

EFEKTIVITAS KAMPANYE PARA CALON LEGISLATIF PADA PEMILIHAN UMUM
LEGISLATIF DI KABUPATEN BANGGAI TAHUN 2019

INTJE SUPRIADI INDAMA
MICHAEL MAMENTU
MAXI M. EGETEN

Abstrak

Pemilihan Umum (Pemilu) Legislatif adalah bagian penting dalam proses penyelenggaraan pemerintahan bagi negara-negara yang memilih demokrasi sebagai sistem politiknya. Bagian ini (pemilu legislatif) adalah proses untuk melengkapi komponen negara demokrasi yang dikemukakan oleh Montesquieu yaitu bahwa penyelenggaraan pemerintahan yang sehat itu harus memuat 3 unsur yaitu Eksekutif, Yudikatif dan Legislatif. Jika kita mendengar kata partai maka pikiran kita akan diingatkan pada proses pemilihan umum (Pemilu) dan kampanye. Pemilu mempunyai arti sebagai ajang pesta demokrasi bagi rakyat, dimana rakyat bisa menggunakan hak kebebasannya untuk dipilih bagi mereka yang mencalonkan diri sebagai presiden, DPR, DPD serta DPRD atau memilih dan memberikan suaranya bagi mereka yang tidak mencalonkan dirinya.

Penelitian tentang efektivitas pelaksanaan kampanye ini dilaksanakan dengan menggunakan pendekatan kualitatif, dengan metode analisis deskriptif yang diharapkan dapat diperoleh gambaran fenomena, fakta, sifat serta hubungan fenomenal tentang efektivitas kampanye calon legislatif pada Pemilu Legislatif 2019 di kabupaten Banggai. Jenis Data yang diolah dan diinterpretasi dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Yang menjadi informan dalam penelitian ini yaitu para Calon anggota Legislatif yang berhasil terpilih sebanyak 8 orang dan para calon anggota legislatif yang tidak berhasil sebanyak 8 orang dan 5 orang masyarakat dari tiap Dapil yang menghadiri berbagai kegiatan kampanye para calon anggota legislatif.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan ruang-ruang kampanye yang diatur dan diperbolehkan oleh Undang – Undang seperti penggunaan media cetak/elektronik, Radio dan Televisi, ternyata bukanlah cara yang efektif untuk menjangkau suara. Karena ternyata tidak menjadi alasan utama masyarakat untuk memilih. Namun Kampanye dengan menggunakan pendekatan personal, tatap muka, silaturahmi ke keluarga, kerabat dan komunitas-komunitas tertentu, adalah cara yang paling efektif untuk menjangkau suara masyarakat serta *Performance* pada waktu kampanye personal adalah faktor yang juga menentukan.

Penelitian ini dapat disimpulkan bahwa Efektivitas kampanye dari para Calon Anggota Legislatif DPRD kabupaten Banggai periode 2019 -2024, adalah amat ditentukan oleh metode atau strategi mereka dalam berkampanye.

Kata Kunci : Efektivitas, Kampanye, Calon Legislatif, Pemilihan Umum

PENDAHULUAN

Pemilihan Umum (Pemilu) Legislatif adalah bagian penting dalam proses penyelenggaraan pemerintahan bagi negara-negara yang memilih demokrasi sebagai sistem politiknya. Bagian ini (pemilu legislatif) adalah proses untuk melengkapi komponen negara demokrasi yang dikemukakan oleh Montesquieu yaitu bahwa penyelenggaraan pemerintahan yang sehat itu harus memuat 3 unsur yaitu Eksekutif, Yudikatif dan Legislatif.

Penyelenggaraan pemilihan umum yang “sehat” di Indonesia sendiri, baru dapat dinikmati oleh masyarakatnya pada pasca

berakhirnya pemerintahan Soeharto di tahun 1999. Pada masa pemerintahan Soeharto pemilu legislatif berjalan penuh rekayasa dan tekanan dari Pemerintah yang didukung oleh kekuatan militer (Angkatan Darat). Soeharto melakukan likuidasi partai politik serta menjadikan Golkar sebagai mesin politik untuk “mengamankan kekuasaannya. Pegawai Negeri Sipil diharuskan untuk memilih Golkar, tokoh masyarakat dan tokoh agama yang tidak memilih Golkar akan diintimidasi dan dibatasi “ruang gerakannya” termasuk sampai pada ruang untuk berusaha.

Pasca turunnya rezim Soeharto, pemerintah yang baru kemudian melakukan

perombakan total atas peraturan penyelenggaraan Pemilu Orde Baru, yaitu meliputi penyelenggara pemilu, infrastruktur penyelenggara pemilu, rekrutmen penyelenggara pemilu, sampai pada yang hakiki yaitu dikembalikannya hak-hak politik masyarakat, kebebasan untuk membentuk partai politik, serta terbukanya proses penghitungan suara.

Undang-Undang Pemilihan Umum yang dikeluarkan pasca pemerintahan Soeharto kemudian secara bertahap semakin mengembalikan dan memperkuat kedaulatan politik kepada masyarakat Indonesia. Selain itu situasi ini juga membalikan keadaan dari yang dulunya nasib masyarakat ditentukan oleh para politisi, sekarang nasib para politisi menjadi amat bergantung pada hak suara milik masyarakat. Perubahan inilah kemudian yang mendorong para calon politisi, baik itu calon Eksekutif (calon presiden, gubernur, bupati dan walikota) maupun Legislatif berupaya dengan menggunakan berbagai strategi untuk mendapatkan dukungan suara dari masyarakat. Beberapa diantaranya menggunakan jasa kelompok profesional untuk membuat desain "*political marketing*", menghitung popularitas, elektabilitas, sampai pada desain dan materi kampanye yang harus dibawakan.

Selanjutnya dapat dijelaskan pula bahwa banyaknya partai-partai politik baru bermunculan merupakan sebagian kecil indikator atas kebebasan yang dirasakan pasca orde baru. Jika pada masa orde baru hanya diakui ada tiga organisasi sosial dan politik saja yaitu dua partai politik yakni Partai Persatuan Pembangunan (PPP), Partai Demokrasi Indonesia (PDI) dan satu organisasi sosial politik yakni partai Golongan Karya (Golkar) (Ismanto, 2004:21), maka dalam proses yang berjalan kemudian pada penyelenggaraan pemilihan umum tahun 2014 sudah ada 15 partai yaitu Golkar, PDIP, Hanura, Gerindra, PAN, PKB, PPP, Nasdem, Demokrat, PBB dan PKPI serta PKS dan tiga partai lokal Aceh (PPLN, 2014).

Jika kita mendengar kata partai maka pikiran kita akan diingatkan pada proses pemilihan umum (Pemilu) dan kampanye. Pemilu mempunyai arti sebagai ajang pesta demokrasi bagi rakyat, dimana rakyat bisa menggunakan hak kebebasannya untuk dipilih bagi mereka yang mencalonkan diri sebagai presiden, DPR, DPD serta DPRD atau memilih dan memberikan suaranya bagi mereka yang tidak mencalonkan dirinya. Ungkapan Pemilu adalah pesta rakyat juga didukung dengan pernyataan dari Kwik Kian G (2006:180) bahwa Pemilu adalah sarana demokrasi yang intinya untuk menyelenggarakan negara oleh, dari, dan untuk rakyat. Sedangkan kampanye merupakan ajang bagi para calon eksekutif atau legislatif dari berbagai partai untuk mengenalkan dan menawarkan dirinya pada masyarakat. Banyaknya partai baru yang bermunculan membuat suasana kampanye semakin semarak dan persaingan terasa semakin sengit, karena kampanye merupakan cara bagi para kandidat untuk memikat para calon pemberi suara. Mengingat kriteria pemenang calon legislatif adalah berdasarkan mereka yang mendapatkan paling banyak suara dan bukan nomor urut (Firmanzah, 2010: 34). Kampanye juga merupakan "ruang formal" yang diberikan oleh Undang-Undang Pemilu bagi para calon politisi untuk mendapatkan dukungan publik. Maka dengan demikian melakukan kampanye dalam proses pemilu, adalah sah dengan syarat dilakukan sesuai dengan ketentuan Undang-Undang. Tentang hal ini Lilleker & Negrine menjelaskan bahwa kampanye politik adalah periode yang diberikan oleh panitia Pemilu kepada semua kontestan, baik partai maupun perorangan, untuk memaparkan program-program kerja dan mempengaruhi opini publik sekaligus mobilisasi masyarakat agar memberikan suara kepada mereka sewaktu pencoblosan (Firmanzah, 2008:271). Kampanye dalam kaitan ini dapat dijelaskan sebagai sebagai suatu aktivitas pengumpulan massa, parade, orasi politik,

pemasangan atribut partai (misalnya umbul-umbul, poster, sepanduk) dan pengiklanan partai. (Firmanzah, 2008:271)

Tahun 2019 adalah tahun politik bagi seluruh masyarakat Indonesia dan termasuk masyarakat di Kabupaten Banggai. Indonesia menyelenggarakan Pemilu Preseiden dan Wakil Presiden, Pemilu Legislatif DPR RI, Provinsi dan Kabupaten/Kota serta Pemilu anggota Dewan Perwakilan Daerah (DPD). Pemilu Legislatif adalah satu fenomena yang menarik untuk diteliti, karena sifat kelokalannya yang lebih kuat, ada unsur Partai Politik, serta merupakan sebuah area pengujian politik bagi seorang calon legislatif untuk mengukur apakah dirinya dikenal dan diterima oleh masyarakat di lingkungannya (Daerah Pemilihan) sendiri.

Penyelenggaraan Pemilu Serentak tahun 2019, khususnya pemilu legislatif DPRD di Kabupaten Banggai adalah juga salah satu bagian penyiapan infrastruktur politik dan pemerintahan di kabupaten ini. Sebagaimana tugas dan fungsinya maka calon legislatif yang terpilih nantinya akan menjalankan tugas-tugas legislasi untuk kepentingan keberlangsungan pembangunan lokal di tingkat kabupaten. Berbeda dengan karakteristik masyarakat di kota-kota besar, maka oleh karena tiap daerah memiliki karakteristik khas loka, maka butuh kerja keras dari para calon anggota legislatif untuk mendapatkan dukungan suara dari masyarakat. Penyelenggaraan pemilihan umum Legislatif (Pileg) di kabupaten Banggai pada tahun 2019 adalah dengan daerah pemilihan yang tersebar di 23 kecamatan. Jumlah daftar pemilih tetap di Kabupaten Banggai sebanyak 255.960 jiwa dan jumlah partai politik peserta pemilu sebanyak 16 partai. Adapun partai politik yang sudah mendapat kursi pada Pemilihan legislatif tahun 2019 yaitu 9 Partai politik dengan jumlah anggota dewan sebanyak 35 orang (KPU Kabupaten Banggai, 2019).

Dalam kaitannya dengan penjelasan di atas, maka kampanye adalah juga menjadi salah satu cara yang dilakukan para calon

Anggota Legislatif di Kabupaten Banggai dari masing-masing dapil untuk bisa menjadi anggota legislatif pada tahun 2019 lalu. Di Kabupaten Banggai terdiri dari 23 Kecamatan yang siap dimasuki pada saat menjelang kampanye untuk pemilihan umum. 23 kecamatan tersebut terdiri dari Kecamatan Balantak, Kecamatan Balantak Selatan, Kecamatan Balantak Utara, Kecamatan Batui, Kecamatan Batui Selatan, Kecamatan Bualemo, Kecamatan Bunta, Kecamatan Kintom, Kecamatan Lamala, Kecamatan Lobu, Kecamatan Luwuk, Kecamatan Luwuk Selatan, Kecamatan Luwuk Timur, Kecamatan Luwuk Utara, Kecamatan Mantoh, Kecamatan Masama, Kecamatan Moilong, Kecamatan Nambo, Kecamatan Nuhon, Kecamatan Pagimana, Kecamatan Simpang Raya, Kecamatan Toili dan Kecamatan Toili Barat dengan Jumlah pemilih di Kabupaten Banggai sebanyak 253.631 jiwa. Terdapat 4 (empat) Daerah Pemilihan pada Pemilu Legislatif tersebut, yaitu dengan rincian sebagai berikut :

Tabel Partai Politik Peserta Pemilu Legislatif Dapil Banggai 1

No.	Partai Politik	Jumlah Caleg
1.	Nasional Demokrat (Nasdem)	10
2.	Partai Kebangkitan Bangsa	10
3.	Partai Keadilan Sejahtera	10
4.	Partai Demokrasi Indonesia - Perjuangan	10
5.	Partai Golongan Karya	10
6.	Partai Gerindra	10
7.	Partai Demokrat	10
8.	Partai Amanat Nasional	10
9.	Partai Persatuan Pembangunan	10
10.	Partai Hati Nurani Rakyat	9
11.	Partai Bulan Bintang	3
12.	Partai Keadilan dan Persatuan Indonesia	8
13.	Partai Garuda	-
14.	Partai Berkarya	6
15.	Perindo	10
16.	PSI	10

Sumber : KPU Kabupaten Banggai, 2019

15.	Perindo	4
16.	PSI	3

Sumber : KPU Kabupaten Banggai, 2019

Tabel Partai Politik Peserta Pemilu Legislatif
Dapil Banggai 2

No.	Partai Politik	Jumlah Caleg
1.	Nasional Demokrat (Nasdem)	10
2.	Partai Kebangkitan Bangsa	10
3.	Partai Keadilan Sejahtera	11
4.	Partai Demokrasi Indonesia – Perjuangan	10
5.	Partai Golongan Karya	10
6.	Partai Gerindra	10
7.	Partai Demokrat	9
8.	Partai Amanat Nasional	10
9.	Partai Persatuan Pembangunan	9
10.	Partai Hati Nurani Rakyat	10
11.	Partai Bulan Bintang	-
12.	Partai Keadilan dan Persatuan Indonesia	4
13.	Partai Garuda	0
14.	Partai Berkarya	3
15.	Perindo	10
16.	PSI	-

Sumber : KPU Kabupaten Banggai, 2019

Tabel Partai Politik Peserta Pemilu Legislatif
Dapil Banggai 3

No.	Partai Politik	Jumlah Caleg
1.	Nasional Demokrat (Nasdem)	4
2.	Partai Kebangkitan Bangsa	4
3.	Partai Keadilan Sejahtera	4
4.	Partai Demokrasi Indonesia – Perjuangan	4
5.	Partai Golongan Karya	4
6.	Partai Gerindra	4
7.	Partai Demokrat	4
8.	Partai Amanat Nasional	4
9.	Partai Persatuan Pembangunan	3
10.	Partai Hati Nurani Rakyat	4
11.	Partai Bulan Bintang	-
12.	Partai Keadilan dan Persatuan Indonesia	-
13.	Partai Garuda	-
14.	Partai Berkarya	3

Tabel Partai Politik Peserta Pemilu Legislatif
Dapil Banggai 4

No.	Partai Politik	Jumlah Caleg
1.	Nasional Demokrat (Nasdem)	11
2.	Partai Kebangkitan Bangsa	11
3.	Partai Keadilan Sejahtera	11
4.	Partai Demokrasi Indonesia – Perjuangan	11
5.	Partai Golongan Karya	11
6.	Partai Gerindra	11
7.	Partai Demokrat	6
8.	Partai Amanat Nasional	11
9.	Partai Persatuan Pembangunan	8
10.	Partai Hati Nurani Rakyat	11
11.	Partai Bulan Bintang	-
12.	Partai Keadilan dan Persatuan Indonesia	3
13.	Partai Garuda	-
14.	Partai Berkarya	3
15.	Perindo	11
16.	PSI	6

Sumber : KPU Kabupaten Banggai, 2019

Data di atas ini memperlihatkan bahwa terdapat 426 (empat ratus dua puluh enam) calon anggota legislatif dari 16 Partai Politik yang bertarung untuk meraih kursi DPRD kabupaten Banggai. Dari pelaksanaan pemilu legislatif di kabupaten Banggai adalah jumlah perolehan kursi legislatif adalah sebagai berikut ; partai Golkar 5 kursi sebanyak 42.445 suara, PDIP 10 kursi sebanyak 30.344 suara, partai Nasdem 0 kursi, partai Gerindra 4 kursi sebanyak 16.770 suara, PAN 3 kursi sebanyak 15.254 suara, PKS 3 kursi sebanyak 15.022 suara, partai Demokrat 0 kursi, Partai Hanura 1 kursi sebanyak 11.462 suara, dan PKB 2 kursi sebanyak 8.218 suara. Sementara Partai Nasdem, Partai Demokrat, Partai Bulan Bintang dan PKPI tidak mendapatkan kursi

karena tidak mendapatkan suara yang cukup. (sumber KPUD Banggai, 2019).

Penelitian-penelitian tentang efektifitas kampanye telah dilakukan oleh beberapa peneliti sebelumnya. Rianto, Dwi and Supriyadi, Dedi and Yudisiani, Yudisiani (2017), penelitian mereka fokus pada soal Efektivitas Kampanye Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP) Melalui Media Olahraga (Sepak Bola). Lokasi penelitian mereka berada di desa Bukit Mulya kecamatan Air Rami Kabupaten Mukomuko. Penelitian yang dilakukan oleh mereka mencoba menggali efektifitas kampanye dengan pendekatan kegiatan olah raga untuk menjangkau sipati dan dukungan suara dari masyarakat. Penelitian ini sudah fokus pada jenis kegiatan kampanye yang dilakukan oleh Partai. Dalam penelitiannya mereka membuktikan bahwa kampanye dengan pendekatan kegiatan olah raga, sangat efektif untuk mendulang dukungan suara dari masyarakat.

Penelitian lain tentang efektivitas kampanye adalah yang dilakukan oleh Kurnia Perdana (2019) dengan tema penelitian "Efektivitas Alat Peraga Kampanye Calon Anggota Legislatif: Studi Pendahuluan Pemasaran Politik Pada Generasi Milenial Di Provinsi Lampung, Indonesia". Penelitian ini yang dilakukannya adalah untuk mengukur tingkat efektivitas alat peraga kampanye yang dilihat dari perspektif generasi milenial. Menurut data empiris, secara nasional porsi swing voters terbesar adalah dari generasi milenial. Namun, sejatinya swing voters memberikan stimulan optimisme untuk membidiknya sebagai target konstituen. Salah satu cara masif untuk membentuk citra positif adalah dengan membuat alat peraga kampanye visual. Namun mencetaknya membutuhkan biaya yang tidak sedikit, terlebih harus mempertimbangkan luasnya daerah pemilihan. Agar program kampanye lebih efektif dan efisien, penting dilakukan evaluasi efektivitas alat peraga kampanye berupa baliho dan spanduk. Pengambilan data

dilakukan secara purposive survey di sepuluh kabupaten/kota di Provinsi Lampung selama tiga bulan. Setelah terhimpun, data dianalisis secara kuantitatif menggunakan EPIC Model dengan tiga belas indikator. Daftar pertanyaan telah melalui uji validitas dan reliabilitas dan diskalakan menurut aturan Likert (1-7). Lalu dilakukan tabulasi atas jawaban responden untuk kemudian dirata-rata serta diaplikasikan dalam diagram EPIC. Hasil perhitungan didapat bahwa dua dimensi yaitu empathy dan persuasion dengan skor masing masing 3,10 dan 3,21 berada di kriteria sangat tidak efektif. Dan dua variabel berikutnya yaitu *impact* dan *communication* dengan skor masing-masing 3,60 3,75 berada di kriteria tidak efektif. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa tidak efektif beriklan menggunakan alatperaga kampanye bagi generasi milenial. Penting untuk memperhatikan cohort dan berkaitan dengan desain dan mengombinasikannya dengan isu terkini yang sedang viral serta lebih aktif menggunakan media sosial.

Penelitian lain yang juga terkait dengan tema efektivitas kampanye adalah dilakukan oleh Yaqhdhan (2019). Penelitian yang dilakukannya adalah tentang Efektivitas Kampanye Calon Anggota Legislatif Lampung Melalui Alat Peraga Kampanye Resmidi Kelurahan Sawah Lama Bandar Lampung. Adapun hal yang ingin digali dari penelitiannya adalah mengenai sikap masyarakat mengenai efektivitas kampanye calon anggota legislatif melalui alat peraga kampanye.

Berbeda dengan penelitian-penelitian sebelumnya, jika Rianto dan kawan-kawan (2017) ingin melalui penelitiannya ingin membuktikan bahwa kampanye partai politik dengan menyelenggarakan kegiatan olah raga (sepak bola) sangat efektif untuk mendulang suara, sementara Perdana (2019) lebih mengutamakan pada pengukuran efektivitas alat peraga kampanye, dan Yaqhdhan (2019) mencoba menggali efektifitas dari penggunaan alat peraga resmi. Maka penelitian ini lebih fokus pada upaya-upaya mandiri dari para

calon legislatif di luar dari pemanfaatan alat peraga dan model kampanye yang diatur oleh Peraturan Perundang-undangan. Adapun tujuannya adalah untuk menemukan cara apa sebenarnya yang paling efektif untuk digunakan oleh para Calon Anggota Legislatif untuk dapat mendapatkan dukungan suara yang cukup dari masyarakat.

Pada dasarnya semua calon anggota legislatif menggunakan haknya untuk melaksanakan kampanye sebelum hari “H” pemungutan suara. Namun demikian pertanyaannya adalah apakah keberhasilan para Calon Anggota legislatif yang berhasil mendapatkan suara, adalah didapat oleh karena kualitas materi pelaksanaan kampanye mereka atautkah karena hal-hal lainnya. sebaliknya pula pertanyaan yang sama kemudian muncul bagi mereka yang gagal memperoleh suara, yaitu apakah kegagalan mereka juga terkait dengan tema atau materi kampanye yang mereka laksanakan. Atas dasar pemikiran kemudian maka penelitian tentang efektivitas kampanye pada pelaksanaan Pemilu Legislatif di kabupaten Banggai pada tahun 2019 dinilai penting untuk dilakukan.

Hasil pra penelitian memperlihatkan bahwa terdapat salah satu calon anggota legislatif yang ada di Daerah Pemilihan (Dapil) 4 (Kecamatan Lamala, Balantak, Masama, Balantak Selatan, Balantak Utara dan Mantoh) yang melakukan sosialisasi atau turun kemasyarakat sebelum maju menjadi calon anggota DPRD yang dilakukan sudah 5 tahun terakhir, dan juga tanpa tim sukses. Masyarakat sendiri yang berinisiatif untuk membantunya. Ada juga caleg yang sudah melakukan kampanye semaksimal mungkin dengan tim sukses yang banyak, namun tidak terpilih seperti yang terjadi pada Dapil 1 (Kecamatan Luwuk, Luwuk Timur, Luwuk Selatan, Luwuk Utara dan Nambo) dan Dapil 2 (Kecamatan Batui, Kintom, Toili, Toili Barat, Moilong dan Batui Selatan) dan ada juga sebaliknya, Caleg yang sama sekali tidak melakukan kampanye namun akhirnya

terpilih menjadi pemenang di pemilu 2019 kemarin seperti yang terjadi pada dapil 3 (Kecamatan Bunta, Pagimana, Bualemo, Nuhon, Lobu, dan Simpang Raya).

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya mengenai hubungan kampanye dan perolehan suara sudah diketahui hasilnya bahwa selama ini paling tidak ada tiga faktor yang mempengaruhi untuk memilih atau tidak memilih dalam Pemilu, yaitu : pertama, identitas partai, semakin solid dan mapan suatu partai politik maka akan memperoleh dukungan yang mantap dari para pendukungnya begitu pula sebaliknya. Kedua, kemampuan partai dalam menjual isu kampanye. Partai status quo biasanya menjual isu-isu kemapanan dan keberhasilan yang telah mereka raih. Partai-partai politik baru biasanya menjual isu-isu “menarik” dan partai politik tersebut biasanya dianggap “bersih” terutama dari nuansa money politis. Ketiga, penampilan kandidat, dimana performa kandidat sangat menentukan keberhasilan kandidat (Wicaksono, 2009). Dari penelitian tersebut ditunjukkan bahwa kampanye menempati urutan kedua setelah identitas partai.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis memilih judul “Efektivitas Kampanye Para Calon Anggota Legislatif Pada Pemilihan Umum Legislatif di Kabupaten Banggai Tahun 2019”.

METODE PENELITIAN

Penelitian tentang efektivitas pelaksanaan kampanye ini dilaksanakan dengan menggunakan pendekatan kualitatif, dengan metode analisis deskriptif. Model deskriptif kualitatif dipergunakan sebagai cara untuk mendeskripsikan berbagai kondisi, berbagai situasi, dan atau berbagai fenomena realitas sosial yang ada. Langkah selanjutnya adalah berupaya untuk mengangkat realitas ke permukaan sebagai suatu ciri, karakter, sifat, model, tanda, atau gambaran tentang kondisi, ataupun fenomena tertentu. (Bungin, 2009: 76).

Data yang diolah dan diinterpretasi dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer dalam penelitian ini adalah data yang langsung diperoleh di lapangan melalui wawancara mendalam serta yang diperoleh melalui observasi yang dilakukan oleh peneliti sendiri. Sementara itu data sekunder adalah data olahan atau data telah dipublikasikan secara resmi yang didapat dari berita media, dokumentasi dan arsip lembaga terkait lainnya.

1. Data Primer

Adalah data yang merupakan hasil observasi di lapangan dan wawancara dengan seluruh informan dalam penelitian ini.

2. Data Sekunder

Data sekunder dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dari dokumen-dokumen tentang pelaksanaan Pemilu Legislatif tahun 2019 di kabupaten Banggai.

Adapun yang menjadi informan dalam penelitian ini adalah :

1. Para Calon anggota Legislatif yang berhasil terpilih. Yaitu sebanyak 2 orang dari tiap Daerah Pemilihan. Dengan demikian jumlahnya adalah 2 x 4 (Dapil) maka ada 8 informan.
2. Para calon anggota legislatif yang tidak berhasil, sebanyak 2 orang dari tiap Dapil. Maka jumlahnya adalah 2 x 4 (Dapil) maka ada 8 informan
3. 5 orang masyarakat dari tiap Dapil yang menghadiri berbagai kegiatan kampanye para calon anggota legislatif. Dengan demikian maka 5 x 4 (Dapil) adalah 20 informan.
Dengan demikian direncanakan dalam penelitian ini akan terdapat 36 orang informan.

Teknik pengumpulan data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah teknik wawancara mendalam (*in depth-interview*). Wawancara mendalam yang dilakukan dalam penelitian ini merupakan wawancara tidak berstruktur, meskipun

disiapkan pula pedoman untuk melakukan wawancara. Pedoman wawancara bebas tidak berstruktur berisikan daftar pertanyaan yang sifatnya merupakan panduan penelitian. Dalam pengumpulan data, direncanakan akan dilakukan dialog lisan dengan secara bebas dan informal dengan informan tentang fakta dan informasi pelaksanaan kampanye para calon anggota legislatif pada Pemilu Legislatif tahun 2019 di kabupaten Banggai.

Prosedur dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Tahap pra penelitian. Menyusun rancangan penelitian, menentukan lokasi penelitian, penilaian kondisi fisik area penelitian, penentuan para narasumber atau informan, menyiapkan perlengkapan penelitian dan mempersiapkan diri untuk dapat masuk dan menyesuaikan dengan lingkungan dan pola kehidupan dari objek penelitian. Ini dibutuhkan dalam konteks untuk membangun kepercayaan dari objek yang diteliti, serta mendorong kepada nuansa akademik.
2. Tahap Pengumpulan dan Analisis data. Pada tahap ini dilakukan kegiatan pengumpulan data dengan cara melakukan wawancara langsung dengan para informan. Kegiatan wawancara dilakukan di 4 Dapil (pada waktu itu) dan tempat-tempat lainnya yang terkait dengan objek penelitian. Selanjutnya, data sekunder diperoleh dengan cara mengumpulkan data dokumen, arsip dari Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Banggai. Selanjutnya data dan informasi yang diperoleh, direduksi atau dipilah-pilah, kemudian dilakukan *focusing* dan penyederhanaan terhadap catatan lapangan. Reduksi dilakukan dengan cara membaca transkrip, hasil wawancara, catatan pengamatan atau dokumen yang akan dianalisis. Selanjutnya adalah membuat catatan atau memo atas data, ringkasan serta mengelompokkan data dan kemudian

dibuatkan partisi. Setelah tahap ini selesai maka dilakukan penampilan data. Ini merupakan tahapan yang penting, karena setelah data yang berupa kumpulan data dan informasi yang terorganisir ditampilkan, maka selanjutnya adalah penarikan kesimpulan. Pada dasarnya tampilan data adalah berupa teks, gambar, grafik, tabel, bagan dan teks naratif atau berbentuk kutipan-kutipan. Selanjutnya kegiatan ini diakhiri dengan perumusan kesimpulan, meskipun penarikan kesimpulan sudah dilakukan semenjak data pertama terkumpul. Pada dasarnya penelitian memperlakukan data sebagai temuan awal yang masih terbuka terhadap perubahan. Kesimpulan akhir adalah pada saat tahap pengumpulan data telah selesai dilakukan.

3. Tahap penyelesaian (finalisasi) Penelitian. Penyelesaian penelitian akhir adalah memuat temuan penelitian, tetapi selain itu juga menguraikan hasil interpretasi dan eksplanasi temuan-temuan penelitian dan penarikan kesimpulan penelitian, verifikasi, perumusan dalil-dalil dan rekomendasi akademik, serta rekomendasi pragmatis yang terkait dengan tujuan dan manfaat penelitian.

Setelah ke tiga langkah di atas selesai dilaksanakan, maka kemudian dilakukan interpretasi dan eksplanasi tentang pola interaksi antar kategori, antar *properties*, dan antar atribut, sehingga pada gilirannya menghasilkan suatu pola hubungan pengaruh antara fenomena yang diselidiki. Langkah selanjutnya adalah seluruh temuan fakta yang ada diinterpretasikan sesuai dengan kategori, *properties* dan atribut yang diperoleh menurut perspektif yang ditetapkan berdasarkan rujukan kerangka berpikir dan tinjauan pustaka.

Tahap terakhir dari bagian ini adalah penarikan kesimpulan. Pada dasarnya kesimpulan yang diarahkan sebagai jawaban

masalah penelitian, menjelaskan pola korelasi antara kategori dan *properties*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Ada 426 (empat ratus dua puluh enam) orang Calon Anggota Legislatif pada waktu itu memperebutkan 35 kursi anggota DPRD kabupaten Banggai yang bertarung pada 4 Daerah Pemilihan. Ini merupakan sebuah pertarungan yang amat berat bagi mereka. Dalam pertarungan ini, ada beberapa partai yang tidak mendapatkan kursi oleh karena kurangnya jumlah suara yang diperoleh. Dari 16 (enam belas) partai yang bertarung pada Pemilu Legislatif ini, Partai Garuda, Partai Berkarya, Partai Persatuan Pembangunan, Perindo, Partai Demokrat, Partai Bulan Bintang, dan Partai Keadilan dan Persatuan Indonesia(PKPI) adalah partai-partai yang tidak mendapatkan kursi di DPRD kabupaten Banggai.

Tema dan strategi Kampanye menjadi “kunci” keberhasilan mereka untuk meraih kursi DPRD. Meskipun secara formal Undang-Undang Pemilu telah mengatur dan menata bagaimana seharusnya kampanye itu dilakukan, tetapi *perform* dan strategi menjadi kata kunci keberhasilan mereka.

Dalam teori yang dijadikan rujukan dalam penelitian ini dijelaskan bahwa efektivitas kampanye dapat dilihat dari aspek-aspek :

1. *Exposure.*

Terkait dengan seberapa banyak audiens yang terpapar oleh konten kampanye yang diciptakan. Misalnya dalam jika diterapkan dalam kampanye politik terapan tersebut dapat dilihat dari berapa jumlah orang yang datang ketika seorang mengadakan acara, contohnya sosialisasi.

2. *Engagement.*

menyangkut berapa banyak tindakan yang diambil pada pesan yang kita sampaikan. Misalnya seorang kandidat mensosialisasikan mengenai tata cara mencoblos, maka bentuk tindakan yang

dapat dilihat adalah orang yang bertanya atau memberikan komentar.

3. *Influence.*

mengukur sejauh mana konten kita dan keterlibatan audiens mempengaruhi persepsi serta sikap audience. Di tahapan ini, indikator pengukurannya juga dapat dilihat melalui berapa banyak audiens yang persepsinya berhasil diubah berkat kampanye yang telah kita lakukan.

4. *Action*

Pada tahapan yang terakhir ini aspek yang diukur sudah mencapai tataran perilaku. Misalnya, berapa banyak audiens yang merekomendasikan kampanye kita pada audiens lain. Indikator yang dapat kita gunakan dalam tahapan ini adalah banyaknya jumlah suara yang diperoleh.

Informan kunci yang diutamakan dalam penelitian ini adalah mereka yang berhasil memenangkan pemilihan dan kemudian terpilih menjadi anggota legislatif DPRD kabupaten Banggai. Adapun asumsinya adalah kemenangan ini adalah menyangkut kemampuan dan metode yang mereka gunakan dalam melakukan kampanye.

Dari hasil wawancara yang dilakukan kepada para informan, diperoleh data bahwa hampir seluruh informan menjelaskan bahwa hampir seluruh “ruang” kampanye yang diberikan atau diatur oleh Undang-Undang Dalam melaksanakan kegiatan kampanyenya seperti :

1. Pertemuan terbatas.
2. Pertemuan tatap muka.
3. Penyebaran bahan (kampanye Pemilu kepada umum;
4. Pemasangan alat peraga di tempat umum.
5. Media sosial.
6. Iklan media massa cetak, media massa elektronik, dan internet
7. Rapat umum.

Ternyata pertemuan terbatas dan pertemuan tatap muka adalah cara yang paling efektif untuk melakukan kampanye. Dengan menggunakan dua metode hasilnya lebih baik

oleh karena adanya interaksi yang lebih personal dan komunikatif. Oleh karena menurut mereka dua proses ini menghasilkan hubungan personal yang komunikatif dan bersifat emosional. Karena pelajaran penting yang mereka dapatkan adalah bahwa kampanye bukan Cuma sekedar proses memperkenalkan diri, tetapi ini adalah cara yang harus dilakukan untuk meyakinkan dan membuat orang memilih mereka. Jadi kata kuncinya adalah bukan pada apa yang akan kita sampaikan tetapi sangat bergantung pada apa yang mereka mau dari kita (para calon). Atau dengan kata lain amat bergantung kepada seberapa mampu kita menangkap “pesan” dan apa yang diinginkan oleh publik (kesimpulan dari hasil wawancara dengan para informan tanggal 11 Agustus 2019).

Pengujian pada aspek *exposure* misalnya. Dari hasil wawancara dengan para informan diperoleh data bahwa model kampanye terbuka atau rapat umum tidaklah terlalu efektif bagi mereka. Alokasi rapat waktu rapat umum diberikan pada beberapa term waktu kampanye dan masa terakhir kampanye. Namun demikian itu juga sulit untuk dijadikan ukuran untuk melihat besaran dukungan publik bagi mereka oleh karena sifatnya masiv dan dihadiri oleh semua Calon dari satu Partai. Paling tidak yang dapat diukur adalah seberapa besar dukungan masyarakat terhadap partai mereka. dari situ maka partai akan melakukan evaluasi tentang pelaksanaan kampanye dari para calegnya, dan menyusun strategi lagi untuk meningkatkan suara partai. Tetapi secara individual kesemuanya adalah amat bergantung pada kemampuan masing-masing untuk melakukan kampanye. Sebagaimana penjelasan sebelumnya, kampanye terbatas dan pertemuan tatap muka adalah cara yang tepat buat mereka untuk melakukan kampanye.

Hasil wawancara ini memperlihatkan bahwa dukungan yang diperoleh olehnya adalah hasil kerja kampanye yang sifatnya personal, mengutamakan keluarga dan

kerabat dekat, serta lebih fokus pada kelompok terkait. Kesemuanya dibangun dengan pendekatan yang sifatnya amat personal, penjangkaran isu dan ketepatan mengangkat isu yang menadi masalah publik serta juga memberikan pencerahan kepada calon konstituennya. Melalui cara ini nampaknya *engagement* yang disampaikan “masuk” dan “diterima” oleh masyarakat pada Daerah Pemilihannya. Ini artinya adalah bahwa yang bersangkutan tepat dalam memilih metode kampanye. Hal ini dibuktikan dengan adanya penjemputan dari para pemilihnya pada waktu akan penghitungan suara.

Metode kampanye yang dilakukan oleh informan H, nampaknya efektif dalam mempengaruhi (*to influence..* aspek ke tiga dari teori yang dijadikan rujukan) masyarakat calon pemilihnya. Ini ditandai dengan kuatnya permintaan dari masyarakat terhadapnya, untuk dapat menyelesaikan persoalan-persoalan mereka.

Dalam proses kampanye, umumnya masyarakat tidak akan antusias untuk berdiskusi dan menyampaikan persoalan-persoalan yang mereka hadapi kepada para Calon Anggota Legislatif, karena yang pasti masyarakat memahami betul apa yang diharapkan oleh para Calon Anggota Legislatif dari mereka, yaitu adalah dukungan suara dari mereka. belum lagi bagi masyarakat perkotaan yang rata-rata memiliki tingkat kesibukan yang cukup tinggi. Sehingga kehadiran mereka pada kampanye dari para Calon Legislatif pasti didasari oleh alasan-alasan yang cukup kuat. Paling tidak ada “hopes” yang menurut mereka dapat disampaikan kepada para calon. Selain itu kehadiran mereka juga dilandaasi pada keyakinan bahwa yang bersangkutan dapat diharapkan dan diandalkan untuk menangani persoalan dan masalah-masalah yang mereka hadapi.

Dari keseluruhan hasil wawancara yang dilakukan maka dapat dirangkum beberapa hal. Pertama bahwa soal efektivitas

kampanye adalah amat bergantung pada pilihan atau metode yang dilakukan oleh para Calon Anggota Legislatif. Pilihan metode kampanye ini akan menentukan apakah 4 aspek dari teori efektivitas kampanye itu dapat terpenuhi atau tidak. Jadi sebenarnya aspek *exposure, engagement, influence* dan *action* adalah merupakan dampak dari apa yang dilakukan oleh para calon anggota legislatif pada masa kampanye.

Kemampuan berdialog, tema dan cara berkomunikasi, serta perilaku dan komitmen sebagai calon anggota legislatif ternyata merupakan unsur-unsur yang menentukan bagi keberhasilan seorang calon anggota legislatif. Namun demikian bahwa faktor “kekuatan” untuk membuktikan perhatian mereka kepada masyarakat pemilih adalah juga unsur penting dalam kampanye. Kampanye tidak cukup hanya sekedar dialog, diskusi dan silaturahmi. Tetapi lebih dari itu pada saat pertemuan para calon juga harus mampu membuktikan bahwa mereka punya “perhatian” yang nyata kepada para calon pemilihnya. Meskipun faktor terakhir ini tidak selamanya harus disediakan, tetapi meskipun tidak memberkan pernyataan secara terbuka, baik para calon dan pemilih mengisyaratkan bahwa “unsur” ini adalah juga bagian pendukung penting dalam kampanye.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, maka dapat ditarik kesimpulan seperti berikut di bawah ini :

1. Efektivitas kampanye dari para Calon Anggota Legislatif DPRD kabupaten Banggai periode 2019 -2024, adalah amat ditentukan oleh metode atau strategi mereka dalam berkampanye.
2. Bahwa penggunaan ruang-ruang kampanye yang diatur dan diperbolehkan oleh Undang – Undang seperti penggunaan media cetak/eletronik, Radio dan Televisi, ternyata bukanlah

cara yang efektif untuk menjaring suara. Karena ternyata tidak menjadi alasan utama masyarakat untuk memilih.

3. Kampanye dengan menggunakan pendekatan personal, tatap muka, silaturahmi ke keluarga, kerabat dan komunitas-komunitas tertentu, adalah cara yang paling efektif untuk menjaring suara masyarakat.
4. *Performance* pada waktu kampanye personal adalah faktor yang juga menentukan.
5. 4 aspek dari efektivitas kampanye yang dijadikan rujukan penelitian yaitu *exposure, engagement, influence,* dan *action* pada dasarnya hanyalah dampak dari bagaimana cara atau metode para calon dalam berkampanye. Tetapi semua ini dapat diperoleh secara positif, jika para calon mampu dan tepat membaca dan segera memenuhi kebutuhan para pemilih.

Saran

1. Saran Akademik.
Dari penelitian ini dapat diajukan saran akademik yaitu :
Pendekatan personal dapat dijadikan salah satu pendekatan dalam konsep dan teori efektivitas kampanye.
2. Saran Praktis.
Adapun saran praktis dari penelitian ini adalah :
 - a. Agenda pertemuan terbatas dan tatap muka dalam kampanye, harus lebih banyak diisi dengan pembahasan isu-isu riil yang dihadapi oleh masyarakat, dan bukan hanya sekedar penyampaian apa yang akan dilakukan oleh para Calon.
 - b. Para Calon Anggota Legislatif harus memiliki kecerdasan untuk menangkap, menganalisa dan memberikan desain strategi yang akan mereka lakukan untuk membantu pemecahan masalah yang dihadapi oleh para calon pemilihnya.

Antar, Venus., 2004.. *Manajemen Kampanye; Panduan Teoritis Dan Praktis Dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi.*, Bandung: SimbiosisRekaatam Media.

Barata, Atep Adya. 2003. *Dasar-dasar Pelayanan prima.*, Jakarta : Elex Media. Kompasindo.

Bungin, Burhan., 2009., *Penelitian Kualitatif.*, Jakarta : Kencana Prenada Media Group.

Campbell, J. P. (1990)., *Modeling the performance prediction problem in industrial and organizational psychology.* In M. D. Dunnette & L. M. Hough (Eds.), *Handbook of industrial and organizational psychology* (Vol. 1, pp. 687–732). Palo Alto: Consulting Psychologists Press

Firmasyah. 2010. *Persaingan. Legitimasi Kekuasaan dan Marketing Politik ; Pembelajaran Politik Pemilu 2009.*, Jakarta : Yayasan Obor Indonesia.

Firmasyah., 2008., *Marketing Politik : Antara Pemahaman dan Realitas.*, Jakarta : Yayasan Obor Indonesia.

Handyaningrat, Soewarno. 1994. *Pengantar Studi Ilmu Administrasi dan Manajemen.* Jakarta: Haji Masagung.

Hartnagel. 2007. *Jurnal Aktivitas Kampanye Pemilihan.*

Hidayat., 1986., *Teori Efektivitas Dalam Kinerja Karyawan.*, Yogyakarta : Gajah Mada University Press.

Ismanto et.al. 2004. *Pemilihan Presiden secara langsung. Dokumentasi, Analisis dan kritik.* Jakarta. Diterbitkan atas kerjasama kementerian riset dan teknologi dan departemen politik dan perubahan sosial CSIS.

DAFTAR PUSTAKA

- Kurniawan, Agung., 2005. *Transformasi Pelayanan Publik*. Yogyakarta:Pembaharuan.
- KPU Kabupaten Banggai . 2014. Komisi Pemilihan Umum
- Kwik, Kian Gie. 2006. Kebijakan ekonomi politik dan hilangnya nalar., Jakarta : Kompas. Language : Indonesia.
- Martoyo, Susilo, 1998, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Yogyakarta: BPFE.
- Maslow, Abraham., 2012., *a Theory of Human Motivation.*, United State of America : Start Publishing LCC.
- Muasaroh., 2010.,*Aspek-aspek Efektifitas studi Tentang Efektifitas Pelaksanaan Program Pelaksanaan PNPM-MP.*,Brawijaya : Universitas Brawijaya.
- Perdana, Kurnia., 2019., *Efektivitas Alat Peraga Kampanye Calon Anggota Legislatif: Studi Pendahuluan Pemasaran Politik Pada Generasi Milenial Di Provinsi Lampung, Indonesia.*, Bandung., jurnal.unpad.ac.id/wacanapolitik.
- Pfau, Michael dan Parrot, Rexanne. 1993. *Persuasive Communication Campaign* Massachassets : Allyn dan Bacon.
- PPLN. 2014. Panitia Pemilihan Luar Negeri. *Terimakasih untuk partisipasinya dalam mensukseskan pemilu 2014.*
- Rianto, Dwi and Supriyadi, Dedi and Yudisiani, Yudisiani (2017)., *Efektivitas Kampanye Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP) Melalui Media Olahraga (Sepak Bola).*, Tesis., Bengkulu : Universitas Lampung.
- Ruslan, Rosady. 2008. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi.*, Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Yaqdhan., 2019., *Efektivitas Kampanye Calon Anggota Legislatif Lampung Melalui Alat Peraga Kampanye Resmi(Studi Kasus di Kelurahan Sawah Lama Bandar Lampung).*, Lampung : Universitas Lampung .
- Wicaksono, Handy. 2009. *Teori Pemrograman dan aplikasi dalam otomasi Sistem.* Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Wiryanto.,2004.,*Pengantar Ilmu Komunikasi.*,Jakarta : PT. Gramedia Widiasarana.