

## BAB IV

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah peneliti lakukan mengenai aktivitas kampanye calon legislatif khususnya di tingkat DPRD I dengan Daerah Pilihan Daerah Istimewa Yogyakarta 5 dan efeknya pada perolehan suara, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Konsep kampanye yang dimiliki oleh ketiga narasumber sama dengan konsep kampanye yang digunakan dalam penelitian ini bahwa kampanye merupakan kegiatan untuk memaparkan visi, misi; mengenalkan diri pada masyarakat dan mempengaruhi masyarakat supaya mau memilih.
2. Dalam melakukan aktivitas kampanye, ketiga caleg tidak hanya melakukan satu jenis aktivitas kampanye akan tetapi ada beberapa aktivitas kampanye yang dijalankan dengan menggunakan berbagai media seperti berkampanye dengan media alat peraga, media tatap muka, media massa dan media sosial. Media alat peraga adalah baliho, spanduk, rontek, stiker, pamflet, kartu nama, kalender, contoh kertas suara dan kaos. Sedangkan media tatap muka yaitu sosialisasi, pelatihan, lomba, jalan sehat, sepeda gembira, rekreasi dan sembako murah. Media sosial yaitu *facebook*, namun penggunaan media sosial ini tidak optimal. Sedangkan media lain yang tidak digunakan oleh ketiga caleg adalah media massa baik cetak maupun elektronik.

3. Dalam berkampanye caleg juga memperhatikan faktor keberhasilan persuasif. Akan tetapi tidak semua faktor keberhasilan mendapatkan perhatian besar dari caleg, hanya faktor *source* dan *medium* saja, dua faktor lainnya tidak yaitu *mesagge* dan *audience*.
4. Calon legislatif yang mengabdikan banyak waktu dan biaya untuk berkampanye adalah narasumber III caleg dari Partai Keadilan Sejahtera, kemudian pada urutan kedua adalah narasumber II calon legislatif dari Partai Demokrat sedangkan pada urutan paling akhir adalah narasumber I calon legislatif dari Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan.
5. Meskipun dua dari tiga calon legislatif berhasil mencapai tujuannya yaitu mendapatkan suara terbanyak. Akan tetapi dapat disimpulkan bahwa keberhasilan caleg dalam mencapai tujuannya bukan hanya karena faktor kampanye yang telah mereka lakukan, terbukti dengan hasil perolehan suara dari salah satu caleg yaitu narasumber II yang perolehan suaranya tidak sebanding dengan waktu dan dana yang telah ia habiskan untuk menjalankan kegiatan kampanyenya. Terdapat faktor lain sebagai penentu keberhasilan seorang calon legislatif untuk mendapatkan suara terbanyak yaitu identitas partai yang diwakili, identitas ini juga bisa dilihat dari elektabilitas partai politik tersebut, semakin tinggi elektabilitas partai maka identitas yang tercerminkan akan bagus berlaku sebaliknya. faktor kedua penentu keberhasilan adalah penampilan kandidat, jika diterapkan dalam konteks penelitian ini

maka dapat penampilan kandidat dapat dikaitkan dengan rekam jejak calon legislatif yang sebelumnya sudah menjadi anggota legislatif sehingga sudah ada bukti realisasi program-program yang ditawarkan.

6. Aktivitas kampanye yang gencar dilakukan ternyata tidak mempengaruhi keputusan masyarakat untuk memilih pada saat pencoblosan, sehingga kampanye tidak berpengaruh pada perolehan jumlah suara. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa elektabilitas calon legislatif juga tidak dipengaruhi oleh kampanye.

## **B. Saran**

1. Akademisi

Supaya dalam penelitian yang mendatang, peneliti lebih fokus pada aktivitas kampanye calon legislatif yang pada periode sebelumnya memang sudah menjabat sebagai anggota legislatif atau yang biasanya disebut sebagai calon *incumbent*.

2. Praktis

Akan lebih baik jika dikampanye mendatang para calon legislatif lebih dapat menghemat anggaran atau dana untuk melakukan aktivitas kampanye, karena keberhasilan dalam memperoleh kursi di legislatif tidak semata-mata hanya karena kampanye dengan dana yang sangat besar.



## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Adya B. Atep. 2003. *Dasar-Dasar Pelayanan Prima*. Elex Media Komputindo.
- Ali Mohhammad. 2007. *Ilmu dan Aplikasi Pendidikan Bagian I: Ilmu Pendidikan Teoritis*. Bandung: PT. IMTIMA
- Atmosoeprpto Kisdarto. 2000. *Menuju SDM Berdaya melalui Kepemimpinan Efektif dan Manajemen Efisien*. Jakarta ; Elex Media Komputindo.
- Bastian Indra. 2007. *Akuntansi Yayasan dan Pelayanan Publik*. Jakarta : Erlangga.
- Budiardjo Miriam. 2008. *Dasar-Dasar Ilmu Politik*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Creswell, J. W. 2009. *Qualitative, Qunantitative and Mixed Methods Approaches*. Thousand Oaks: Sage Publications.
- Danial Akhmad. 2009. *Iklan Politik TV: Modernisasi Kampanye Politik Pasca Orde Baru*. Yogyakarta : LKiS.
- Daymon Christine & Holloway Immy. 2008. *Metode-metode Riset Kualitatif Dalam Public Relations dan Marketing Communication*. Yogyakarta : Bentang.
- Denny A. 2006. *Politik Yang Mencari Bentuk: Kolom Di Majalah Gatra*. Yogyakarta : LkiS
- Djik, Teun A. Van. 1985. *Discourse and Communication: New Approaches to the Analysis of Mass Media Discourse and Communication*. Germany
- Efriza. 2012. *POLITICAL EXPLORE; Sebuah Kajian Ilmu Politik*. Bandung : ALFABETA
- Firmanzah. 2010. *Persaingan, Legitimasi Kekuasaan, dan Marketing Politik: Pembelajaran Politik Pemilu 2009*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- ..... 2008. *Marketing Politik: Pemahaman dan Realitas*. Jakarta : Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- ..... 2007. *Mengelola partai politik: komunikasi dan positioning ideologi politik di Era Demokrasi*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia

- Grundemann J. Barbara & Frensebner Billie.2006. *Buku Ajar; Keperawatan Perioperatif*. Jakarta: EGC.
- Hartnagel L. Jennifer. 2007. *News Releases, Lexicons and Oppositional Framing: The Anti-Broadwater Coalition's Advocacy Campaign Against a Proposal to Construct a Liquefied Natural Gas Import Terminal in Long Island Sound, New York*. New York.
- Hasrullah. 2001. *Megawati dalam Tangkapan Pers*. Yogyakarta : LKiS.
- Haris Syamsuddin. 2005. *Pemilu Langsung di Tengah Oligarki Partai:Proses Nominasi dan Seleksi Calon Legislatif Pemilu 2004*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ismanto, Ign & Dkk. 2004. *Pemilihan Presiden secara Langsung 2004: Dokumentasi , Analisis dan Kritik*.
- Kian, G. Kwik. 2006. *Kebijakan Ekonomi-Politik dan Hilangnya Nalar*. Jakarta: PT Kompas Media Nusantara
- Moleong J Lexy. 2006. *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT Reamaja Rosdakarya Bandung.
- Naja Daeng. 2004. *Dewan Perwakilan Daerah: Bikameral Setengah Hati*. Yogyakarta: Media Pressindo.
- Nazir Moh. 2011. *Metode Penelitian*. Bogor : Ghalia Indonesia.
- Pawito. 2007. *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: LKiS.
- Perloff M Richard. 2010. *The Dynamics of Persuasion: Communication And Attitudes In The 21st Century, 4th Ed*. New York : Routledge.
- Purwanto Djoko. 2006. *Komunikasi Bisnis*, Edisi Ketiga. Jakarta: Erlangga
- Rangkuti Freddy. 2007. *Riset Pemasaran*. Jakarta : PT Gramedia Pusataka Utama.
- Ruslan Rosady. 2006. *Metode Penelitian: Public Relations & Komunikasi*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- ..... 2008. *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Simamora Roymond H. 2008. *Buku Ajar Pendidikan Dalam Keperawatan*. Jakarta: Buku Kedokteran EGC
- Suprpto Tommy. 2009. *Pengantar Teori & Manjaemen Komunikasi*. Jakarta: PT BUKU KITA.
- Surbakti Ramelan. *Memahami Ilmu Politik*. Jakarta: Grasindo
- West Richard & Turner Lynn. 2008. *Pengantar Teori Komunikasi Edisi 3*. Jakarta: Salamba Humanika.

Wiryanto. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Grasindo

### **Jurnal**

Clarke, A. 1999, "Changing attitudes through persuasive communication", *Nursing Standard*, vol. 13, no. 30,hal.: 45-47

Leslie B. Snyder. 2007. *Health Communication Campaigns and Their Impact On Behavior*. Hal : 32

Nasaruddin. 2013. *Efektivitas Pelaksanaan Kebijakan Program E-KTP*. Vol. II Edisi 2. Hal 221

Taufik, K.S., Tarjana, S. & Nurkamto, J. 2014, "*The Persuasive Utterances in a Political Discourse (The Case Study of the Regent Election Campaign of Pasuruan, East Java-Indonesia)*", *International Journal of Linguistics*, Vol. 6, no. 1, hal: 192-208.

### **Thesis**

Wicaksono P, Adhi. 2009 *Perilaku Pemilih Dalam Pemilih Kepala Daerah Langsung : Studi Penelitian Pada Pemilihan Gubernur/Wakil Gubernur Jawa Tengah tahun 2008 di Kota Semarang*.

### **Internet**

Adiwaluyo Eko. 2013. Empat Tahap Mengukur Efektivitas Kampanye Media Sosial. (diakses pada tanggal 6 April 2014 pukul 13:47) dari (<http://www.the-marketeers.com/archives/empat-tahap-mengukur-efektivitas-kampanye-media-sosial.html>)

Arsyuddin Munzir. 2014. Jangan Golput, Jadilah Pemilih Cerdas. (diakses pada tanggal 13 maret 2014 pukul 20:45) dari (<http://politik.kompasiana.com/2014/02/28/jangan-golput-jadilah-pemilih-cerdas-635439.html>)

Chasan Syalabyl. 2014. Mahasiswa Luar Yogya Berpotensi Golput. (diakses pada tanggal 14 Maret 2014, pukul 05:31) dari (<http://www.republika.co.id/berita/pemilu/berita-pemilu/14/01/17/mzettep-mahasiswa-luar-yogya-berpotensi-golput>)

Dar. 2014. Caleg Rugi Ratusan Juta. (diakses pada tanggal tanggal 5 Maret 2014, pukul 05:00) dari (<http://jabar.tribunnews.com/2014/01/06/caleg-rugi-ratusan-juta>)

Deva Maha & Sulistyorini Winda. 2014. 580 Caleg Berebut 55 Kursi DPRD DIY. (diakses pada tanggal 28 Febuari 2014 pukul 15:32) dari (<http://www.koran-sindo.com/node/324514>)

Evelina. 2014. Evaluasi kampanye. Dilihat pada 17 Juni 2014, (<http://ueu6019.weblog.esaunggul.ac.id/2014/01/04/evaluasi-kampanye/>)

- Faqih Mansyur. 2013. Elektabilitas Karsa Dianggap Lebih Tinggi. (diakses pada tanggal 9 Mei 2014 pukul 16:35) dari (<http://m.republika.co.id/berita/nasional/jawa-timur/13/08/20/mrttu3-elektabilitas-karsa-dianggap-lebih-tinggi>)
- Febriana Early. 2014. Komunikasi Persuasif Dalam Penyuluhan Sosial. (diakses pada tanggal 5 april 2014 pukul 13:06) dari (<https://kemosos.go.id/modules.php?name=News&file=article&sid=18098>)
- Muslim, Kennendy. 2013. *Efek Popularitas Caleg Terhadap Perolehan Suara Partai*. (diakses pada tanggal 12 Maret 2014 pukul 11:00) dari ([http://indikator.co.id/data\\_analisa/details/1/14/Efek-Popularitas-Caleg-Terhadap-Perolehan-Suara-Partai](http://indikator.co.id/data_analisa/details/1/14/Efek-Popularitas-Caleg-Terhadap-Perolehan-Suara-Partai))
- Setyawan Priyo. 2013. Laju Pertumbuhan Penduduk Sleman Tinggi. (diakses pada tanggal 27 Februari 2014 pukul 13:12) dari (<http://daerah.sindonews.com/read/2013/09/12/22/782440/laju-pertambahan-penduduk-sleman-tinggi>)
- Sugiarto Toto. 2014. Media Sosial Dalam Kampanye Politik. (diakses pada tanggal 10 Mei 214 pukul 00:00) dari (<http://nasional.kompas.com/read/2014/03/29/1153482/Media.Sosial.dalam.Kampanye.Politik>)
- Mclnytre Tom n.d., *Behavioral Recording*, dilihat pada 29 april 2014, (<http://behavioradvisor.com/BehRecord.html>)
- PPLN. 2014. *15 partai politik peserta pemilu 2014*, dilihat pada 27 Februari 2014, (<http://ppln.nl/15-partai-politik-peserta-pemilu-2014>)
- KPU. 2013, *PKPU 15\_2013 Kampanye*, dilihat pada 1 Maret 2014, ([http://www.kpu.go.id/dmdocuments/pkpu\\_15\\_2013\\_kampanye.pdf](http://www.kpu.go.id/dmdocuments/pkpu_15_2013_kampanye.pdf))
- KPU. 2013, *PENETAPAN DAERAH PEMILIHAN DAN JUMLAH KURSI ANGGOTA DEWAN PERWAKILAN RAKYAT DAERAH PROVINSI DALAM PEMILIHAN UMUM TAHUN 2014*, dilihat pada 1 Maret 2014, ([http://www.kpu.go.id/dmdocuments/34-instrumen\\_diy.pdf](http://www.kpu.go.id/dmdocuments/34-instrumen_diy.pdf))
- Kemendagri. 2012. *Mendagri: 3000 Legislator Daerah Berkasus Hukum*, dilihat pada 14 Juni 2014, (<http://www.kemendagri.go.id/news/2012/04/25/mendagri-3000-legislator-daerah-berkasus-hukum>)
- <http://kbbi.web.id/index.php?w=durasi>, diakses pada tanggal 29 April 2014 pukul 22:10
- <http://www.pemiluindonesia.com/kamus>, diakses pada tanggal 9 Mei 2014 pukul 07:29

# Interview Guide

## A. Identitas Narasumber

1. Nama ?
2. Visi dan Misi menjadi calon legislatif DPRD Provinsi daerah pilihan daerah istimewa Yogyakarta 5 ?
3. Apa saja program yang diusung ?

## B. Kampanye

1. Apakah definisi kampanye ?
2. Apakah tujuan melakukan kampanye ?
3. Apakah kampanye penting untuk dilakukan ? alasan ?
4. Apakah kampanye berpengaruh untuk perolehan suara anda ?
5. Apakah ukuran kampanye yang efektif untuk anda ?
6. Kampanye dikatakan efektif jika seperti apa?
7. Seberapa efektifkah kampanye dalam menjadikan anda legislatif ?
8. Apakah menurut anda semakin gencar melakukan kampanye peluang untuk terpilih pun semakin besar ?
9. Apa saja kegiatan kampanye yang dilakukan ?

## C. Media Kampanye

1. Media apa saja yang digunakan untuk berkampanye dan alasan memilihnya ?
  - a. Media massa (Televisi)
    - 1) Stasiun televisi mana yang dipilih ?
    - 2) Berapa durasi waktunya ?
    - 3) Berapa kali tayang dalam satu hari ?
    - 4) Pada tanggal berapa hingga tanggal berapa ?
  - b. Media massa (Koran)
    - 1) Koran yang dipilih.
    - 2) Tanggal dimuat di koran.
    - 3) Berwarna atau hitam putih.
    - 4) Berapa kolom.
  - c. Media sosial (Facebook & Twitter)
    - 1) Dari kapan menggunakan facebook sebagai sarana kampanye.
    - 2) Apa saja materi yang disampaikan lewat facebook.
    - 3) Apakah ada respon dari teman facebook saat mengupload materi tentang kampanye.
  - d. Media tatap muka
    - 1) Kegiatan kampanye apa yang dilakukan dengan tatap muka?
    - 2) Berapa kali dilakukan ?
    - 3) Berapa lama dilakukan dalam sekali pertemuan?
    - 4) Dimana saja ?
    - 5) Apa saja materi yang disampaikan ?
    - 6) Berapa banyak orang yang datang saat kegiatan kampanye dengan tatap muka misal sosialisasi?

e. Media alat peraga kampanye

- 1) Berapa banyak mencetak atau membuat satu alat peraga ? misalnya berapa banyak membuat kartu nama?
- 2) Berapa ukuran yang dibuat untuk satu alat peraga (spanduk, rontek-rontek, baliho) ?
- 3) Berapa lama pemasangan alat peraga (spanduk, rontek-rontek, baliho)?



## **Daftar Data Untuk Observasi**

### **A. Observasi disepanjang Jalan Derah pilihan DIY 5**

1. Siapa saja calon legislatif DPRD provinsi daerah pilihan DIY 5 yang memasang alat peraga.
2. Calon legislatif DPRD provinsi daerah pilihan DIY 5 yang memasang alat peraga paling banyak.
3. Alat peraga kampanye apa saja yang banyak digunakan oleh calon legislatif DPRD provinsi daerah pilihan DIY 5.

### **B. Observasi dalam kegiatan kampanye caleg DPRD provinsi**

1. Jumlah orang yang datang dalam kegiatan kampanye yang diselenggarakan oleh caleg.
2. Materi yang disampaikan saat kampanye.
3. Alat peraga kampanye apa saja yang dibagikan saat kampanye.

