

BAB V

PEMBAHASAN

A. Kampanye Politik

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. Dan pada perkembangannya kampanye sangatlah penting dalam perhelatan politik yang ada di Indonesia ini. Kampanye begitu berpengaruh pada hasil akhir sebuah pemilu atau pemilihan umum. Hal ini terlihat dengan besarnya angka yang telah di input pada parson. betapa besar pengaruh yang dihasilkan dari data tersebut yaitu 77 % yang mana angka ini sangat besar.

Dalam undang-undang ada beberapa jenis kampanye yang diperbolehkan, 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

Namun pasangan hariyanti sutrisno hanya memakai 7 dari kesembilan kampanye dan dengan ketujuh ini sebenarnya sudah cukup untuk mencakup keseluruhan. Karena dengan ketujuh hal itu Hariyanti sudah mampu mendapatkan angka elektabilitas yang begitu besar.

Ketujuh jenis kampanye itu adalah :

- 1) Debat publik / debat terbuka antar calon
- 2) Pemasangan alat peraga di tempat umum
- 3) Penyebaran bahan kampanye kepada umum
- 4) Penyebaran melalui media cetak
- 5) Penyiaran melalui radio dan atau televisi
- 6) Pertemuan Terbuka
- 7) Tatap muka dan dialog.

Dalam penelitian yang telah dilakukan oleh beberapa lembaga survey memang pasangan Incumben memenangkan suara dan tidak tanggung – tanggung hampir 70% nilai yang sangat tinggi. Hal ini dikarenakan pasangan calon tidak menggunakan semua jenis kampanye yang diperbolehkan melainkan beberapa dan melakukannya secara maksimal dan efisien. Bukan hanya itu, pasangan Incumben yang telah bekerja untuk kabupaten Kediri ini memang sering melakukan kontak langsung terhadap masyarakat.

B. Faktok yang Mempengaruhi Tingginya Elektabilitas Pasangan Calon *Incumbent*

Dalam penelitian ini penulis setuju dengan apa yang disampaikan oleh penasehat politik pasangan *incumbent* Hariyanti sutrisno yaitu Azis Mustofa, M.Si bahwa ada tujuh faktor yaitu :
(1)Popularitas,(2)Ketertarikan Publik(3)karakter pasngan calon dimata publik(4)Pengaruh

terhadap pilihan publik(5)keterpilihan publik(6)kelayakan dimata publik(7)Keyakinan masyarakat terhadap pasangan calon. Dari data yang didapat oleh penulis memang benar adanya bahwa ketujuh factor tersebut sangat berpengaruh pada tingginya elektabilitas yang dimiliki pasangan calon HarMas dalam pemilukada Kabupaten Kediri 2015. Hal ini terbukti dengan hasil yang mana setiap responden menjawab sering dan sering sekali dalam kuesioner, dan bahkan tidak ada yang menjawab jarang.Namun tidak dipungkiri juga bahwa ada faktor yang paling dominan dan yang mana inilah yang sangat besar berpengaruh terhadap Elektabilitas pasangan yaitu Karakter Pasangan Incumben Dimata Publik.

Karakter pasangan calon dimata public memiliki nilai yang tinggi dalam semua lini masyarakat. Mereka merasa bahwa Karakter Hariyanti sutrisno cukup mampu membangun Kabupaten Kediri. Karakter disini juga mencakup bagaimana program – program kedepan pasangan calon Incuben dalam membenahi keadaan Kabupaten Kediri Lima tahun kedepan. Masyarakat cenderung ragu terhadap pangan lawan yang mana karakter mereka belum diketahui selaku pasangan yang baru di Kabupaten Kediri.

C. Pengaruh Kampanye Politik Terhadap Elektabilitas

Dalam penelitian yang dilakukan oleh penulis, pengaruh yang ditimbulkan oleh kampanye politik sangatlah besar dan signifikan. Data pada perhitungan manual dengan rumus korelasi product moment parsondidapati jumlah 0,883 ini menunjukkan betapa kuatnya pengaruh kampanye terhadap elektabilitas. Dalam uji korelatif dengan menggunakan *SPSS 0.16* pada table 4.2 juga didapati nilai signifikansi yang sangat tinggi yaitu 0,869 yang jika melihat pada table pembantu maka nilai ini dikatakan sangat tinggi. Dari segala lini satu indicator semua indicator

pada kampanye politik memiliki pengaruh yang besar yaitu antara 4,5 sampai 5 atau nilai maksimal.

Akan tetapi ada indikator yang memiliki presentasi paling tinggi yaitu pertemuan terbuka seperti panggung gembira yang mana hal ini dapat dimanfaatkan karena masyarakat yang dapat hadir sangat besar. Untuk menunjang hal ini pada poin pertanyaan kuesioner masyarakat ditanya tentang kampanye yang paling mereka senangi dan hasilnya 48 % memilih kampanye terbuka.

