

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Tahun 2019 bisa dikatakan sebagai tahun politik bagi masyarakat Indonesia. Karena di tahun ini terjadi peristiwa penting bagi bangsa Indonesia untuk menentukan masa depannya lima tahun ke depan. Peristiwa itu biasa disebut dengan pemilihan umum (pemilu), yang bertujuan untuk memilih para calon wakil rakyat di tingkat pusat maupun daerah. Bahkan kepala negara yang merupakan orang nomor 1 di Indonesia pun bisa menjabat karena pilihan dari rakyat.

Pelaksanaan pemilu merupakan tolak ukur atas pelaksanaan demokrasi di suatu negara.¹ Pemilu jika diartikan secara sederhana adalah cara individu warga negara melakukan aktivitas politik ataupun kontrak politik dengan kandidat atau partai politik yang diberikan mandat atau wewenang untuk melaksanakan kekuasaan dalam politik.² Dengan dilangsungkannya pemilu, maka telah menempatkan kedaulatan pada tempat sesungguhnya, yaitu rakyat. Oleh karena itu rakyat adalah subjek yang menentukan, bukan objek yang ditentukan.³

¹ Miriam Budiajo, *Dasar-dasar Ilmu Politik* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2008), h. 461

² Setiajidi, *Orientasi Politik yang Mempengaruhi Pemilihan Pemula dalam Menggunakan Hak Pilihnya Pada Pemilu 2010* (Jurnal Integralistik No.1/Th. XXII/2011, Januari-Juni 2011)

³ Arif Sugiono, *Pengaruh Faktor Eksternal Terhadap Keputusan Memilih Dalam Pemilu Presiden dan Wakil Presiden RI 2004* (Jurnal Universitas Lampung, Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik, 2004)

Dalam penerapan bahasa politik perlu adanya sarana atau alat yang mencakup semua latar belakang yang terdapat di masyarakat, serta efektif dalam melancarkan bahasa politik tersebut. salah satu bentuk sarana atau alat dalam berpolitik adalah media massa, baik itu media cetak maupun media elektronik. Pada praktiknya media massa berfungsi memberikan informasi-informasi yang sedang berkembang saat ini. Selain berfungsi memberikan informasi, media massa juga berfungsi sebagai sarana promosi partai-partai politik dalam memperluas pengaruhnya yaitu melalui iklan kampanye.

Para kandidat calon presiden dan wakil presiden RI periode 2019-2024 baik pasangan pertama yaitu, H. Joko Widodo bersama dengan K.H Ma'ruf Amin maupun pasangan kedua yaitu, H. Prabowo Subianto bersama dengan Sandiaga Salahuddin Uno mengetahui peran penting kampanye. Apalagi dengan kurun waktu kampanye yang sempit, proses kampanye harus dilakukan dengan efektif dan efisien.

Kemenangan pasangan Jokowi – Jusuf Kalla tidak bisa terlepas dari peran media massa karena media massa dapat mengarahkan opini publik berdasarkan isi atau berita yang dimuat. Di tahun 2014 pengaruh media kampanye Capres dan Cawapres Ir. H. Joko Widodo bersama Drs. H. M. Jusuf Kalla dalam kenaikan harga karet di Desa Jirak cukup besar. Kedudukan media sebagai alat untuk merekonstruksi dan mempengaruhi opini publik mampu mengarahkan pemikiran masyarakat untuk mendukung pasangan Jokowi – Jusuf Kalla.

digunakan oleh partai-partai politik serta politisi dalam berkampanye dan menyampaikan visi misi yang dimiliki partai-partai tersebut untuk menarik banyak simpatisan atau pendukung dalam pemilu.

Media iklan merupakan salah satu senjata partai politik dalam melancarkan visi dan misinya. Karena media iklan merupakan sarana yang memiliki pengaruh luas pada masyarakat dari berbagai ragam latar belakang.

Karakteristik yang melekat pada iklan ini yaitu bersifat audio-visual yaitu 'dengar' dan 'lihat'. Karakteristik ini dapat dikatakan sebagai keuntungan atau kelebihan suatu sarana promosi sehingga dipilih oleh tidak sedikit partai politik peserta Pemilu dalam pemilihan legislatif maupun dalam pemilihan calon presiden dan wakil presiden baik pada periode sebelumnya 2014-2019 maupun pada periode pemilu tahun 2019-2024.

Hal ini berangkat dari asumsi bahwa iklan dapat memainkan peranan yang sangat efektif dalam pengonstruksian identitas sosial, hubungan sosial, serta sistem pengetahuan, makna serta kuasa. Sehingga penelitian ini dilakukan untuk mengetahui wacana-wacana apa saja yang diciptakan dan berkembang pada pemilu periode 2019-2024 khususnya dalam pemilihan calon presiden dan wakil presiden dalam bentuk iklan kampanye serta keefektifitasan peran iklan dari segi kebahasaannya yang dideskripsikan dalam implikatur-implikatur yang membentuk sebuah peristiwa kebahasaan serta pelanggaran-pelanggaran prinsip kerja sama dalam iklan-iklan Capes dan Cawapres tersebut serta.

Dengan iklan politik, semula tidak tahu menjadi tahu, dari tidak peduli menjadi peduli, dan lain sebagainya. Bahasa sebagai salah satu unsur penyokong iklan yang paling penting, menjadi fokus penting dalam penelitian ini.

Kebenaran dalam media massa menjadi hal yang krusial karena kebenaran versi media kadang kala berbeda dengan kebenaran versi masyarakat. Hal ini karena aplikasi kebenaran dalam media dipengaruhi oleh lingkungan yang melingkupi media.⁴ Kebenaran merupakan unsur yang esensial bagi kelancaran proses demokrasi.⁵

Teori Spiral Keheningan (*The Spiral of Silence*) yang dikemukakan Elisabeth Noelle-Neuman, yang melukiskan betapa besar kecilnya pengaruh media kampanye Jokowi pada interaksi antara media dan massa, komunikasi atarpribadi, dan persepsi seseorang atas pandangannya dihubungkan dengan pandangan orang lain yang ada di sekitarnya.

Artinya media massa berperan penting sebagai pengaruh terhadap stigma masyarakat. Mengingat masyarakat tak asing lagi dengan media massa karena media massa menjadi konsumsi sehari-hari.

Berdasarkan hasil observasi penulis pada Oktober 2018 di desa Jirak kecamatan Jirak Jirak Jaya, masyarakat terbilang memiliki kesadaran politik sehingga hal yang menyangkut problematika dalam pemilihan umum ini bukanlah hal yang tabu bagi masyarakat, apalagi perihal *Media Kampanye*

⁴ Muhammad Mufid, *Etika dan Filsafat Komunikasi*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012), Cet. Ke-3, hlm 77

⁵ *Ibid.*, Hlm 75

banner Tim sukses Jokowi yang tertulis pada banner dalam kenaikan harga karet. Tema ini sangat berperan penting menjelang pemilu 2019 mendatang, terutama bagi masyarakat yang kurang update dengan perkembangan media massa dan politik. Melihat permasalahan tersebut, peneliti tertarik melakukan penelitian terhadap pengaruh media kampanye Jokowi dengan judul: **Pengaruh Kampanye Melalui Banner Oleh Capres RI No Urut 01 Tentang Kenaikan Harga Karet Terhadap Elektabilitas Suara di Pilpres 2019.**

B. Batasan Masalah

Agar penelitian ini tidak terlalu luas dan tujuannya dapat tercapai maka, perlu adanya pembatasan masalah dengan demikian, penulis hanya fokus kepada kampanye H. Joko Widodo - K.H Ma'ruf Amin yang dilakukan dengan media kampanye melalui banner yang dilakukan sesuai dengan jadwal kampanye dari KPU, yaitu dimulai pada tanggal 23 September 2018 – 13 April 2019 dan bertempat di Desa Jirak Kecamatan Jirak Jaya Kabupaten Musi Banyuasin.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti akan memfokuskan penelitian ini kedalam beberapa masalah yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana Opini masyarakat terhadap Janji Media Kampanye tentang Kenaikan Harga Karet Terhadap Elektabilitas Suara di Pilpres 2019 ?

2. Bagaimana Pengaruh Kampanye Melalui Banner Oleh Capres RI No Urut 01 Tentang Kenaikan Harga Karet Terhadap Elektabilitas Suara diPilpres 2019 ?

D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan penelitian

- a. Untuk mengetahui opini masyarakat tentang pengaruh kampanye melalui banner oleh capres RI no urut 01 tentang kenaikan harga karet Terhadap Elektabilitas Suara di Pilpres 2019 ?
- b. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kampanye melalui banner oleh capres RI no urut 01 tentang kenaikan harga karet Terhadap Elektabilitas Suara di Pilpres 2019 ?

2. Kegunaan Penelitian

- a. Kegunaan teoritis : Menambah kajian ilmu komunikasi yang berkaitan dengan penelitian media kampanye, sehingga hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi landasan pemikiran untuk penelitian-penelitian selanjutnya.
- b. Kegunaan praktis : Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi atau sumbangan pengetahuan sebagai informasi ilmiah terhadap perkembangan ilmu jurnalistik dan komunikasi bagi mahasiswa, khususnya mahasiswa Jurnalistik Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Fatah Palembang.

E. Tinjauan Pustaka

Tinjauan atau kajian yang dimaksud disini adalah mengkaji atau memeriksa daftar perpustakaan untuk mengetahui apakah permasalahan yang akan diteliti sudah ada mahasiswa yang meneliti atau membahasnya, setelah diadakan pemeriksaan pada berbagai sumber, ada beberapa sumber kepustakaan yang dapat dijadikan tinjauan oleh penulis dalam upaya menganalisis dan memahami penelitian.

Ahmad Fauzi, menggambarkan bahwa strategi kampanye yang digunakan oleh tim sukses Partai Gerindra yang ada di Kecamatan Geger melalui pendekatan terhadap kekarismaan tokoh kiai. Begitu juga dengan Kepala Desa (*Klebun*) yang banyak berpengaruh terhadap masyarakat di bawahnya.⁶ Persamaannya adalah sama-sama melihat strategi marketing politik. perbedaannya dari teori yang digunakan dan objek penelitiannya.

Misliyah, yang berjudul "*Komunikasi Politik Melalui Media Massa Pasangan Mochtar Muhammad – Rahmat Effendi (MuRah) dalam pilkada walikota bekasi periode 2008-2013*".⁷ Persamaannya adalah sama-sama membahas tentang komunikasi politik dalam media massa. Perbedaannya, lebih mengacu pada komunikasi politik melalui media massa sedangkan peneliti memfokuskan kepada pengaruh media kampanye banner capres no urut 01

⁶ Ahmad Fauzi (2014), "*Strategi Kampanye Caleq Partai Gerindra Dalam Pemilu 2014 di Kecamatan Geger Kabupaten Bangkalan Madura*". Skripsi, Yogyakarta : Fakultas Syari'ah Dan Hukum universitas Islam negeri Sunan Kalijaga.

⁷ Misliyah (2010), "*Komunikasi Politik Melalui Media Massa Pasangan Mochtar Muhammad – Rahmat Effendi (Murah) Dalam Pilkada Walikota Bekasi Periode 2008-2013*", Skripsi, Jakarta: Fakultas Ilmu Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri (UIN) Syarif Hidayatullah.

tentang harga karet, yang berarti peneliti lebih mengacu pada pengaruh masyarakat terhadap adanya komunikasi politik dalam media kampanye banner capres no urut 01.

Rhubido judul penelitian “Pemaknaan Sistem Tanda Pada Iklan Partai Politik di Televisi: Kajian Semiotika dan Pragmatik”.⁸ Meneliti tentang bagaimana partai politik mempengaruhi pemilik suara atau audiens dengan menggunakan wacana persuasif pada iklan di televisi. Objek penelitian di atas serupa dengan penelitian ini, yaitu bahasa dalam politik. Ada Persamaan pada penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah objek yang sama dengan beberapa penelitian sebelumnya yaitu berupa iklan kampanye politik, namun yang membedakan penelitian ini dengan penelitian di sebelumnya adalah penelitian ini mencoba meneliti bagaimana pengaruh media kampanye banner capres no urut 01 terhadap kepercayaan masyarakat.

F. Kerangka Teori

Salah satu topik dalam ilmu komunikasi massa yang banyak menarik perhatian adalah meninjau hubungan antara pendapat atau opini masyarakat dengan isi pesan media. Bagaimanakah interaksi antara kedua hal tersebut dapat terjadi? Bagaimanakah isi media memengaruhi opini masyarakat atau sebaliknya? Bagaimanakah individu memiliki opini mengenai berbagai masalah sosial kemasyarakatan? Apakah pendapat seseorang lebih dipengaruhi oleh orang lain, oleh media atautkah keduanya? Teori yang dinamakan *spiral of silence* atau

⁸ Rhubido (2009), “Pemaknaan Sistem Tanda Pada Iklan Partai Politik di Televisi: Kajian Semiotika dan Pragmatik”, Skripsi, Surabaya: Fakultas Ilmu Budaya Universitas Airlangga.

“spiral kebisuan” atau “keheningan” dapat membantu kita dalam menjawab berbagai pertanyaan tersebut.⁹

Teori ini diperkenalkan oleh Elizabeth Noelle Neumann, mantan jurnalis kemudian menjadi profesor emeritus pada salah satu Institut Publistik di Jerman. Teorinya banyak berkaitan dengan kekuatan media yang bisa membuat opini publik, tetapi di balik itu ada opini yang bersifat laten berkembang di tingkat bawah yang tersembunyi karena tidak sejalan dengan opini publik mayoritas yang bersifat manifes (nyata di permukaan). Opini publik yang tersembunyi dinamakan opini yang berada dalam lingkaran keheningan (*the spiral of silence*).¹⁰

Teori spiral kebisuan mengajukan gagasan bahwa orang-orang yang percaya bahwa pendapat mereka mengenai beberapa isu publik merupakan pandangan minoritas cenderung akan menahan diri untuk mengemukakan pandangannya, sedangkan mereka yang meyakini bahwa pandangannya mewakili mayoritas cenderung untuk mengemukakannya kepada orang lain.¹¹

Mereka yang memiliki pandangan minoritas biasanya cenderung untuk berhati-hati dalam berbicara atau bahkan diam saja. Hal ini akan memperkuat pandangan publik bahwa pendapat mereka lemah. Dalam hal ini teori spiral kebisuan berada di persimpangan jalan antara opini publik dan media. Suatu “opini” adalah pernyataan dari sikap, dan opini dapat berubah-ubah dalam hal intensitas dan stabilitasnya. Dengan mengacu pada interpretasi dalam

⁹ Morissan, *Teori Komunikasi*, (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2014), cet. Ke-2, hlm. 525-526

¹⁰ Hafied Cangara, *Komunikasi Politik*, (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2014), cet. Ke-4, hlm. 98

¹¹ Morissan, *Op.cit.*, hlm. 526

bahasa Inggris dan Perancis terhadap kata “opini”, Noelle-Neumann menyatakan bahwa opini adalah derajat persetujuan atau derajat kesepakatan dari suatu masyarakat tertentu. Menurutnya, dalam proses spiral kebisuan, opini adalah sama atau sinonim sebagai sesuatu yang dipandang dapat diterima.¹²

Dengan demikian, opini publik mengacu pada perasaan bersama dari suatu populasi atas suatu masalah tertentu. Sering kali, media menentukan masalah apa yang penting atau menarik bagi masyarakat, dan media sering kali menciptakan kontroversi terhadap suatu topik. Noelle-Neumann selanjutnya mengatakan bahwa opini publik dapat dipengaruhi oleh siapa yang menyetujui atau menolak suatu pandangan.¹³

1. Kampanye

Rogers dan Storey (1987) mendefinisikan kampanye sebagai serangkaian tindakan komunikasi yang terencana dengan tujuan untuk menciptakan efek tertentu pada sejumlah besar khalayak yang dilakukan secara berkelanjutan pada kurun waktu tertentu. Beberapa ahli komunikasi mengakui bahwa definisi yang diberikan Rogers dan Storey adalah yang paling populer dan dapat diterima dikalangan ilmuwan komunikasi. Jadi pada dasarnya kampanye merupakan hal lumrah yang sering ditemukan. Bahkan dalam beberapa waktu sering kali ditemukan implementasi dari proses kampanye yang tidak sejalan dengan regulasi yang telah disepakati bersama. Yang nantinya akan dijelaskan

¹² *Ibid.*, Hlm. 526-527.

¹³ *Ibid.*, Hlm. 527.

pada bagian selanjutnya.¹⁴ adapun jenis jenis kampanye adalah sebagai berikut :

Keputusan Komisi Pemilihan Umum (KPU) N0. 35 Tahun 2004 Tentang Kampanye Pemilihan Umum Presiden dan Wakil Presiden mengatur semua jenis atau bentuk kampanye. Ada 9 jenis kampanye yaitu:

- a. Debat publik / debat terbuka antar calon
- b. Kegiatan Lain yang tidak melanggar peraturan perundang-undangan
- c. Pemasangan alat peraga di tempat umum
- d. Penyebaran bahan kampanye kepada umum
- e. Penyebaran melalui media cetak dan media elektronik
- f. Penyiaran melalui radio dan atau televise
- g. Pertemuan Terbatas
- h. Rapat umum
- i. Tatap muka dan dialog

Selain itu terdapat pula jenis-jenis kampanye menurut beberapa sumber, yaitu:¹⁵

1) Product Oriented Campaigns

Kampanye yang berorientasi pada produk, umumnya terjadi di lingkungan bisnis, berorientasi komersial, seperti peluncuran produk baru. Kampanye ini biasanya sekaligus bermuatan kepentingan untuk

¹⁴ Venus Antar. *Manajemen Kampanye; Panduan Teoritis Dan Praktis Dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi*. Simbiosis Rekaatam Media, Bandung, 2004. hlm 20

¹⁵ Dan Nimmo. *Komunikasi Politik: Komunikator, Pesandan Media*. Bandung: Rosda. 2009 Hal 48-49

membangun citra positif terhadap produk barang yang diperkenalkan ke publiknya.

2) *Candidate Oriented Campaigns*

Kampanye ini berorientasi pada kandidat, umumnya dimotivasi karena hasrat untuk kepentingan politik. Contoh: Kampanye Pemilu, Kampanye Penggalangan dana bagi partai politik.

3) *Ideologically or cause oriented campaigns*

Jenis kampanye ini berorientasi pada tujuan-tujuan yang bersifat khusus dan seringkali berdimensi sosial atau *Social Change Campaigns* (Kotler), yakni kampanye yg ditujukan utk menangani masalah- masalah sosial melalui perubahan sikap dan perilaku publik yg terkait. Contoh: Kampanye AIDS, Keluarga Berencana dan Donor Darah.

4) Jenis Kampanye yang sifatnya menyerang (*attacking campaign*):

- Kampanye Negatif

Menyerang pihak lain melalui sejumlah data atau fakta yang bisa diverifikasi dan diperdebatkan.

- Kampanye hitam (*Black campaign*)

Kampanye yang bersifat buruk atau jahat dengan cara menjatuhkan lawan politik untuk mendapatkan keuntungan.

2. Masyarakat

Istilah *masyarakat* dalam bahasa Inggrisnya *society*, sedangkan istilah *komunitas* dalam bahasa Inggrisnya *community*. Dalam konteks keseharian, seringkali terjadi kesalahpahaman antara *society* dan *community*. Dua istilah

(konsep) tersebut sering ditafsirkan secara sama, padahal sangat berbeda artinya. *Society* atau masyarakat berbeda dengan komunitas (*community*) atau masyarakat setempat.

Terdapat perbedaan mendasar antara kedua konsep tersebut. Beberapa definisi mengenai masyarakat: Krech, seperti yang dikutip Nursyid, mengemukakan bahwa “*A society is that it is an organized collectivity of interacting people whose activities become centered arounds a set of common gods, and who tend to share common beliefs, attitudes, and modes of action.*”

Jadi ciri atau unsur masyarakat sebagai berikut:

1. Kumpulan orang.
2. Sudah terbentuk dengan lama.
3. Sudah memiliki *system social* atau struktur sosial tersendiri.
4. Memiliki kepercayaan, sikap, dan perilaku yang dimiliki bersama.¹⁶

Pada konsep ini, masyarakat lebih dicirikan oleh interaksi, kegiatan, tujuan, keyakinan, dan tindakan sejumlah manusia yang sedikit banyak berkecendrungan sama. Dalam masyarakat tersebut terdapat ikatan-ikatan berupa tujuan, keyakinan, tindakan, terungkap pada interaksi manusianya. Dalam hal ini, interaksi dan tindakan itu tentu saja, interaksi serta tindakan sosial.

Selanjutnya, Fairchild, et al. (1980: 300) memberikan batasan masyarakat sebagai berikut:

¹⁶ Elly M. Setiadi, dkk, *Ilmu Sosial Budaya Dasar*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2012), cet. Ke-8, hlm. 79-80

“Society is a group human beings cooperating in the pursuit of several of their major interest, in variably including self maintenance and self perpetuation. The concept of society includes continuity, complex, associational relationships, and a composition including representatives of fundamental human types, specifically men, women, and children.”

Unsur masyarakat menurut definisi tadi sebagai berikut:

1. Kelompok manusia.
2. Adanya keterpaduan atau kesatuan diri berlandaskan kepentingan utama.
3. Adanya pertahanan dan kekekalan diri.
4. Adanya kesinambungan.
5. Adanya hubungan yang pelik di antara anggotanya.

Menurut konsep ini, karakteristik dari masyarakat itu adalah adanya sekelompok manusia yang menunjukkan perhatian bersama secara mendasar, pemeliharaan kekekalan bersama, perwakilan manusia menurut sejenisnya yang berhubungan satu sama lain secara berkesinambungan. Dengan demikian, relasi manusia sebagai suatu bentuk masyarakat itu, tidak terjadi dalam waktu yang singkat, melainkan secara berkesinambungan dalam waktu yang relatif cukup lama.

Akhirnya, dapat dikemukakan definisi masyarakat menurut Horton dan Hunt sebagai berikut: *“a society is a relatively independents, self-perpetuating human group who occupy territory, share a culture, and have most of their association within this group.”*

Unsur atau ciri masyarakat menurut Horton dan Hunt sebagai berikut:

1. Kelompok manusia.
2. Sedikit banyak memiliki kebebasan dan bersifat kekal.
3. Menempati suatu kawasan.
4. Memiliki kebudayaan.
5. Memiliki hubungan dalam kelompok yang bersangkutan.

Dengan demikian, karakteristik dari masyarakat itu terutama terletak pada kelompok manusia yang bebas dan bersifat kekal, menempati kawasan tertentu, memiliki kebudayaan serta terjalin dalam suatu hubungan di antara anggota-anggotanya.¹⁷

Dari sekian banyak unsur masyarakat yang dikemukakan para ahli di atas, maka dapat disimpulkan masyarakat sebagai berikut:

1. Kumpulan orang.
2. Sudah terbentuk dengan lama.
3. Sudah memiliki sistem dan struktur sosial tersendiri.
4. Memiliki kepercayaan (nilai), sikap, dan perilaku yang dimiliki bersama.
5. Adanya kesinambungan dan pertahanan diri.
6. Memiliki kebudayaan.¹⁸

Dari pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa masyarakat adalah sekumpulan manusia yang hidup dalam satu wilayah tertentu, terikat dalam sebuah aturan atau norma serta kebudayaan dan memiliki struktur yang teratur.

¹⁷ *Ibid.*, Hlm. 80-82.

¹⁸ *Ibid.*, Hlm. 83-84.

G. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif yaitu penelitian yang menekankan analisisnya pada data-data numerical (angka) yang diolah dengan metod statistic. Data yang dikumpulkan bersifat kuantitatif atau dapat dikuantitatifkan dengan menghitung atau mengukur. Ini bearti sebelum turun kelapangan jenis data yang dikumpulkan merupakan data kuantitatif, lebih banyak angka bukan kata-kata atau gambar.¹⁹

2. Jenis data dan sumber

a. Jenis data

Jenis data dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Data kuantitatif ialah data- data yang dilambangkan dengan angka – angka atau jumlah yang berupa angket, data tersebut merupakan jawaban dari masyarakat desa Jirak mengenai pengaruh media kampanye melalui banner tentang kenaikan harga karet oleh capres RI no urut 01 terhadap elektabilitas suara di pilpres 2019.

b. Sumber Data

Dalam penelitian ini penulis akan menggunakan dua sumber data yaitu:

- a) Data primer yaitu data yang penulis peroleh dari hasil angket kepada masyarakat desa Jirak .
- b) Sumber data sekunder yaitu berfungsi sebagai pelengkap pada

¹⁹ Indrayanto, *metodelogi penelitian*,(Palembang:Noer Fikri,2017),hlm.213.

sumber data primer. Sumber data sekunder diperoleh dari buku-buku, website yang ada kaitannya dengan penelitian ini. Seperti jurnal, skripsi dan lain-lain.

3. Teknik Pengumpulan Data

untuk mendapatkan data yang diperlukan peneliti maka dilakukan dalam pengumpulan data dengan beberapa metode.

a. Angket

Angket adalah seperangkat pertanyaan tertulis yang diberikan kepada subjek penelitian untuk dijawab sesuai dengan keadaan subjek sebenarnya.²⁰ Angket yang digunakan dalam penelitian ini yaitu angket tertutup, yang dimana angket ini berisi pertanyaan – pertanyaan yang jawabannya telah disediakan oleh peneliti, sehingga responden tinggal memilih jawaban yang sesuai. Dalam penelitian ini angket akan disebar ke masyarakat desa Jirak kecamatan Jirak Jaya.

b. Observasi

“Observasi (pengamatan langsung) adalah metode pengumpulan data dengan mengamati secara langsung di lapangan. Mengamati bukan hanya melihat, melainkan juga merekam, menghitung, mengukur, dan mencatat kejadian – kejadian yang ada.”²¹

c. Dokumentasi

Metode dokumentasi, sumber informasi berupa bahan – bahan tertulis atau tercatat. Selain itu menurut Hasanuni Saleh metode dokumentasi

²⁰ Indrayanto, *Metodologi Penelitian*, (Palembang: NoerFikri, 2017), hal. 173.

²¹ *Ibid*, hal. 149.

merupakan metode untuk mencari data mengenai variabel-variabel yang berupa catatan, buku, surat kabar, notulen, agenda, dan sebagainya.²²

4. Populasi dan Sampel Penelitian

a. Populasi

Populasi adalah merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek/subyek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Itulah definisi populasi dalam penelitian.²³ Dalam penelitian ini, yang termasuk populasi adalah masyarakat Desa Jirak Kecamatan Jirak Jaya Kabupaten Musi Banyuasin, Jumlah masyarakat terdapat 80 kepala keluarga, jumlah seluruh penduduk desa Jirak Jaya sebanyak 398 jiwa sebagai populasi, sedangkan respondennya adalah 60 orang yang akan dijadikan sample oleh peneliti. Untuk lebih jelas dilihat pada table 1 membahas tentang total masyarakat desa Jirak Jaya, dapat dilihat pada tabel 1:

Table 1

Total Masyarakat Desa Jirak Jaya

No	Dusun/RT/RW	Laki – laki	Prempuan	Jumlah
1	Dusun 01 , Desa Jirak	74	68	142
2	Dusun 02 , Desa Jirak	60	60	120
3	Dusun 03 , Desa Jirak	77	59	136

²² Hasanudin Saleh, *Metodologi Reserach*, (Bandung: Tarsito, 1989), hal. 134

²³ Indrayanto, *Op.cit.*, hlm. 109

	Jumlah	211	187	398 jiwa
--	--------	-----	-----	----------

Sumber Data : kepala desa Jirak, kecamatan Jirak Jaya

b. Sampel

Sedangkan sampel adalah bagian populasi yang dipilih dengan “sampling” tertentu untuk bisa memenuhi atau mewakili populasi dengan kata lain sampel adalah sebagian yang diambil dari keseluruhan objek yang diteliti sehingga dianggap mewakili seluruh objek yang diteliti (populasi).²⁴

Menurut Arikunto, apabila subjeknya kurang dari 100, lebih baik diambil semua sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi. Selanjutnya, jika jumlah subjeknya besar dapat di ambil antara 10-15% atau 20-25% atau lebih. Karena jumlah sample diatas 100 orang, maka dalam penelitian ini, peneliti dapat mengambil sampel sebesar 15% sehingga jumlah sample adalah $15\% \times 398 = 59.7$ atau dibulatkan menjadi 60 orang.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *Random Sampling*. Menurut Suharsimi Arikunto,

²⁴ *Ibid.*, Hlm. 111.

teknik ini diberi nama demikian karena di dalam pengambilan sampelnya, peneliti “mencampur” subjek-subjek didalam populasi sehingga semua subjek di anggap sama. Untuk menentukan besarnya sampel, peneliti harus melakukannya dengan berbagai pertimbangan, antara lain keberagaman karakteristik misalnya jenis kelamin, tingkat pendidikan, usia, dan lain-lain yang sekiranya terkait dengan variabel yang diteliti.²⁵ Jadi teknik pengambilan sampel diambil secara *Random Sampling* dengan sampel ≤ 60 .

5. Variabel Penelitian

Variabel dapat didefinisikan sebagai konstruk yang memiliki variasi nilai atau konstruk yang sifatnya telah diberi nilai.²⁶ Dalam ilmu-ilmu alam, variabel-variabel yang digunakan umumnya nyata dapat di mengerti, diraba dan dapat dilihat sehingga kurang menimbulkan keragu-raguan akan maknanya.²⁷

Variabel pada hakikinya merupakan konsep yang mempunyai variasi nilai; sedangkan konsep yang mempunyai satu nilai disebut dengan “*constant*”. Kerlinger (1973) menyatakan “*Variable is a symbol to which*

²⁵ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2013), hlm. 177.

²⁶ Indrayanto, *Metodologi Penelitian*, (Palembang: NoerFikri, 2017), hlm. 128.

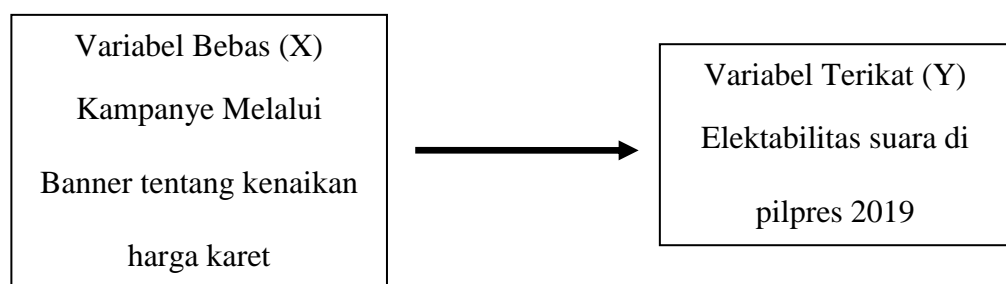
²⁷ *Ibid.*, Hlm. 128-129.

numerals or values are assigned,” sedangkan Bohnstedts (1982) menyatakan pula bahwa variabel adalah karakteristik dari orang, objek, atau kejadian yang berbeda dalam nilai-nilai yang dijumpai pada orang, objek, atau kejadian itu. Adapun Fraenkel dan Wallen (1993) menyatakan bahwa: *“A Variable is a concept---a noun that stands for variation within a class of objects Juga dikatakan bahwa variabel adalah sifat kasus (case) yang mempunyai kemungkinan lebih dari satu kategori.”*²⁸

Dalam penelitian ini peneliti akan menggunakan dua variabel yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi, menjelaskan, atau menerangkan variabel yang lain. Variabel ini menyebabkan perubahan pada variabel terikat, sedangkan variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau diterangkan oleh variabel lain tetapi tidak dapat mempengaruhi variabel yang lain.²⁹

Variabel bebas dalam penelitian ini adalah pengaruh media kampanye sedangkan variabel terikat adalah Opini. Dapat dilihat pada tabel 2:

Tabel 2
Variabel X dan Y



6. Definisi Oprasional Variabel

²⁸ Muri Yusuf, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2016), cet. Ke-3, hlm.102-103

²⁹ *Ibid.*, Hlm. 109.

Didalam penelitian disamping mengidentifikasi variable-variabel yang akan dikumpulkan, perlu diberi definisi oprasional, setiap variabel yang sudah diidentifikasi, definisi oprasional variabel berisikan indikator-indikator dari suatu variabel yang memungkinkan penelitian mengumpulkan data yang relevan untuk variabel tersebut.³⁰

Agar konsep-konsep dapat diteliti secara empiris, maka harus dioperasionalisasikan dengan mengubah menjadi variable yang bervariasi dan memiliki nilai. Dalam penelitian pengukuran variable menggunakan skala *Likert* skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok tentang kejadian atau gejala social. Dengan menggunakan skala *Likert*, maka variable yang akan diukur dijabarkan dari setiap jawaban yang dihubungkan dalam bentuk pertanyaan-pertanyaan atau dukungan sikap diungkapkan dengan kata – kata sebagai berikut:³¹

Penyekoran angket untuk favourebel

- | | | |
|------------------------|-------|---------------------|
| a. Sangat setuju | (SS) | nilainya adalah : 5 |
| b. Setuju | (ST) | nilainya adalah : 4 |
| c. Ragu-ragu | (RG) | nilainya adalah : 3 |
| d. Tidak setuju | (TS) | nilainya adalah : 2 |
| e. Sangat tidak setuju | (STS) | nilainya adalah : 1 |

Sedangkan untuk penyekoran skala unfavourabel

- | | | |
|------------------|------|---------------------|
| a. Sangat setuju | (SS) | nilainya adalah : 1 |
|------------------|------|---------------------|

³⁰ Skripsi herri.

³¹ Ridwan MBA, *Buku Dasar-Dasar Statistik*. CV Alfabeta (Bandung:2015), h. 10

- b. Setuju (ST) nilainya adalah : 2
- c. Ragu-ragu (RG) nilainya adalah : 3
- d. Tidak setuju (TS) nilainya adalah : 4
- e. Sangat tidak setuju (STS) nilainya adalah : 5

pada tabel ini membahas tentang variabel dan indikator penelitian, untuk lebih jelas dapat dilihat pada tabel 3:

Tabel 3
Variabel dan Indikator Penelitian

NO	VARIABEL	DIMENSI	INDIKATOR	SKALA
1.	Variabel (X) Kampanye melalui banner tentang kenaikan harga karet	Kampanye	1. Pesan yang disampaikan menarik 2. Mendapatkan perhatian besar oleh masyarakat	L I K E R T
		Capres	1. Kejujuran, Damai 2. Tidak menebar janji palsu	
2.	Variabel (Y) Elektabilitas Suara di Pilpres 2019	Elektabilitas	1. Popularitas pasangan calon capres dan cawapres meningkat. 2. Pengaruh terhadap pilihan masyarakat	
		Pilpres	1. Pergantian Presiden	

			2. Menyalurkan hak suara	
--	--	--	--------------------------	--

7. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap masalah penelitian yang kebenarannya harus diuji secara empiris. Hipotesis menyatakan hubungan apa yang dicari atau ingin dipelajari. Hipotesis adalah keterangan sementara dari hubungan fenomena-fenomena yang kompleks.³² Hipotesis yang menyatakan ada hubungan atau perbedaan antara variabel satu dengan lainnya diidentifikasi sebagai hipotesis penelitian atau hipotesis alternatif atau hipotesis kerja. Sebaliknya, hipotesis yang menyangkal atau meniadakan hubungan atau perbedaan antara satu dan lainnya diidentifikasi sebagai hipotesis nol atau hipotesis statistik.³³ Konsep mengenai hipotesis adalah hipotesis alternatif yang biasa dilambangkan dengan H_a atau sebagai hal yang benar dan hipotesis nol biasa dilambangkan dengan H_o .³⁴

H_a : Adanya Pengaruh kampanye melalui banner tentang kenaikan harga karet oleh capres RI no urut 01 Terhadap Elektabilitas suara di pilpres 2019

H_o : Tidak Adanya Pengaruh kampanye melalui banner tentang kenaikan harga karet oleh capres RI no urut 01 Terhadap Elektabilitas suara di pilpres 2019

³² Indrayanto, *Op.cit.*, hlm. 139

³³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, (Bandung: Alfabeta, 2015), hlm. 9

³⁴ Sumadi Suryabrata, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), hlm. 23

8. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian deskriptif kuantitatif, analisis kuantitatif adalah analisis yang menggunakan alat analisis bersifat kuantitatif, yaitu alat analisis yang menggunakan model-model, seperti model matematika (misalnya fungsi multivariat), model statistik, dan ekonometrik. Hasil analisis disajikan dalam bentuk angka-angka yang kemudian dijelaskan dan diinterpretasikan dalam suatu uraian.³⁵

Pada penelitian ini analisis data menggunakan bantuan sistem program SPSS 23 dengan pengelolaan data sebagai berikut:

a) Uji Validitas

Validitas ialah mengukur apa yang ingin diukur.³⁶ Uji validitas ini menggunakan sistem program SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) versi 23 untuk mengukur valid atau tidaknya data yang dikumpulkan.

b) Uji Reliabilitas

Reliabilitas ialah mengukur instrumen terhadap ketepatan (konsisten). Reliabilitas disebut juga keterandalan, keajegan, *consistency*, *stability* atau *dependability*, khusus untuk skala Gutman disebut *reproducibility*.³⁷

³⁵ Misbahuddin, Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2014), cet. Ke-2, hlm. 33

³⁶ Husaini Usman, Purnomo Setiady Akbar, *Pengantar Statistika*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2015), cet. Ke-7, hlm. 287

³⁷ *Ibid.*,

Uji reabilitas yang digunakan pada penelitian ini menggunakan rumus alpha cronbach. Rumus Alpha Cronbach sebagai berikut:

$$\alpha = \left(\frac{K}{K-1} \right) \left(\frac{s_r^2 - \sum s_i^2}{s_x^2} \right)$$

Keterangan:

α = koefisien reabilitas alpha cronbach

K = Jumlah Item Pertanyaan Yang Diuji

$\sum S_i^2$ = Jumlah variasi skor intern

SX^2 = Variasi skor

Penghitungan reabilitas dengan rumus di atas Azdilakukan dengan menggunakan sistem program SPSS versi 23.

H. Sistematika pembahasan

Untuk memudahkan peneliti dalam penelitian ini, maka sistematika pembahasannya adalah sebagai berikut:

BAB 1 PENDAHULUAN. Bab ini membahas tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, tinjauan pustaka, kerangka teori, variabel penelitian, definisi operasional, hipotesis penelitian, metodologi penelitian dan sistematika pembahasan.

BAB II PENGARUH, KAMPANYE, ELEKTABILITAS DAN PILPRES . Bab ini membahas permasalahan yang diteliti diantaranya, pengertian kampanye, pengertian masyarakat, serta pengaruh media kampanye terhadap kepercayaan masyarakat.

BAB III KONDISI OBJEKTIF PENELITIAN. Kondisi objektif penelitian ini membahas mengenai letak geografis, sejarah berdiri, struktur organisasi pemerintahan desa Jirak kecamatan Jirak Jaya kabupaten Musi Banyuasin.

BAB IV ANALISIS DATA. Bab ini membahas tentang hasil penemuan dan analisis data tentang pengaruh media kampanye Jokowi dalam kenaikan harga karet terhadap kepercayaan masyarakat Desa Jirak Kecamatan Jirak Jaya Kabupaten Musi Banyuasin.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN. Bab ini menguraikan tentang kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan dan memberikan saran. Serta pada bagian terakhir termuat daftar pustaka dan lampiran-lampiran.