

Efektivitas Alat Peraga Kampanye Dalam Pemilihan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kota Manado Tahun 2019 (Studi Kasus Di Kecamatan Malalayang)

Lyandro R.J. Bawelle¹

Wiesje F. Wilar²

Efvendi Sondakh³

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah Untuk mengetahui bagaimana pendapat masyarakat terhadap Efektivitas Alat Peraga Kampanye dalam Pemilihan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kota Manado Tahun 2019. Melalui kegiatan kampanye, para calon dan partai politik berupaya mempengaruhi masyarakat dalam pengambilan keputusan, misalnya dalam pelaksanaan pemilihan calon Legislatif, calon berupaya mempengaruhi masyarakat dengan strategi yang digunakan yaitu menggunakan alat peraga kampanye agar mereka mendapatkan simpati dari masyarakat. Pesan yang disampaikan oleh calon legislatif ini berupa ajakan dan ide yang mempengaruhi pemilih bahwa mereka layak untuk dipilih. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Adapun fokus penelitian ini berfokus pada pendapat masyarakat terhadap efektivitas alat peraga kampanye dalam pemilihan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Efektivitas adalah sesuatu yang memiliki efeknya atau sesuatu yang menimbulkan pengaruh, kesan ataupun akibatnya. Alat peraga kampanye merupakan alat penyampaian visi, misi, program dan informasi lainnya dari peserta pemilu. Dari 100% narasumber yang saya wawancarai, 70% mengatakan bahwa APK pada pemilihan DPRD di Kota Manado Tahun 2019 tidak efektif.

Kata Kunci: : Efektivitas, Alat Peraga, Kampanye

¹ *Mahasiswa Program Studi Ilmu Politik FISPOL-Unsrat*

² *Dosen Program Studi Ilmu Politik FISPOL-Unsrat*

³ *Dosen Program Studi Ilmu Politik FISPOL-Unsrat*

Sekretariat:

Gedung c, Lantai 2, Fispol Unsrat

Jl. Kampus Bahu Unsrat Manado

Pendahuluan

Dalam rangka meraih dukungan suara sebanyak-banyaknya, peserta atau calon diperbolehkan untuk berkampanye melalui media massa cetak ataupun lembaga penyiaran. Pesan kampanye dapat berupa tulisan, suara, gambar, tulisan dan gambar, atau suara dan gambar, yang bersifat naratif, grafis, karakter, interaktif atau tidak interaktif maupun melalui media internet dalam hal ini website yang bersifat on-line yang dimaksud untuk menyampaikan pesan kampanye kepada khalayak luas.

Sejak awal diberlakukannya demokrasi di Indonesia telah memberikan angin segar kepada tidak sedikit masyarakat Indonesia, mengingat hak asasi manusia telah menjadi substansial bagi segala bentuk hak-hak yang telah diemban sejak lahir oleh manusia itu sendiri. Demokrasi merasuk ke segala aspek kehidupan yang juga mencakup segala bidang salah satunya bidang politik yang dapat digunakan seluas-luasnya kehidupan berbangsa bernegara. Adapun salah satu ciri demokrasi yang dianut Bangsa Indonesia adalah penyerahan kedaulatan rakyat. Salah satu praktik nyata adanya demokrasi di suatu negara adalah dengan melalui Pemilihan Umum (selanjutnya disebut Pemilu). Pemilu telah menjamin rakyat untuk dapat menentukan langsung pilihannya dalam suatu perhelatan pesta demokrasi.

Pemilu menjadi ajang terpilih atau tidaknya organ-organ dan lembaga- lembaga negara. Terpilihnya baik pasangan calon kepala negara, calon kepala daerah, dan calon anggota legislatif dalam suatu proses Pemilu tidak lepas dari upaya yang dilakukannya, yakni kampanye. Merujuk pada Pasal 1 angka 21 Peraturan Komisi Pemilihan Umum Nomor 33 Tahun 2018 tentang Perubahan Kedua Atas Peraturan Komisi Pemilihan Umum Nomor 23 Tahun 2018 tentang Kampanye Pemilihan Umum yang mengatur bahwa: "Kampanye Pemilu yang selanjutnya disebut Kampanye adalah kegiatan Peserta Pemilu atau pihak lain yang ditunjuk oleh Peserta Pemilu untuk meyakinkan Pemilih dengan menawarkan visi, misi, program, dan/atau citra diri Peserta Pemilu."

Alat Peraga Kampanye adalah semua benda atau bentuk lain yang memuat visi, misi, program, dan/atau informasi lainnya dari Peserta Pemilu, simbol atau tanda gambar Peserta Pemilu, yang dipasang untuk keperluan Kampanye yang bertujuan untuk mengajak orang memilih Peserta Pemilu tertentu. Apabila

berbicara soal kampanye, maka tidak lepas kaitannya dengan alat peraga kampanye sebagai salah satu bentuk kampanye itu sendiri. Baik kampanye maupun alat peraga kampanye merupakan dua hal yang memiliki korelasi benang merah yang tidak dapat dipisahkan satu dan lainnya.

Dalam kampanye pemilu Legislatif tahun 2019 terkait alat peraga kampanye, dalam peraturan Komisi Pemilihan Umum no 33 tahun 2018 dalam pasal 32 Ayat (1) Peserta Pemilu dapat mencetak dan memasang Alat Peraga Kampanye sebagaimana dimaksud dalam Pasal 23 ayat (1) huruf d. dan dalam ayat (2) Alat Peraga Kampanye sebagaimana dimaksud pada ayat (1) meliputi baliho, billboard, atau videotron, spanduk; dan/atau umbul-umbul. Sedangkan dalam ayat (3) Ukuran Alat Peraga Kampanye sebagaimana dimaksud pada ayat 1 adalah baliho, paling besar ukuran 4 m (empat meter) x 7 m (tujuh meter), billboard atau videotron, paling besar ukuran 4 m (empat meter) x 8 m (delapan meter) spanduk, paling besar ukuran 1,5 m (satu koma lima meter) x 7 m (tujuh meter) dan umbul-umbul, paling besar ukuran 1,15 m (satu koma lima belas meter)x 5 m (lima meter). Dan dalam ayat (4) Desain dan materi pada Alat Peraga Kampanye sebagaimana dimaksud pada ayat (1) paling sedikit memuat visi, misi, dan program Peserta Pemilu

Adapun beberapa permasalahan pada masyarakat yang terkait dengan alat peraga kampanye antara lain :

1. Alat peraga kampanye yang dipasang sembarangan merusak estetika
2. Alat peraga kampanye yang tidak berfungsi sesuai fungsinya yang hanyamenjadi ajang popularitas saja.
3. Alat peraga kampanye yang di pasang sembarangan.
4. Alat peraga kampanye yang digunakan sudah mengganggu fasilitas umum
5. Alat peraga kampanye yang mempunyai ukuran berlebihan
6. Alat peraga kampanye yang mudah rusak sehingga membahayakan masyarakat sekitar.

Metode Penelitian

Metode penelitian ini digunakan metode penelitian kualitatif. Moleong

(2006: 92) menyatakan fokus penelitian merupakan pedoman untuk mengambil data apa saja yang relevan dengan permasalahan penelitian. Fokus penelitian harus konsisten dengan permasalahan dan tujuan penelitian yang diterapkan terlebih dahulu. Adapun fokus penelitian ini berfokus pada pendapat masyarakat terhadap efektivitas alat peraga kampanye dalam pemilihan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah

Informan adalah orang yang dipakai dalam penelitian untuk memberikan informasi tentang situasi atau kondisi mengenai fokus penelitian ini. Informan yang digunakan pada penelitian berjumlah 10 orang yang bertempat tinggal seluruh di Kecamatan Malalayang Kota Manado

Teknik Pengumpulan data melalui wawancara, observasi dan studi kepustakaan.

Untuk menganalisa berbagai fenomena di lapangan, langkah-langkah yang dilakukan adalah sebagai berikut: Pengumpulan informasi melalui wawancara, observasi langsung dan dokumentasi; Reduksi data Proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, dan Penyajian data Setelah data direduksi

Pembahasan

Efektivitas Alat Peraga Kampanye dalam Pemilihan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kota Manado Tahun 2019

Alat peraga kampanye yaitu bendera, baliho, poster, billboard, video tron dan lain-lain. Alat peraga kampanye ini memberikan dampak partisipasi kepada masyarakat karena terdapat informasi-informasi seperti data diri, visi, misi, program dan informasi lainnya terkait dari calon legislative tersebut. Dari alat peraga kampanye ini masyarakat dapat mendapatkan informasi penting dari calon legislative.

1. Pemasangan Alat Peraga Kampanye di Kota Manado

Pemasangan Alat Peraga Kampanye memiliki aturan-aturan yang harus di patuhi sesuai dengan Peraturan atau keputusan yang telah dibuat di suatu daerah. Dalam Peraturan Komisi Pemilihan Umum Kota Manado nomor

07 tahun 2015 pada bagian menetapkan kedua puluh menyatakan bahwa Komisi Pemilihan Umum Kota Manado memfasilitasi Alat Peraga Kampanye bagi peserta Pemilu. Terjadi perubahan peraturan yang mana pada Tahun 2018 komisi pemilihan umum Republik Indonesia dalam Peraturan Komisi Pemilihan Umum Nomor 23 Tahun 2018 tentang Kampanye Pemilihan Umum yang menyatakan bahwa Komisi Pemilihan Umum yang memfasilitasi metode kampanye yang berupa pemasangan Alat Peraga Kampanye yang selanjutnya disebut APK. Fasilitas yang dimaksud diselenggarakan ditingkat kota maupun daerah sesuai dengan kemampuan keuangan negara.

Berikut hasil Wawancara peneliti :

1) AR berdomisili di Kelurahan Winangun Satu

“Menurut saya APK itu bagus tapi untuk di zaman Milenial agak kurang berguna atau useless, namun APK ini cukup mendorong untuk masyarakat/warga yang tidak bersosial media atau kurang paham dengan teknologi. Saya sering mendapati dan melihat APK ini di pasang di tempat umum/jalan utama.

Pemilu 2019 juga masih banyak saya menemui pemasangan APK ini jadi dapat saya simpulkan APK ini Efektif.

2) DL berdomisili di Kelurahan Winangun Dua

“saya sudah cukup lama tinggal di Kelurahan Winangun satu dan menurut saya APK ini bagus karena di fungsikan untuk menonjolkan Visi Misi dari calon legislative, namun kadang kala kalau sudah terlalu banyak di cantumkan Visi Misinya sudah jadi tidak bagus untuk dilihat bahkan di pahami. APK ini sering di jumpai di jalan dan pada pemilu 2019 tidak sedikit APK ini yang didapati merusak estetika bahkan sampai membahayakan masyarakat. Jadi menurut saya masih kurang Efektif

3) ER masyarakat Kelurahan Bahu “berprofesi sebagai Sat Pol-PP dan

EKSEKUTIF

Volume 2 No. 4 Tahun 2022

Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi

ISSN: 2337 - 5736

masyarakat menurut saya APK ini dijadikan sebagai wadah untuk menjual jati diri dari calon legislative mengapa karna lewat APK ini foto,nama,bahkan Visi Misi yang ada pada calon legislative bisa di lihat oleh masyarakat. Saya sering mendapati APK ini di pasang dijalan umum namun saya juga pernah mendapati bahwa APK ini dapat membahayakan masyarakat karena kadang APK di pasng sembarangan dan tidak kadang juga merusak keestetikan. Tapi jika ditanya efektif menurut saya APK ini Efektif tinggal bagaimana cara bekerja sama dengan tata Kota dan Sat Pol-PP.

4) VR masyarakat Kelurahan Malalayang Satu

“ APK seharusnya menempatkan spanduk dan baliho tapi kenyataannya dilapangan tidak beraturan dan baliho bukan menjadi jaminan terpilihnya. Banyak di temui di jalan,depan rumah dan sering juga membahayakan masyarakat setempat karna kurang teraturnya dan tidak telitinya dalam proses pemasangan sehinggah terlihat asal-asalan, dari keyataan dan dilapangan belum efektif dan hanya jadi ajang pamer.

5) CM masyarakat Kelurahan Malalayang Satu Timur

“ Menurut saya APK pemilu DPRD Kota Manado tahun 2019 banyak dan tidak merata,tidak juga berpengaruh ketika masyarakat sudah mempunyai pilihannya sendiri.mengenai tempat-tempat dipasangnya APK ini banyak di pinggir jalan,tempat umum,tiang listrik dan banyak dapat membahayakan masyarakat yang ada di sekitar jadi kalau saya APK ini belum Efektif.

FL masyarakat Kelurahan Malalayang Satu Barat

“ Pendapat ijie tentang pasangan APK ini adalah APK yang dipasang terlalu banyak dan banyak media lain yang bisa

digunakan selain pemasangan APK ini. Bila ditemui banyak APK ini di pasang di pusat-pusat keramaian dan sering juga saya mendapati membahayakan masyarakat sekitar, jadi kurang Efektif.

6) MH Kelurahan Batu Kota

“ Menurut saya pemasangan APK ini ada bagus dan tidak bagus, bagus untuk lansia dan masyarakat yang tidak mrnggunakan sosial media dan tidak bagusnya karena seringkali APK sudah berhamburan dan sudah tidak pada fungsinya, melanggar peraturan dan edukasi Visi dan Misi yang kurang dan menggunakan foto-foto yang lucu. Untuk tempat yang dipasangan banyak di pusat- pusat keramaian atau pinggir jalan namun tidak sedikit juga membahayakan pengguna jalan atau masyarakat sekitar sehingga APK ini sudah kurang Efektif dijamin sekarang.

7) RT masyarakat Kelurahan Kleak

“ Menurut kita APK ini adalah salah satu alat bantu yang digunakan agar bisa di kenal masyarakat, saya banyak menemui APK ini di jalan raya.di pohon dan saya rasa APK ini tidak membahayakan tapi sedikit mengganggu dan kalau ditanya merusak keindahan saya rasa tidak karna APK ini hanya di pasang pada masa pemilu saja. Jadi menurut kita APK ini Efektif karena dapat membantu masyarakat untuk mengenal calon yang nantinya akan mereka pilih.

Penutup

Kesimpulan

Efektifitas adalah sesuatu yang memiliki efeknya atau sesuatu yang menimbulkan pengaruh, kesan ataupun akibatnya. Alat peraga kampanye merupakan alat penyampaian visi, misi, program dan informasi lainnya dari peserta pemilu. Dari 100% narasumber yang saya wawancarai, 70% mengatakan bahwa APK pada pemilihan DPRD di Kota Manado Tahun 2019 *tidak efektif*. Dari

EKSEKUTIF

Volume 2 No. 4 Tahun 2022

Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi

ISSN: 2337 - 5736

beberapa informan yang telah di wawancarai sebagian besar merasa bahwa Alat Peraga Kampanye Belum Efektif karena banyak APK pada pemilihan DPRD di kota Manado pada tahun 2019 yang melanggar aturan pemasangan dan merusak nilai estetika bahkan membahayakan masyarakat sekitar. Dan menurut masyarakat APK pada saat itu terlalu banyak dan sudah tidak menyantumkan visi dan misi. Tapi ada juga beberapa masyarakat yang berpendapat bahwa APK ini boleh di katakan Efektif *Ketika* APK ini di pasang sesuai dengan aturan yang ada, pada tempatnya dan di pasang sewajarnya sehingga maksud dan tujuan dari APK ini boleh tersampaikan dengan baik

Saran

1. Pemerintah harus lebih aktif dalam mensosialisasikan tentang bagaimanacara pemasangan dan penempatan Alat Peraga Kampanye.
2. Sebaiknya pemerintah terus mengawasi langsung proses pemasangan Alat Peraga Kampanye agar tidak ada Alat Peraga Kampanye yang sampaimembahayakan masyarakat.
3. Pemerintah juga boleh mensosialisasikan agar kampanye di zaman sekarang dapat dilakukan dengan memanfaatkan teknologi yang ada saat ini misalnya : media sosial

Daftar Pustaka

Abdurahmat. 2003. "Pengertian Efektivitas". Jakarta: PT. Rineke Cipta. Al, Gibson. Et. (2013). Bungkaes. Jakarta.

Antar, Venus. 2004. Manajemen kampanye: panduan teoritis dan praktis dalam mengefektifkan kampanye komunikasi. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.

Budiardjo, Miriam (2008). Dasar-dasar Ilmu Politik. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.

Bogdan dan Taylor. 2012. Prosedur Penelitian. Dalam Moleng, Pendekatan Kualitatif. (him. 4). Jakarta: Rineka Cipta.

Demokrasi Elektoral. Jurnal Ilmu Sosial, 13(1). p. 34. D.O.I.: Grossberg, 1998; Snyder, 2002; Klingeman dan Rommele, 2002.

Gudykunst, William B. (2002). "Intercultural

Communication Theories" dalam William B. Gudykunst & Bella Mody (eds). Handbook of International and Intercultural Communication. 2nd Ed. Sage Publications. California.

Husein, Umar. 2014. Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.

Moleong, 2011, Metodologi Penelitian Kualitatif, Bandung : Rosda

Moleong, j, Lexy. 2006. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Miles, M.B & Huberman A.M. 1984, Analisis Data Kualitatif. Terjemahan oleh Tjetjep Rohendi Rohidi. 1992. Jakarta : Penerbit Universitas Indonesia

Mariam Budiardjo dalam Baskoro (2005:30) DPRD-Repository Universitas Medan Area.

Pfau and Parrot. (1993). Persuasive Communication Campaign. Canada : Pearson Education.

Prasetyo Budi Saksono, 1984. Dalam Menuju SDM Berdaya. Bumi Aksara. Jakarta.

Ravianto J. 2014. Produktivitas dan Pengukuran, Jakarta. Binaman Aksara.

ROGERS, E. M., & Storey J. D. 1987. Communication Campaign. Dalam C. R. Berger & S.H. Chaffe (Eds.), Handbook of Communication Science, New Burry Park; Sage.

Sondang P. Siagian. 1994, Dalam Eksklusif Yang Efektif. Jakarta. Surbakti,

Ramlan. 1992. "Memahami Ilmu Politik", Jakarta: PT. Grasindo.

Yuliyanto, M. (2014). Evaluasi Alat Peraga Kampanye Pemilihan Umum Di Era