umum legislatif tahun 2014. Penelitian yang dilakukan dalam rangka penulisan tugas akhir perkuliahan ini dilaksanakan pada pertengahan bulan Juni sampai akhir bulan Desember 2014.

### 1.7.4 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan dua macam teknik pengumpulan data, yaitu *in depth interview* (wawancara mendalam) dan penelaahan terhadap dokumen tertulis.

- Wawancara mendalam dan terbuka:

Data yang diperoleh terdiri dari kutipan langsung dari orang-orang tentang pengalaman, pendapat, perasaan, dan pengetahuannya. Penulis melakukan wawancara dengan informan kemudian mencatat dan mentranskrip percakapan atau informasi yang dibutuhkan. Dalam

melakukan wawancara dengan informan, penulis menggunakan aplikasi pada handphone untuk merekam pembicaraan selama proses wawancara berlangsung.

- Penelaahan terhadap dokumen tertulis:

Data yang diperoleh dari metode ini berupa dokumen tertulis yang dijadikan data oleh penulis, cuplikan, kutipan atau penggalan - penggalan dari catatan organisasi, klinis atau program; memorandum-memorandum dan korespondensi; terbitan dan laporan resmi; buku harian pribadi; dan jawaban tertulis yang terbuka terhadap kuesioner dan survey<sup>31</sup>.

### 1.7.5 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang dilakukan untuk kepentingan penelitian ini adalah teknik analisis deskriptif. Analisis ini bersumber dari data yang dikumpulkan melalui wawancara, observasi dan data-data sekunder yang selanjutnya untuk dilakukan interpretasi. Untuk menganalisis data-data yang berupa dokumentasi organisasi seperti, ceramah, program kerja, publikasi organisasi, majalah internal, majalah dinding dan sebagainya, peneliti menggunakan teknik analisis wacana, (*discourse analysis*). Teknik ini digunakan karena selama ini penelitian tentang teks lebih didominasi oleh analisis isi (*content analysis*) yang berangkat pada paradigma positivisme. Padahal teknik analisis isi sering dikritik karena tidak mendalam dalam melihat teks sedangkan

---

<sup>31</sup> Suyanto, Bagong dan Sutinah, 2006. *Metode Penelitian Sosial*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group. Hlm.172

analisis wacana lebih mendalam dalam membongkar arkeologi pengetahuan dan ideologi sang penyampai teks<sup>32</sup>. Proses analisis data ini dilakukan melalui tiga alur kegiatan yang berlangsung secara bersamaan:<sup>33</sup>

1. Reduksi data atau penyederhanaan data, yaitu kegiatan yang dilakukan dengan jalan membuat abstraksi. Abstraksi merupakan usaha membuat rangkuman yang inti, proses dan pernyataan-pernyataan yang perlu dijaga sehingga tetap berada di dalamnya.
2. Paparan data, menyusun data dalam satu kesatuan.
3. Penarikan kesimpulan atau verifikasi, yaitu kegiatan menyimpulkan makna-makna yang muncul dari data yang harus diuji kebenarannya, kekokohannya dan kecocokkannya. Dalam proses menganalisis data yang dilakukan pertama kali adalah mentranskrip hasil wawancara dan ditata dengan baik sesuai urutan-urutan pertanyaan permasalahan dalam penelitian. Setelah itu dilakukan pemetaan dan penyederhanaan data, kemudian dilakukan penyusunan data agar tersusun rapi. Langkah selanjutnya adalah menganalisis hasil temuan data dengan menghubungkan teori yang relevan, setelah itu mulai menyusun suatu kesimpulan.

### 1.7.6 Jenis Data

Di dalam jenis data ini, terdapat dua jenis data yang diperoleh dan dapat digunakan oleh peneliti, yang pertama adalah data primer serta data sekunder sebagai data sampingan untuk lebih melengkapi data primer dalam penelitian ini.

<sup>32</sup> Eriyanto. *Analisis Wacana Pengantar Analisa Teks Media*, Yogyakarta: LKIS, 2008. Hlm. 23

<sup>33</sup> Lisa Horrison. *Metodologi Penelitian Politik*, Jakarta: Kencana Pernada Group, 2007. Hlm. 87

### **1.7.6.1 Data Primer**

Data primer yang biasa disebut sebagai data utama dari setiap penelitian ini didapat dari hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti sesuai dengan tema penelitian. Peneliti terlebih dahulu menyiapkan pertanyaan-pertanyaan pokok utama yang nantinya akan ditanyakan kepada informan. Pertanyaan yang ditanyakan kepada informan untuk mendapatkan data utama sebaiknya diatur secara berurutan agar informan mudah dalam menjelaskan permasalahan yang dapat menjawab pertanyaan-pertanyaan yang diajukan oleh peneliti.

### **1.7.6.2 Data Sekunder**

Data sekunder adalah data-data yang didapat untuk mendukung data-data primer. Data sekunder di dapat dari sumber bacaan dan berbagai macam sumber lainnya yang terdiri dari buku harian, notulen rapat perkumpulan, dokumen-dokumen resmi dari berbagai instansi pemerintah. Data sekunder juga dapat berupa koran harian, majalah, publikasi dari berbagai organisasi, lampiran-lampiran dari badan-badan resmi seperti kementerian-kementerian, skripsi terdahulu, tesis, hasil survey, studi histories, dan sebagainya.

Data sekunder didapatkan peneliti untuk mendukung data primer yang dilakukan dengan wawancara mendalam yaitu dari arsip dokumen-dokumen yang didapatkan dari berita-berita yang di terbitkan melalui media sosial seperti internet dimana terkait dengan permasalahan yang diteliti. Peneliti menggunakan data sekunder ini untuk memperkuat penemuan dan melengkapi informasi yang telah dikumpulkan melalui wawancara langsung dengan para informan.