

PENGARUH IKLAN POLITIK DALAM PEMILIHAN ANGGOTA LEGISLATIF DI KECAMATAN MOTOLING BARAT KABUPATEN MINAHASA SELATAN

Joorie Ruru

In Indonesia increasingly important political advertising used by politicians in local elections and presidential elections, but also not free from controversy. Order to determine the effect of political advertising in the election of legislators in South Minahasa Regency Motoling more specifically in the district west.

This type of research is the use of qualitative research, which is a type of research that is used to examine the object in which the researcher is as. the number of respondents who becomes the object of study is 50 people

The results showed political advertising in the legislative elections have considerable influence, in plain view of political advertising is a political force in communicating with the people who became the object of political advertising.

Keywords: Advertising Politics, Legislative Elections

PENDAHULUAN

Penjelasan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2008. Pemilihan umum secara langsung untuk memilih anggota legislatif, oleh rakyat yang merupakan sarana perwujudan kedaulatan rakyat guna menghasikan Apemerintahan negaija yang demokratis berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.Undang~undang ini juga mengatur tentang tatacara dan pelaksanaan pemilihan umum baik tingkat pusat maupun daerah, dengan ketentuan-ketentuan yang sudah di atur dalam undang-undang.

Marketing politik merupakan akibat logis dari dibukanya sistem politik yang demokratis,dimana pemilih bebas menentukan pilihan; Politik yang demokratis

kini analog dengan kompetisi dalam duniai bisnis, dimana kandidat harus memperebutkan calon pemilih (konsumen) sebagai khalayak sasaran. Salah satu alat yang lazim digunakan dalam marketing politik adalah iklan, disamping berbagai cara komunikasi politik lainnya.

Menurut Linda lee Kaid (2007 iklan politik adalah proses komunikasi dimana seorang sumber membeli atau memanfaatkan kesempatan melalui media massa guna mengeksposure pesan—pesan politik dengan sengaja untuk mempengaruhi sikap, kepercayaan dan perilaku politik khalayak

Robert W. Pollay dalam Noviani 2002 fungsi iklan ada 2, yaitu fungsi informasional dan transformasional. Melalui fungsi informasional, iklan memberitahukan kepada konsumen tentang karakteristik

produk, sedangkan transformasional, iklan berusaha untuk mengubah sikap-sikap yang dimiliki oleh konsumen terhadap merek, pola-pola belanja, gaya hidup, teknik teknik mencapai sukses dan sebagainya

Menurut Rhenald Kasali, secara garis besar iklan memiliki beberapa tujuan:

- 1) Periklanan menjalankan sebuah fungsi informasi. Iklan mengkomunikasikan informasi produk, ciri-ciri dan iklan memberitahukan konsumen tentang produk baru.
- 2) Periklanan menjalankan fungsi persuasif. Iklan mencoba membujuk para konsumen untuk membeli merek - merek tertentu atau mengubah sikap mereka terhadap produk atau perusahaan tersebut.
- 3) Periklanan menjalankan sebuah fungsi pengingat. Iklan terus-menerus mengingatkan para konsumen tentang sebuah produk, sehingga konsumen akan tetap membeli produk yang diiklankan tanpa memperdulikan produk pesaingnya.

Iklan politik yang marak digunakan oleh calon anggota legislatif pada pemilihan lalu begitu banyak jenisnya, ada yang menggunakan media elektronik seperti TV dan radio, dalam hal ini yang berhubungan dengan pers, dan juga ada yang melakukan iklan politik dengan menggunakan sarana lain seperti baliho, poster, dan jenis-jenis lainnya. Komunikasi politik dengan masyarakat lewat cara-cara seperti di atas dianggap sebagian kalangan sebagai cara yang efektif untuk memperkenalkan diri kepada masyarakat dan dapat mempengaruhi polah pikir masyarakat untuk menentukan calon yang akan duduk di DPRD Kabupaten

Minahasa Selatan. Sehingga dalam jalannya komunikasipolitik antara calon anggota legislatif dengan masyarakat terjadi lebih gampang karena masyarakat bisa langsung mengenal secara singkat bagaimana calon yang akan dia pilih dalam pemilihan legislatif di Minahasa selatan pada pemilihan 9 april tahun 2014 lalu.

Para calon anggota legislatifbersaing memperkenalkan diri, lewat iklan politik kepada masyarakat Minahasa Selatan khususnya masyarakat Motoling Barat dengan tujuan dan harapan menarik simpati rakyat untuk memilih orang tersebut calon dalam pemilihan legislative 9 april 2014. Namun juga banyak orang yang menganggap bahwa iklan politik lewat TV, Radio dan lain-lainnya tidak mempengaruhi pilihan seseorang, karena masih banyak faktor-faktor lain yang lebih kuat mempengaruhi pemilih.

Berbicara iklan politik tentunya tidak lepas dari yang namanya komunikasi politik, karena iklan politik merupakan bagian dari komunikasi politik. Secara filosofis kajian komunikasi politik adalah hakikat kehidupan manusia untuk mempertahankan hidup dalam lingkup berbangsa dan bemegara. Secara sederhana, komunikasi politik (palitical communication) adalah komunikasi yang melibatkan pesan-pesan politik dan aktor-aktor politik, atau berkaitan dengan kekuasaan, pemerintahan, dan kebijakan pemerintah. Dengan pengertian ini, sebagai sebuah ilmu terapan, komunikasi politik bukanlah hal yang baru. Komunikasi politik juga bisa dipahami sebagai komunikasi

antara "yang memerintah" dan "yang diperintah

Menurut Yulianti (2004), iklan politik televisi muncul pertama kali tahun 1952 dan selalu sarat dengan kontroversi. Contoh, iklan politik Lyndon B Johnson tahun 1964, yang kondang disebut iklan "Bunga Daisy". Dalam spot iklan ditayangkan seorang gadis cilik tenéah memetik bunga aster (daisy) saat sebuah bom atom meledak dengan jamur api maha dahsyat membumbung tinggi. Iklan politik itu dimaksudkan untuk menyebarkan ketakutan rakyat mengenai kecendemngan Barry Goldwater, lawan politik Johnson, untuk memulai sebuah perang nuklir dengan Uni Soviet. Iklan politik itu hanya ditayangkan sekali pada 7 September 1964 di televisi CBS sebab Goldwater mengancam menggugat Johnson dengan tuduhan fitnah dan pencemaran nama baik. Meskidicabut, iklan itu beblang-ulang ditayangkan dalam pemberitaan setelah kontroversi menjadi perdebatan publik. "Bunga Daisy" mepakan satu dari ratusan iklan politik sepanjang lebih dari 50 tahun sejarah perkembangannya. Iklan politik selalu menarik perhatian publik AS selama 13 kali pemilihan presiden, meski diperlukan uang luar biasa bcsar. Pada kampanye Pemilu 1988, tiap calon presiden mengeluarkan dana rata-rata 228 juta dollar AS untuk belanja iklan politik. Jumlah ini sekitar 8,4 persen dari biaya kampanye keseluruhan.

Di Indonesia iklan politik semakin penting digunakan para politisi dalam

pemilihan kepala daerah maupun pemilihan presiden, tetapi juga tak lepas dari kontroversi. Pakar politik Arbi Sanit misalnya menilai langkah sejumlah tokoh politik yang mengiklankan dirinya di media massa saat ini untuk menghadapi pemilu 2014 merupakan bentuk kecurangan kepada masyarakat. Sebab menunltnya lewat iklan itu masyarakat tak dapat menilai kapasitas seseorang.

Arbi Sanit misalnya menilai langkah sejumlah tokoh politik yang mengiklankan dirinya di media massa saat ini untuk menghadapi pemilu 2009 merupakan bentuk kecurangan kepada masyarakat. Sebab menurutnya lewat iklan itu masyarakat tak dapat menilai kapasitas seseorang. Lebih jauh Arbi, seperti dikutip Kompas mengatakan: "Lewat iklan itu, masyarakat hanya diajak untuk memilih orang yang populer. Ini menjebak rakyat karena pemimpin tidak cukup bermodalkan popularitas tetapi harus memiliki pengalaman dan terbukti teruji. Di Indonesia iklan membuat orang dapat berubah citra dalam waktu singkat. Seharusnya, orang itu juga harus membuktikan kemampuannya, misalnya membuat partainya memenangi pemilu. Iklan oleh aktivis parpol terbukti efektif mempengaruhi rakyat. Ini terlihat pada Pemilu 2004. Momen itu (Pemilu 2004)

yang memancing adanya kesalahan jalan politik kita, terutama lewat iklan.”

Stanley 2004 mengkritik kualitas iklan politik kita: *”Iklan politik itu seharusnya lebih banyak berbicara tentang bagaimana audience harus memilih. Visi dan misinya bagaimana dan seperti apa. Iklan politik yang ditampilkan saat ini belum membahas masalah segmentasi. Siapa segmen pemilih dan sebagainya. Ini sebagai akibat iklan politik tidak dapat dimengerti oleh partai politik dan tim kreatif. Teman-teman partai tidak punya gambaran tentang segmen pendukung mereka siapa dan apa yang mau mereka capai dalam kampanye melalui media itu. Semuanya jadi tidak jelas. Mereka bisa saya katakan miskin ide komprehensif. Mereka tidak punya kemampuan membahasakan ide yang seharusnya brilliant. Jadi, yang keluar ya yang enteng-enteng saja. Parahnya, teman-teman di tim kreatif—yang sebenarnya memiliki kemampuan menciptakan produk iklan yang baik—tidak mengetahui apa keinginan partai. Yang ada akhirnya sekadar saling percaya. Pokoknya percaya bahwa tim kreatif mampu membuat iklan PDI-P yang pas.*

Akibatnya, ya muncullah iklan si moncong putih.”

Dalam iklan politik semua menaruh harapan dan janji untuk membangun Minahasa selatan ke arah yang lebih baik. Khususnya di kecamatan Motoling Barat sejak Januari 2014 iklan politik lewat poster, baliho, radio dan televisi sudah mulai mewarnai pemandangan di kecamatan Motoling Barat yang terdiri dari 9 Desa. Sehingga masyarakat yang ada di kecamatan Motoling Barat mulai melihat siapa sosok pemimpin yang tepat untuk memimpin mewakili mereka di DPDR Kabupaten Minahasa Selatan lima tahun kedepan.

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dipakai adalah penelitian kualitatif, yaitu jenis penelitian yang digunakan untuk meneliti pada objek yang alamiah dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif dan hasil penelitian lebih menekankan makna dari pada generalisasi. yang bertujuan untuk membuat perbedaan sistematis aktual dan akurat mengenai pengaruh yang ditimbulkan oleh iklan politik terhadap masyarakat Motoling Barat dalam menentukan partisipasi politik pada pemilihan legislatif Minahasa Selatan tahun 2014

B. Lokasi Penelitian

Lokasi atau tempat penelitian adalah di kecamatan Motoling Barat kabupaten Minahasa Selatan Propinsi Sulawesi Utara.

C. Fokus Penelitian

Berdasarkan Judul penelitian “Pengaruh Iklan Politik Terhadap Partisipasi Politik dalam Pemilihan Legislatif (studi khusus di kecamatan Motoling Barat) maka tentunya difokuskan pada pengaruh iklan politik tersebut dalam masyarakat menentukan hak pilih mereka, dan seberapa besar pengaruh iklan tersebut kepada masyarakat. Apakah masyarakat terpengaruh dengan iklan politik dibandingkan dengan pengaruh faktor lain yang lebih kuat mempengaruhi masyarakat dalam menentukan pilihan mereka dalam pemilihan legislatif pada 2014 yang lalu. Berangkat dari Pemilihan legislatif pada 2014 yang lalu yang sudah diatur oleh Undang-Undang no 10 tahun 2008.

D. Populasi Dan Sampel

Yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah seluruh wajib pilih di kecamatan Motoling Barat yang terdiri dari 8 desa.

Sedangkan yang menjadi sampel di batasi pada lima desa yaitu desa dan sampel tersebut diambil dari: Tokoh masyarakat, Rohaniawan/pimpinan golongan gereja (toko agama), Tokoh pemuda, Tokoh pendidikan

Dan tentunya keterwakilan dari pria dan wanita dan juga ada yang menjadi pembanding lain seperti tingkat

pendidikan, pekerjaan dan umur. dan jumlah responden yang menjadi objek penelitian adalah 50 orang, Berikut lima desa yang menjadi objek penelitian ini: Raanan Baru 1, yang merupakan pemekaran dari desa Raanan baru induk yang saling berbatasan dengan Raanan induk yang berada di bagian selatan. Raanan Baru 2 yang juga merupakan pemekaran dari desa Raanan Baru induk yang berada di sebelah barat desa ini juga berbatasan langsung dengan desa Raanan Baru Induk dan desa ini merupakan pusat ibu kota kecamatan, kantor kecamatan berkedudukan di desa Raanan Baru dua ini, sehingga desa ini merupakan desa yang sangat penting untuk di jadikan sampel dalam penelitian ini karena letak strategisnya, Raanan Baru induk adalah- desa yang berada di tengaitenga desa yang ada di kecamatan Motoling Barat, Tondey 1 adalah desa yang berjarak 9 km dari ibu Kota kecamatan namun desa ini banyakmemilki Wajib pilih dan desa Keroit yang berjarak 12 km dari kecamatan dengan mayoritas penduduk beragama Katolik.

Penentuan tempat pengambilan sampel tersebut didasarkan pada teknik Cluster sampling (area sampling) yaitu teknik penentuan sampel yang digunakan bila objek yang di teliti atau sumber data sangat luas.- Selanjutnya sistem pengambilan sampel yang dilakukan adalah purposive sampling yaitu dengan menunjuk langsung untuk diwawancarai dan diberikan daftar percayaan yang dianggap dapat mewakili populasi yang ada. Berikut ini besar sampel

yang dianggap mewakili kelima desa yang ada:

Tokoh Agama: 10 orang

Tokoh Pemuda :10 Orang

Tokoh Pendidikan : 10 Orang

Tokoh Masyarakat : 10 Orang

Calon Anggota Legislatif : 10 Orang

E. Instrumen dan Teknik Pengumpulan Data

Pada prinsipnya meneliti adalah melakukan pengukuran terhadap fenomena social maupun alam. Oleh karena itu, dalam melakukan sebuah penelitian harus ada alat ukur yang tepat untuk bisa memperoleh hasil penelitian yang baik.

Instrumen atau alat yang digunakan dalam penelitian ini adalah daftar pertanyaan penelitian atau kuesioner yang dirumuskan dalam beberapa pertanyaan untuk dijawab oleh sampel atau responden sesuai dengan variabel yang akan diteliti. Untuk mendapatkan data yang dibutuhkan dalam penelitian ini digunakan beberapa cara :

1. Wawancara
2. Menggunakan daftar pertanyaan yang diberikan kepada sampel untuk dijawab
3. Pengambilan data sekunder dilokasi penelitian dilakukan melalui observasi/ pengamatan secara langsung dan wawancara kepada masyarakat yang dilakukan oleh peneliti tentang tanggapan masyarakat mengenai ilan politik apakah mempengaruhi mereka atau tidak, atau juga hanya sedikit

F. Teknik Analisa Data

Karena penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif maka teknik analisis data yang relevan adalah teknik analisis prosentase yang menggunakan parameter :

$$P = \frac{f}{n} \times 100\%$$

P= Prosentase

F= Frekuensi

N= Jumlah Sampel

Dengan demikian maka secara rinci dapat diketahui seberapa besar dan kecilnya pengaruh yang ditimbulkan dari objek yang diteliti

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Hasil penelitian yang akan disajikan merupakan hasil penelitian dari 50 responden. dari masyarakat yang ada di Kecamatan Motoling Barat, yang terpilih sesuai dengan klasifikasi yang telah ditentukan oleh peneliti data tersebut diperoleh melalui hasil wawancara dan berpedoman pada panduan pertanyaan yang telah disusun terlebih dahulu sebagai berikut:

hasil penelitian menunjukkan bahwa 50 responden atau 100% telah pernah mengikuti pemilihan legislatif , dari table ini menunjukan bahwa masyarakat Motoling Barat menggunakan dengan baik hak pilih mereka dalam pemilihan legislatif, karena 50 responden di atas menjadi tolak ukur. Para responden yang sudah pernah melakukan hak pilih dalam pemilihan legislatif ini diambil

dan' lima desa dikecamatan Motoling Baat. Namun disamping itu ada beberapa masyarakat yang tidak dapat menggunakan hak pilih mereka dalam pemilihan legislatif, karena nama mereka tidak tercantum dalam daftar pemilih tetap (DPT), sehingga banyak masyarakat yang kecewa tidak dapat menggunakan hak pilih mereka, padahal ini juga menentukan nasib bangsa kedepan, ini merupakan hal yang menjadi perhatian bagi lembaga penyelenggara pemilu untuk kali yang akan datang, sehingga dapat meminimalisir kejadian seperti ini.

Hasil penelitian tentang Persepsi Masyarakat Tentang Lembaga Legislatif terlihat jelas bahwa 50 responden atau 100% masyarakat sudah mengerti tentang tujuan mereka memilih lembaga legislatif, dan apa manfaat bagi mereka dengan adanya lembaga legislatif, sehingga masyarakat mendukung dan ikut serta dalam pemilihan legislatif, lembaga legislatif merupakan lembaga yang mejadi perwakilan masyarakat dalam sistem pemerintahan di suatu Negara, sehingga kepentingan rakyat merupakan faktor utama dari lembaga legislatif, perjuangan rakyat yang menjadi fokus lembaga legislatif, namun kekecewaan muncul dengan disalagunakannya lembaga legislatif oleh orang-orang yang tidak bertanggung jawab dan tidak bermoral yang baik, yang hanya mengutamakan kepetingan pribadi di banding dengan kepentingan masyarakat.

Hasil penelitian tentang Pengaruh Baliho, Poster, dan Selebaran, dapat dijelaskan bahwa pengaruh jenis-jenis iklan

politik dapat mempengaruhi masyarakat dalam memilih anggota legislatif, terbukti dari hasil penelitian kepada 50 responden di atas sebanyak 80% mengatakan bahwa iklan politik mempunyai pengaruh, namun pengaruh yang timbul itu bukanlah secara menyelumh, dari hasil penelitian saya, pengaruh tersebut adalah pengaruh secara psikologi terhadap masyarakat wajib pilih karena, dengan melihat poster dan gambar seorang calon memberikan keyakinan kepada masyarakat bahwa sang calon memang benar-benar akan mengikuti persaingan pemilihan anggota dewan perwakilan rakyat Minahasa selatan, sehingga memberikan dorongan kepada pendukungnya, dan memotivasi pendukungnya, untuk tetap memilih dia sebagai calon anggota legislative Minahasa Selatan. Pengaruh yang lain adalah menciptakan pendukung yang belum mempunyai pilihan tetap, dan dapat merekrut pemilih tersebut. Hanya 10 orang atau 20%_dari 50 responden yang menyatakan bahwa iklanpolitik tidak berpengaruh dalam mereka menentukan pilihan mereka.

Hasil peneltian tentang Pengaruh Uang dapat disimpulkan bahwa, pengaruh uang atau money politic, tidak terlalu berpengaruh kepada masyarakat hanya 10% yang menyatakan bahwa uang berpengaruh dalam pemilihan legislatif namun 90% menyatakan uang tidak berpengaruh dalam mereka menenmkan figur siapa yang akan mereka pilih dalam pemilihan legislatif Minahasa Selatan, karena masyarakat sudah lebih dewasa lagi dalam menentukan pilihan.

B. Pembahasan Penelitian

Amanat undang-undang No.10 Tahun 2008 yang jelas mengatur tentang mekanisme dan tata cara pemilihan legislatif, yang harus dipatuhi dan dilaksanakan oleh seluruh rakyat Indonesia merupakan harga mati untuk tidak dilanggar dan harus di taati, atas dasar itulah maka pemilihan legislatif diselenggarakan di kabupaten Minahasa Selatan lebih khusus lagi di kecamatan Motoling Barat.

Hasil penelitian ini yang sudah terfokus terhadap pengaruh iklan politik dalam pemilihan legislatif sebagaimana yang telah dikemukakan sebelumnya dalam pertanyaan kepada masyarakat namun hanya mengambil hal-hal yang penting saja.

1. Penggunaan Hak Pilih Masyarakat

Hak pilih masyarakat merupakan Hak yang diberikan Negara kepada warga Negara untuk bebas menentukan pilihan dalam hal pemilihan legislatif, (Undang-Undang NO. 10 Tahun 2008). Hak pilih masyarakat dijamin dan di atur oleh Negara, sehingga masyarakat yang sudah mempunyai hak pilih sesuai dengan di atur oleh Undang-Undang bebas menyalurkan pilihannya kepada siapapun tanpa paksaan atau tekanan dari pihak manapun.

Dalam pemilihan legislatif di Minahasa Selatan khususnya kecamatan Motoling Barat, pada tahun 2014 yang lalu banyak mengalami permasalahan karena banyak masyarakat yang sudah mempunyai hak pilih namun tidak dapat menyalurkan

hak pilihnya karena dengan tidak tercantumnya nama mereka dalam daftar pemilih tetap (DPT), sehingga kekecewaan masyarakat dan para calon anggota legislatif waktu itu sangat besar, dan yang menjadi sasaran kemarahan masyarakat yaitu panitia pemungutan suara (PPS), banyak masyarakat yang mempertanyakan hak suara mereka namun PPS, tidak bisa berbuat banyak selain menerangkan kenapa itu bisa terjadi, dengan alasan bermacam-macam, namun itu semua bisa di selesaikan dengan cara damai, sehingga tidak berujung pada anarkis seperti yang terjadi di daerah-daerah yang lain; dan pada waktu itu sesuai keputusan Mahkamah Konstitusi bahwa masyarakat yang tidak tercantum dalam DPT, boleh menggunakan hak pilinya dengan menggunakan KTP, dengan mekanisme yang sudah di atur, sehingga masyarakat yang tidak tercantum dalam DPT boleh menggunakan hak pilinya, namun kesulitan masyarakat untuk menggunakan hak pilihnya tidak sampai di situ, di kecamatan Motoling Barat cukup banyak surat suara yang rusak, ini diakibatkan karena kesalahan dalam menconteng, dan muncul pertanyaan kenapa bisa terjadi, dan peneliti pun mencari sebab kenapa banyak suara yang rusak, ternyata dari hasil penelitian menemukan rusaknya surat suara diakibatkan oleh bingungnya masyarakat untuk melakukan

pencontrengan karena banyaknya partai dan calon anggota legislatif, sehingga membuat bingung masyarakat, ini merupakan gambaran masyarakat yang terlalu dipusingkan dengan mekanisme dalam pemilihan legislatif. Oleh sebab itu kekurangan-kekurangan di atas kiranya menjadi evaluasi bagi lembaga penyelenggara pemilihan umum kedepan.

2. Persepsi Masyarakat tentang lembaga Legislatif

Lembaga legislatif merupakan suatu lembaga dalam Negara yang bertugas mewakili rakyat dalam penyelenggaraan pemerintahan, lembaga legislatif mempunyai fungsi-fungsi yang telah diatur dalam undang-undang, dan salah satu fungsi DPRD atau lembaga legislatif adalah fungsi pengawasan, ini merupakan fungsi yang dipercayakan masyarakat kepada DPRD untuk mengawasi pemerintahan yang sedang berjalan agar bekerja sesuai dengan fungsinya sehingga kebijakan yang dibuat pemerintah memang menguntungkan bagi masyarakat bukan sebaliknya malah merugikan masyarakat.

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa masyarakat Motoling Barat sudah mengerti tentang lembaga legislatif ini namun pengertian itu bervariasi dalam arti belum semuanya tahu benar tentang lembaga legislatif ini, masyarakat Motoling Barat khususnya dari sampel yang diambil masih ada beberapa

masyarakat yang belum tahu benar tentang lembaga DPRD itu sendiri dan kegunaan lembaga tersebut. Namun itu hanya sebagian kecil, mereka beranggapan DPRD itu merupakan lembaga perwakilan saja tanpa mengerti kegunaan dan fungsi DPRD tersebut, namun sebagian besar masyarakat sudah mengerti benar apa dan bagaimana Lembaga DPRD tersebut sehingga mereka harus menggunakan hak pilih mereka dalam pemilihan legislatif.

4. Pengaruh Baliho, Poster, Selebaran dan sebagainya

Dalam pemilihan anggota DPRD tentunya para calon anggota DPRD harus memperkenalkan diri kepada masyarakat, cara mereka memperkenalkan diri dalam masyarakat sangat bervariasi, namun masih dalam batas-batas kewajaran, dengan besarnya daerah pemilihan tentu sangat membuat sulit bagi calon-calon DPRD khususnya Minahasa Selatan dan lebih khusus lagi daerah pemilihan kecamatan Motoling Barat, sehingga dengan perkembangan teknologi dan informasi, dimanfaatkan oleh para calon anggota DPRD untuk mempromosikan diri kepada masyarakat wajib pilih, di daerah yang menjadi daerah pemilihannya, agar dapat mendulang suara yang banyak, cara mereka melakukan itu yakni dengan membuat selebaran atau iklan politik seperti baliho dan sebagainya agar menarik perhatian masyarakat untuk

menjatukan pilihan kepada calon tersebut. Namun itu banyak mendapat respon dari masyarakat . dan dari hasil penelitian saya mendapat suatu kesimpulan bahwa pengaruh iklan politik seperti baliho dan sebagainya, tidak berpengaruh besar hanya saja dapat memberikan kepastian dan semangat bahwa sang calon benar-benar akan maju dalam pemilihan DPRD Minahasa Selatan, sehingga para pendukungnya tidak akan lari lagi kecalon yang lain dan menambah memperkuat massa, dan iklan politik juga merupakan suatu komunikasi antara calon dengan masyarakat, pesan-pesan yang tertulis dalam iklan politik tersebut mengajak masyarakat untuk memilih calon tersebut.

Namun hal lain yang menjadi permasalahan adalah besarnya pengaruh iklan politik tersebut sampai dimana, dari hasil wawancara dengan masyarakat yang menjadi responden terdapat suatu jawaban bahwa sebenarnya iklan politik seperti baliho dan sebagainya, mempengaruhi mereka secara psikis karena mereka melihat bahwa seorang calon benar-benar serius maju dalam pemilihan legislatif, disamping itu menciptakan suatu pemikiran kepada masyarakat bahwa dia benar-benar kuat dan memiliki suana yang banyak, sehingga masyarakat akan terpengaruh dan berpikir lebih baik memilih yang sudah pasti dari pada yang tidak pasti.

Dan ternyata iklan politik juga merupakan komunikasi untuk memperkenalkan diri, karena masa sekarang jika tidak memasang iklan politik untuk memperkenalkan diri kepada masyarakat , maka tidak akan dikenal luas oleh masyarakat, berbeda jika dibandingkan dengan tahun 70-an hanya dari mulut kemulut. Sekarang itu sudah bergeser dengan perkembangan teknologi, oleh karena itu para calon berkomunikasi dengan masyarakat bukan saja secara langsung tetapi juga secara tidak langsung dengan menggunakan media-media cetak maupun elektronik. Sehingga sekarang dari hasil penelitian saya untuk menjadi seorang calon dan untuk memperkenalkan diri harus membuat iklan politik, karena jika tidak maka masyarakat akan sulit mengenal bahkan akan mempengaruhi suara yang akan dicapai nanti dalam pemilihan legislatif, namun dengan etika dan perilaku yang baik dalam beriklan politik.

4. Pengaruh Uang

Dalam perpolitikan dimana saja yang namanya uang tidak lepas dari dunia politik, karena tidak dapat dipungkiri bahwa uang merupakan faktor yang sangat berperan penting dalam menyukseskan seseorang untuk duduk lembaga legislatif, pengaruh uang yang timbul karena kebutuhan masyarakat sering kali tidak berpikir panjang untuk melakukan praktik money politic namun

itu membuat rusaknya citra politik yang baik, sehingga masyarakat di biasakan dengan pemberian-pemberian dan masyarakat terbiasa untuk menerima uang dari seorang calon agar dapat memilih calon tersebut, ini diakibatkan dari lemahnya perekonomian masyarakat sehingga timbul keinginan untuk menerima pemberian uang dari seorang calon, dari hasil penelitian faktor ekonomi yang paling dominan, karena kebutuhan akan makan dan minum, sehingga mereka menerimanya, namun ada juga yang memang sudah terbiasa menerima uang dari seorang calon, dan timbullah persepsi kepada masyarakat bahwa seseorang calon harus memberika dulu kebutuhannya baru dia akan memilih calon tersebut, sehinggakesalahan ini tidak dapat dikendalikan lagi, bahkan sudah sampai mendara daging dalam kehidupan keseharian masyarkat, butuk pekerjaan rumah yang sangat berat bagih kita semua untuk menanggulangi permasalahan ini, dan pekerjaan rumah untuk pemerintah agar lebih mengsejahtrakan lagi masyarakat dalam segi perekonomian agar yang seperti ini" tidak akan terjadi lagi dalam masyarakat Indonesia.

Dikecamatan Motoling Barat dari hasil penelitian menunjukkan bahwa masih ada masyarakat yang mengutamakan uang dibanding dengan faktor-faktor lain, dengan alasan bervariasi, namun

yang saya kaget bahwa dari hasil wawancara ada masyarakat yang berpendapat bahwa terima saja uang yang diberikan tapi hati tetap pada calon yang menjadi pilihan hatinya, ternyata masyarakat mulai juga berpolitik yang tidak sehat, ini di akibatkan dengan politik yang tidak sehat yang di lakukan oleh para elit politik. Tanggapan bervariasi muncul tentang pengaruh uang dalam pemilihan anggota legislatif Minahasa Selatan khususnya di Kecamatan Motoling Barat, mereka ada yang mengatakan bahwa sah-sah saja jika seorang calon memberikan sumbangan atau sejumlah uang kepada masyarakat, namun itu tidak menjadi faktor harus memilih calon tersebut, namun yang menarik untuk diteliti adalah pemberian sumbangan ketempat-tempat ibadah dalam rangka pembangunan, dengan maksud untuk mendapat dukungan dari wajib pilih yang ada di organisasi keagamaan itu. Pada dasarnya untuk saat ini uang memang berpengaruh dalam perpolitikan dimana saja dan tinggal bagaimana kita masyarakat harus menyikapi tentang permainan uang dalam perpolitikan di daerah kita masing-masing agar tercipta politik yang sehat dan bermartabat.

5. Pengaruh Faktor-Faktor Lain

Pengaruh faktor-faktor lain dalam pemilihan DPRD di Minahasa Selatan khususnya di kecamatan Motoling Barat

jika dibandingkan dengan pengaruh iklan politik memang sangat besar_ karena dengan keanekaragaman masyarakat di kecamatan Motoling Barat. Faktor-faktor lain ini yang lebih dominan dan yang lebih menyentu kepada masyarakat dengan menciptakan polah piker kepada masyarakat bahwa mereka merupakan suatu sistem yang saling mempengaruhi dan mereka ada rasa saling memiliki satu dengan yang lain sehingga muncul sikap simpati yang akan berakhir pada dukungan penuh untuk mendukung seseorang yang memiliki kesamaan dengan masyarakat yang ada dalam suatu komunitas tersebut, faktor-faktor lain tersebut adalah, agama/golongan, Ras, Suku/Daerah, Keakrapan, Kekeluargaan, perah menolong, dan itu semua akan dibandingkan dengan iklan politik.

4. Iklan Politik

Iklan Politik merupakan faktor pelengkap dalam mempengaruhi peilihan masyarakat dan juga iklan politik akan berdampak besar jika didukung oleh faktor-faktor lain yang telah dibahas di atas karena iklan politik ini tidak bisa berdiri sendiri, namun disamping itu iklan politik mempunyai dampak yang sangat besar dalam meyakinkan masyarakat dewasa ini karena jika tidak ada iklan politik lewat media elektronik maupun cetak maka akan membawa kerugian yang sangat besar kepada seseorang calon dalam

meingikuti pemilihan legislatifi tanggapan dari masyarakat mengenai iklan politik sangat berfaflasi dan pada kesimpulanya masyarakat sangat terpengaruh secara psikis dari iklan politik yang diberikan oleh para calon anggota legislatif. Karena dengan adanya iklan politik masyarakat menjadi tahu bahwa ada seorang calon yang mengikuti pemilihan anggota legislatif, sehingga seorang calon tersebut sudah dikenal secara tidak langsung oleh masyarakat pada umumnya. Di Kecamatan Motoling Barat begitu banyaknya pemasangan iklan politik baik lewat poster maupun baliho-baliho yang dipasang di pinggir jalan yang strategis sehingga mudah dilihat oleh masyarakat, iklan politik yang dipasang oleh calon-calon anggota legislatif minimal dalam satu desa ada tiga sampai empat iklan yang bervariasi besar kecilnya, bahkan ada seorang calon anggota DPRD Minsel yang memasang sampai 10 iklan dalam satu desa, dan terbukti selain didukung oleh faktor lain calon tersebut mendapatkan suara yang cukup banyak dibanding dengan calon lain, bahkan calon yang berasal dari desa tersebut, sehingga itu menjadi suatu bukti bahwa iklan politik juga memiliki pengaruh yang cukup kuat kepada masyarakat wajib pilih.

KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan penelitian yang telah dikemukakan dalam bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Iklan politik dalam pemilihan legislatif mempunyai pengaruh yang cukup besar, secara kasat mata iklan politik merupakan suatu kekuatan politik dalam berkomunikasi dengan masyarakat yang menjadi objek dari iklan politik tersebut, iklan politik memiliki fungsi membangun citra diri dari seseorang calon agar dikenal oleh masyarakat.
2. Pengaruh Iklan Politik untuk mempengaruhi hak pilih seseorang, wajib pilih masih kurang berpengaruh jika dibandingkan dengan faktor-faktor yang lain seperti Golongan Agama, Kedaerahan, Kekeluargaan, dan lain-lain. Faktor-faktor seperti yang telah disebutkan memiliki pengaruh yang sangat kuat dengan alasan bermacam-macam dan masuk akal, karena kepentingan-kepentingan dari masyarakat itu sendiri, hanya saja iklan politik tetap berperan dalam mempengaruhi pemilih namun hanya dalam batas komunikasi politik yang dilakukan
3. Banyak sedikitnya iklan politik yang dipasang juga sangat berpengaruh dalam seseorang calon anggota DPRD' untuk berkomunikasi dengan masyarakat

sehingga masyarakat lebih mudah untuk mengenal atau mengetahui bahwa seorang calon itu akan mengikuti persaingan dalam pemilihan Anggota legislatif , sehingga masyarakat lebih diyakinkan pelihannya, karena daerah yang cukup luas maka harus dipasang iklan politik yang banyak, besar kecilnya juga sering menjadi perhatian masyarakat dalam melihat iklan politik yang dipasang

4. Berdasarkan hasil penelitian menyimpulkan bahwa sekarang ini kecenderungan masyarakat untuk memilih selain dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di atas, masyarakat juga dipengaruhi oleh iklan politik meskipun secara tidak langsung, dan itu terbukti bahwa iklan politik memiliki pengaruh yang dapat menarik perhatian masyarakat wajib pilih.

B. SARAN

Iklan politik merupakan sarana bagi seseorang yang mempunyai kepentingan dalam bidang politik untuk berkomunikasi secara tidak langsung dengan harapan dapat dikenal oleh objek yang dituju yaitu masyarakat luas, dan dengan harapan mendapat dukungan penuh dari masyarakat yang dituju tersebut. Iklan politik merupakan fenomena politik yang sangat menjadi perhatian-masyarakat sekarang-sekarang ini bukan saja dipakai dalam arena Pemilu namun juga dipakai dalam arena politik

diluar pemilu dengan sasaran melemakan suatu kekuasaan yang sedang berjalan.

Lepas dari semuanya itu kita harus memiliki etika dalam membuat dan menyalurkan iklan politik tersebut agar bermanfaat dan berguna bagi kita semua. Berdasarkan pemikiran tersebut maka disarankan:

1. Dalam membuat iklan politik harus memiliki etika dan sopan santun dalam berbahasa agar tercipta perpolitik yang sehat dan aman tanpa merugikan orang lain
2. Dalam hal berkomunikasi lewat iklan politik yang menggunakan media cetak maupun elektronik berikanlah janji-janji yang mampu anda peranggung-jawabkan agar ketika nanti tidak mengecewakan masyarakat banyak.
3. Masyarakat harus lebih kritis lagi dalam menentukan pilihan agar tidak salah memilih.
4. Masyarakat harus lebih teliti lagi dan melihat kepentingan masyarakat yang sesungguhnya jangan hanya kepentingan pribadi atau golongan.
5. Masyarakat harus lebih berpikir realistis untuk memilih, jangan menjadikan beberapa faktor untuk menentukan pilihan melainkan melihat kemampuan atau kapabilitas seseorang untuk mewakili masyarakat dalam lembaga legislatif, sehingga memang benar-benar membela rakyat kecil dan tidak mencari keuntungan pribadi semata. sehingga tujuan dan keinginan dari masyarakat

benar-benar disalurkan dan masyarakat mendapat hasil yang memuaskan dan pembangunan disegal bidang bisa berjalan sesuai dengan aturan dan mekanisme yang sudah di atur dalam undang-undang sehingga penyalagunaan wewenang lebih diminimalisir lagi, sehingga membawa bangsa Indonesia kearah bangsa yang lebih maju lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Firmansyah. 2007. *Marketing Politik*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia
- Ratna Noviani, 2002 ” Jalan Tengah Memahami Iklan ”, Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Rhenald Khasali. 1995. *Manajemen Periklanan: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta :Gramedia
- Stanley Adi Prasetyo. *Kita Takut pada Kampanye Negatif*. Suara Merdeka, 30 Mei 2004
- T. Yulianti, *Iklan Politik di Televisi*, Kompas, 15 Maret 2004
- _____. *Iklan Politik Bisa Menjebak*, Kompas, 22 Mei 2008
- Undang-Undang No.10 Tahun 2008 tentang Mekanisme Dan Tata Cara Pemilihan Legislatif

