

SOSIALISASI POLITIK PASANGAN CALON GUBERNUR DAN WAKIL GUBERNUR MELALUI ALAT PERAGA KAMPANYE DAN BAHAN KAMPANYE OLEH KOMISI PEMILIHAN UMUM PROVINSI SULAWESI UTARA¹

Oleh :

Eka Budiawan², Daud M. Liando³, Stefanus Sampe⁴

ABSTRAK

Belum meningkatnya partisipasi pemilih di Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur menyiratkan bahwa sosialisasi politik yang dilakukan oleh pasangan calon melalui fasilitasi penyelenggara belum berjalan dengan baik. Penyelenggara telah melakukan upaya pelaksanaan fasilitasi akan tetapi harus diakui bahwa penurunan partisipasi merupakan fenomena bahwa sosialisasi politik pasangan calon belum berjalan dengan baik. Oleh karenanya dianggap perlu untuk mencari jalan keluar melalui penelitian ilmiah.

Dari penelitian yang dilakukan, diperoleh informasi bahwa proses keberhasilan sosialisasi politik melalui Agen Sosialisasi Politik yaitu KPU Provinsi Sulawesi Utara telah melaksanakan sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Materi Sosialisasi Politik berupa alat peraga kampanye berbentuk baliho, umbul-umbul, dan spanduk bukanlah penyebab penurunan partisipasi masyarakat dalam pemilihan. Bahan kampanye membantu masyarakat pemilih untuk mengetahui program dan visi misi pasangan calon. Mekanisme Sosialisasi Politik, pemilih tidak terlalu termotivasi untuk mengikuti ajakan memilih pasangan tertentu, pilihan masyarakat ditentukan lebih kepada keterwakilan kedaerahan. Pola Sosialisasi Politik, penempatan alat peraga kampanye selama tahapan kampanye telah melalui koordinasi dengan pemerintah daerah, penyebaran bahan kampanye langsung oleh tim kampanye pasangan calon kepada masyarakat pemilih.

Kata Kunci : Sosialisasi Politik, Alat Peraga Kampanye, Bahan Kampanye

ABSTRACT

The low level of voters' participation in the 2015 gubernatorial election in North Sulawesi Province showed that the candidates' political socialization done by the local electoral commission was looked not work well. The local electoral commission had attempted to introduce the candidate but the level of public participation in the election was still low. Thus, it is necessary to find a way out through research.

From the research, it can be informed that the political socialization was implemented the local electoral commission based on the regulation. The materials of political socialization including banners and billboards were not the cause of the low level of public participation in the election. They help the voters to know the candidates' vision, mission and program. But they were not able to encourage the

¹ Merupakan Tesis penulis

² Mahasiswa Prog. Studi PSP Program Pascasarjana Universitas Sam Ratulangi

³ Staf Pengajar Pada Prog. Studi PSP Program Pascasarjana Universitas Sam Ratulangi, selaku Pembimbing 1

⁴ Staf Pengajar Pada Prog. Studi PSP Program Pascasarjana Universitas Sam Ratulangi, selaku Pembimbing 2

voters to vote. The voters' preferences were determined by the regional representation of the candidates. The pattern of socialization and the placement of campaign props during campaign period were done through coordination with the local governments. The spread of campaign materials were done by the candidates' campaign teams to the people.

Keywords : Political Socialization, Campaign Props, Campaign Materials.

PENDAHULUAN

Sesuatu yang membedakan dari pemilihan kepala daerah serentak yang dimulai pada tahun 2015 dengan pemilihan kepala daerah tahun-tahun sebelumnya, adalah alat peraga kampanye dan bahan kampanye difasilitasi oleh KPU Provinsi dan KPU Kabupaten/Kota yang didanai APBD sebagaimana yang tercantum dalam pasal 65 ayat (2) Undang-undang Nomor 8 Tahun 2015. Sebelumnya dalam pelaksanaan pemilihan kepala daerah pasangan calon dapat bebas menyebarkan alat peraga dan bahan kampanye sebanyak-banyaknya hingga terjadi ketimpangan jumlah sebaran dari masing-masing kandidat calon. Belum lagi apabila ada pasangan calon yang merupakan petahana, dapat menggunakan fasilitas umum milik pemerintah daerah seperti taman dan gedung pertemuan umum untuk memasang alat peraga kampanye dan bahan kampanye sebanyak-banyaknya.

Pada pemilihan kepala daerah tahun 2015, setelah melalui tarik ulur kepentingan politik hingga keluarnya peraturan pemerintah pengganti undang-undang tahun 2014 tentang Pilkada, dan penetapannya melalui Undang-Undang nomor 1 tahun 2015 dan perubahan cepatnya melalui Undang-Undang nomor 8 tahun 2015. Pilkada kembali dilaksanakan melalui mekanisme dipilih langsung oleh rakyat. Mekanisme sosialisasi politik melalui alat peraga kampanye dan bahan kampanye pasangan calon sebagian besar difasilitasi oleh penyelenggara, untuk memberikan kesetaraan ke semua kandidat pasangan calon, jumlah dan penempatan semua diatur oleh penyelenggara setelah berkoordinasi dengan pemerintah daerah setempat. Tidak ada lagi pasangan calon yang mendapat keistimewaan jumlah dan sebaran, pasangan calon petahana pun tidak bisa lagi menggunakan kewenangannya untuk menggunakan fasilitas umum milik pemerintah daerah untuk menyebar dan memasang alat peraga kampanye dan bahan kampanye miliknya.

Secara regulasi pelaksanaan penempatan alat peraga kampanye dan bahan kampanye dari pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur Tahun 2010 melalui Peraturan KPU Nomor 14 Tahun 2010, dibandingkan dengan pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur Sulawesi Utara Tahun 2015 melalui Peraturan KPU Nomor 7 Tahun 2015 adalah sama diatur melalui mekanisme Keputusan KPU Kabupaten/Kota setelah berkoordinasi dengan Pemerintah Kabupaten/Kota setempat. Adapun niat pembuat perundang-undangan Pemilihan Kepala Daerah dengan menjadikan alat peraga kampanye dan bahan kampanye sebagai bagian dari sosialisasi politik pasangan calon difasilitasi oleh KPU dengan anggaran APBD, untuk memberikan kesetaraan dan kesempatan yang sama kepada masing-masing calon untuk dikenal oleh masyarakat pemilih.

Ada penurunan drastis apabila dikaitkan dengan pilihan pada pemilihan terakhir sebagai acuan penentuan sikap pemilih dalam pilihan dibalik suara, jika dilihat dari hasil 2 (dua) pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur terakhir di Kota Manado, Kabupaten Minahasa Utara, dan Kabupaten Bolaang Mongondow, seperti terlihat pada tabel.

Tabel. Partisipasi Pemilih Pada Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur Tahun 2010 dengan Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur Tahun 2015 di Kota Manado, Kabupaten Minahasa Utara, dan Kabupaten Bolaang Mongondow

URAIAN	PILGUB 2010	PILGUB 2015
Kota Manado		
Pemilih Terdaftar	330.242	380.017
Partisipasi Pemilih	217.658	196.982
Partisipasi (%)	65,91%	51,84%
Kab. Minahasa Utara		
Pemilih Terdaftar	147.325	168.519
Partisipasi Pemilih	114.349	123.468
Partisipasi (%)	77,62%	73,27%
Kab. Bolaang Mongondow		
Pemilih Terdaftar	152.201	172.979
Partisipasi Pemilih	110.176	92.340
Partisipasi (%)	72,39%	53,38%

Sumber : DC-1 KWK PilGub 2010 dan DC-1 KWK PilGub 2015 Provinsi Sulut

Belum meningkatnya partisipasi pemilih di Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur menyiratkan bahwa sosialisasi politik yang dilakukan oleh pasangan calon melalui fasilitasi KPU belum berjalan dengan baik. Penyelenggara pemilihan dalam hal ini KPU telah melakukan upaya pelaksanaan fasilitasi akan tetapi harus diakui bahwa penurunan partisipasi pemilih merupakan fenomena bahwa sosialisasi politik pasangan calon belum berjalan baik. Oleh karenanya dianggap perlu untuk mencari jalan keluar melalui penelitian ilmiah. Penelitian ilmiah dilakukan dengan didasarkan pada kajian konseptual dan melalui analisis dengan menggunakan metode penelitian yang ilmiah dan dapat dipertanggungjawabkan secara keilmuan dan tepat guna. Sehingga didasarkan pada asumsi ini maka, peneliti memilih topik sosialisasi politik pasangan calon Gubernur dan Wakil Gubernur Tahun 2015 melalui Alat Peraga Kampanye dan Bahan Kampanye oleh Komisi Pemilihan Umum Provinsi Sulawesi Utara.

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan sebelumnya, pernyataan masalah (*problem statement*) dalam penelitian ini adalah sosialisasi politik pasangan calon Gubernur dan Wakil Gubernur Sulawesi Utara Tahun 2015 melalui alat peraga kampanye dan bahan kampanye oleh KPU ternyata tidak meningkatkan partisipasi pemilih. Dari pernyataan masalah tersebut, maka penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengungkap penyebab sosialisasi politik pasangan calon dalam pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur Sulawesi Utara Tahun 2015 melalui Alat Peraga Kampanye dan Bahan Kampanye belum membuat partisipasi pemilih meningkat. Penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat teoritis bagi upaya pengembangan dan perluasan fokus kajian tata kelola pemilu, khususnya tentang sosialisasi politik pasangan calon, juga dijadikan sebagai bahan rekomendasi dalam

sosialisasi politik pasangan calon pada penyelenggaraan pemilihan kepala daerah di Provinsi Sulawesi Utara khususnya, dan di Indonesia pada umumnya.

KAJIAN PUSTAKA

Pada bagian ini dikemukakan hasil penelitian empiris yang pernah dilakukan dan relevan dengan penelitian penulis, Olis Linani, (2015) dengan judul penelitian : Pelaksanaan Sosialisasi Politik Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan Melalui Media Luar Ruang Di Kota Pontianak. Penelitian ini dengan penelitian Linani ada relevansinya yaitu melakukan penelitian pada sosialisasi politik pada pemilihan umum atau pemilihan. Linani meneliti sosialisasi politik partai politik di pemilu legislatif melalui media luar ruang, dan penelitian ini meneliti sosialisasi politik pasangan calon gubernur dan wakil gubernur melalui alat peraga kampanye dan bahan kampanye yang difasilitasi oleh penyelenggara pemilihan. Linani menggunakan teori sosialisasi politik dari Ramlan Surbakti, yang mengatakan sosialisasi politik ialah proses pembentukan sikap dan orientasi politik para anggota masyarakat, sementara dalam penelitian ini menggunakan teori Michael Rush dan Phillip Althoff yang mengatakan, bahwa keberhasilan sosialisasi politik ditentukan oleh agen, materi, mekanisme, dan polanya.

Studi-studi sosialisasi tentunya menarik dan penting, studi ini dapat membantu kita memahami dasar-dasar dukungan terhadap suatu sistem politik (Cottam dkk, 2012: 255). Sosialisasi politik merupakan satu konsep yang menentukan perilaku politik masyarakat (Pribadi dkk, 2010: 2.3). Sosialisasi politik adalah bagian dari proses sosialisasi yang khusus membentuk nilai-nilai politik, yang menunjukkan bagaimana seharusnya masing-masing anggota masyarakat berpartisipasi dalam sistem politiknya (Almond didalam Mas'ood dan MacAndrews, 2000: 34). Setiap keberhasilan suatu proses sosialisasi politik ditentukan oleh faktor lingkungan dan keterkaitan unsur-unsur yang mempengaruhinya (Rush dan Althoff, 2013: 37). Proses keberhasilan sosialisasi politik ditentukan oleh:

- 1) Agen sosialisasi politik, yang terdiri dari keluarga, pendidikan, media massa, kelompok sebaya, kelompok kerja, kelompok agama. Selain itu keberadaan kelompok kepentingan dan organisasi kemasyarakatan memberi pengaruh sebagai agen sosialisasi politik terhadap partisipasi masyarakat.
- 2) Materi sosialisasi politik, yaitu pengetahuan, nilai-nilai dan sikap-sikap politik yang hidup di masyarakat.
- 3) Mekanisme sosialisasi politik, di bagi menjadi tiga yaitu, imitasi, instruksi, motivasi.
- 4) Pola sosialisasi politik proses yang terus berkesinambungan, untuk mengetahui proses sosialisasi, yang terdiri dari Badan atau instansi yang melakukan proses sosialisasi, hubungan antara badan atau instansi tersebut dalam melakukan proses sosialisasi (Rush dan Althoff, 2013: 37).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan desain kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Untuk kebutuhan data maka informan yang diwawancarai berasal dari unsur Pimpinan Komisi Pemilihan Umum Provinsi Sulawesi Utara, unsur Pimpinan Badan Pengawas Pemilihan Umum Provinsi Sulawesi Utara, Komisioner Pemilihan Umum Kabupaten/Kota di Provinsi Sulawesi Utara, Sekretariat Komisi Pemilihan Umum Kabupaten/Kota, Panitia Pemilihan Kecamatan, Panitia Pemungutan Suara, Masyarakat Pemilih yang berada di lokasi penempatan Alat Peraga Kampanye dan

Bahan Kampanye yang didukung dengan observasi dan studi kepustakaan. Kegiatan analisis data dimulai dengan mengumpulkan data di lapangan, setelah itu melakukan reduksi data, menyajikan data dan akhirnya menarik kesimpulan dan verifikasi. Keabsahan data dilakukan melalui triangulasi dengan teknik pemeriksaan yang memanfaatkan sumber data, metode, penyidikan dan penggunaan teori (Sugiyono, 2008: 246).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Menurut Rush dan Althoff (2013: 37) , setiap keberhasilan suatu proses sosialisasi politik ditentukan oleh faktor lingkungan dan keterkaitan unsur-unsur yang mempengaruhinya. Proses keberhasilan sosialisasi politik ditentukan oleh :

1. Agen Sosialisasi Politik;
2. Materi Sosialisasi Politik;
3. Mekanisme Sosialisasi Politik;
4. Pola Sosialisasi Politik.

1. Agen Sosialisasi Politik

KPU Provinsi Sulawesi Utara sebagai lembaga non struktural yang di bawah hirarki Komisi Pemilihan Umum Republik Indonesia sebagaimana amanah undang-undang mendapat tugas memfasilitasi sosialisasi politik pasangan calon Gubernur dan Wakil Gubernur Sulawesi Utara melalui alat peraga kampanye dan bahan kampanye. Proses tersebut dilakukan setelah melalui kesepakatan bersama dengan pasangan calon yang diwakili oleh tim kampanye masing-masing.

Sebagai agen sosialisasi politik, KPU Provinsi Sulawesi Utara selain memperhatikan luas wilayah yang harus tersosialisasikan juga memperhatikan ketersediaan anggaran yang tersedia, hal tersebut terjadi karena pada saat pembahasan penyediaan anggaran dengan pemerintah provinsi peraturan undang-undang belumlah pasti, sehingga membuat KPU Provinsi Sulawesi Utara tidak bisa memberikan fasilitasi jumlah alat peraga kampanye dan bahan kampanye pasangan calon secara jumlah paling banyak sesuai dengan peraturan undang-undang.

Partisipasi pemilih yang menurun dibandingkan dengan Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur Tahun 2010, bukanlah indikasi bahwa KPU Provinsi Sulawesi Utara telah gagal berperan sebagai agen sosialisasi politik, pendapat ini didukung dengan hasil wawancara dengan informan yang sebagian besar menyatakan bahwa KPU Provinsi Sulawesi Utara telah cukup memfasilitasi sosialisasi politik pasangan calon melalui alat peraga kampanye dan bahan kampanye.

2. Materi Sosialisasi Politik

Alat peraga kampanye yang berbentuk baliho, umbul-umbul, dan spanduk telah banyak membantu masyarakat pemilih dalam menentukan pilihan, dari 4 (empat) informan masyarakat pemilih menyatakan bahwa fasilitasi alat peraga kampanye pasangan calon bukanlah penyebab atau tidak berkaitan dengan penurunan partisipasi masyarakat.

Bahan kampanye yang berbentuk poster, brosur, dan pamflet dapat membantu masyarakat mengetahui program dan visi misi pasangan calon, dari 6 (enam) informan yang terdiri dari penyelenggara tingkat kecamatan dan desa serta masyarakat pemilih menyatakan bahwa mereka dapat mengetahui visi misi

pasangan calon dari bahan kampanye berbentuk poster yang terpasang dirumah-rumah warga dan warung milik masyarakat.

Pembatasan alat peraga kampanye pasangan calon dan difasilitasi oleh KPU Provinsi Sulawesi Utara dirasakan oleh informan dari masyarakat pemilih kurang secara jumlah, walaupun penempatan alat peraga tersebut sudah melalui mekanisme koordinasi dengan pemerintah daerah, tetapi mengingat luasnya wilayah dan terbatasnya alat peraga kampanye membuat masyarakat pemilih harus melewati titik pemasangan untuk melihat materi sosialisasi politik melalui alat peraga kampanye tersebut.

3. Mekanisme Sosialisasi Politik

Mekanisme terdiri dari imitasi, instruksi, dan motivasi. Terkait dengan sosialisasi politik pasangan calon melalui alat peraga kampanye dan bahan kampanye, lebih tepat terkait dengan memotivasi masyarakat pemilih untuk memilih pasangan calon tertentu.

Sesuai dengan peraturan perundang-undangan bahwa desain dari alat peraga kampanye dan bahan kampanye dibuat dan dibiayai oleh pasangan calon sesuai dengan ukuran yang telah ditentukan oleh KPU Provinsi Sulawesi Utara. Pencetakan dan penyebaran alat peraga kampanye oleh KPU Provinsi Sulawesi Utara melalui hirarki ke KPU Kabupaten/Kota hingga ke PPK dan PPS.

Dari wawancara yang dilakukan kepada informan didapat informasi, bahwa masyarakat pemilih tidak terlalu termotivasi untuk mengikuti ajakan memilih pasangan tertentu yang tercantum di alat peraga kampanye maupun bahan kampanye. Masyarakat pemilih telah memiliki pilihan tetap sejak pasangan calon tersebut ditetapkan sebagai peserta pemilihan oleh KPU Provinsi Sulawesi Utara. Pilihan masyarakat ditentukan lebih kepada keterwakilan kedaerahan, seperti di Kabupaten Bolaang Mongondow yang mengalami penurunan partisipasi secara drastis dibanding dengan tahun 2010, bahwa pasangan calon yang ada tidak ada perwakilan kedaerahan sehingga masyarakat tidak antusias untuk menyalurkan hak pilihnya. Ada juga informan yang menyatakan bahwa sampai saat terakhir di TPS baru menentukan pilihan setelah melihat lagi bahan kampanye yang memuat visi misi pasangan calon tertentu.

4. Pola Sosialisasi Politik

Tahapan kampanye pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur Sulawesi Utara adalah sejak penetapan pasangan calon yaitu 27 Agustus 2015 sampai dengan 5 Desember 2015. Selama masa tersebut KPU Provinsi Sulawesi Utara memfasilitasi alat peraga kampanye pasangan calon, secara berjenjang ke KPU Kabupaten/Kota hingga PPK dan PPS.

Penempatan alat peraga kampanye tersebut melalui proses koordinasi dengan pemerintah daerah dan jajarannya sampai ditingkat Desa (Hukum Tua/Sangadi). Titik-titik strategis yang ditetapkan merupakan akses yang dirasa masyarakat pemilih dapat melihat dengan mudah.

Untuk penyebaran bahan kampanye, KPU Provinsi Sulawesi Utara menyerahkan langsung kepada pasangan calon melalui tim kampanye masing-masing. Dari wawancara yang dilakukan didapat informasi bahwa informan hanya melihat bahan kampanye tersebut di rumah-rumah penduduk yang merupakan anggota partai pendukung pasangan calon ataupun ditempat umum seperti warung milik masyarakat.

PENUTUP

Berdasarkan hasil dan pembahasan maka penelitian ini menyimpulkan bahwa sosialisasi politik pasangan calon Gubernur dan Wakil Gubernur melalui alat peraga kampanye dan bahan kampanye oleh Komisi Pemilihan Umum Provinsi Sulawesi Utara telah melalui proses keberhasilan sosialisasi politik sebagaimana teori dari Rush dan Althoff, hanya saja dalam pelaksanaan belum berjalan dengan baik. Berpijak pada kesimpulan yang ada, maka penelitian ini menyarankan untuk melakukan perbaikan dalam sosialisasi politik pasangan calon Penyelenggara sebaiknya memperhatikan luasnya wilayah dalam mendistribusikan jumlah alat peraga kampanye dan tidak memperlakukan antara kabupaten/kota yang memiliki jumlah kecamatan yang banyak dengan kabupaten/kota yang memiliki jumlah kecamatan yang sedikit. Alat peraga kampanye dalam pemasangan sebaiknya diserahkan kepada pasangan calon, sebab yang mengetahui sebaran basis pendukung adalah pasangan calon itu sendiri, Penyelenggara hanya menentukan titik-titik pemasangan yang diperbolehkan atau tidak setelah berkoordinasi dengan pemerintah daerah. Penyebaran bahan kampanye sebaiknya tidak hanya melalui pasangan calon, tetapi perlu keterlibatan dari penyelenggara agar meratanya informasi mengenai program dan visi misi pasangan calon di masyarakat pemilih.

DAFTAR PUSTAKA

- Almond Gabriel A., Verba Sidney. 1990. *Budaya Politik Tingkah Laku Politik dan Demokrasi di Lima Negara*. Jakarta : Bumi Aksara
- Cottam Martha L., Dietz-Uhler Beth, Mastors Elena, dan Preston Thomas. 2012. *Pengantar Psikologi Politik*. Jakarta: Rajawali Pers
- Linani Olis. 2015. *Pelaksanaan Sosialisasi Politik Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan Melalui Media Luar Ruang Di Kota Pontianak*. Pontianak: Jurnal Aspirasi
- Mas'oed Mohtar dan MacAndrews Colin. 2000. *Perbandingan Sistem Politik*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press
- Moleong Lexy J. 2016. *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: Rosda
- Pribadi Toto, Hidayat Cecep, dan Kartini Evida. 2010. *Sistem Politik Indonesia*. Jakarta: Universitas Terbuka
- Rush Michael dan Althoff Phillip. 2013. *Pengantar Sosiologi Politik*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- UU No. 15 Tahun 2011, tentang Penyelenggara Pemilihan Umum
- UU No. 8 Tahun 2015, tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2015 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2014 tentang Pemilihan Gubernur, Bupati, dan Walikota menjadi Undang-Undang
- Peraturan KPU Nomor 14 Tahun 2010, tentang Perubahan Atas Peraturan KPU Nomor 69 Tahun 2009 tentang Pedoman Teknis Kampanye Pemilihan Umum Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah

Peraturan KPU Nomor 7 Tahun 2015, tentang Kampanye Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur, Bupati dan Wakil Bupati dan/atau Walikota dan Wakil Walikota

Sertifikat Rekapitulasi Hasil dan Rincian Penghitungan Perolehan Suara Dari Setiap Kabupaten Di Tingkat Provinsi Dalam Pemilihan Gubernur Dan Wakil Gubernur Tahun 2015 (Model DC-1KWK)

Sertifikat Rekapitulasi Penghitungan Suara Pemilihan Umum Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah Di Tingkat KPU Provinsi (Model DC-1 KWK)