

PERENCANAAN KOMUNIKASI POLITIK PARTAI DEMOKRASI INDONESIA PERJUANGAN (PDI-P) DI KABUPATEN KETAPANG PADA PEMILU LEGISLATIF TAHUN 2014

Oleh:
Xaverius Hengkigun Plasa
NIM. E02110075

Program Studi Ilmu Politik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Tanjungpura Pontianak. Tahun 2016

Abstrak

Penelitian ini berusaha melihat bagaimana perencanaan komunikasi politik yang dilakukan Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDI-P) di Kabupaten Ketapang pada masa kampanye tahun 2014. Suatu alasan mengapa perencanaan komunikasi politik PDI-P yang menjadi aspek penelitian adalah karena pencapaian perolehan suara PDI-P di Kabupaten Ketapang yang mampu memenangkan pemilu legislatif. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Teknik pengumpulan data diperoleh dengan cara wawancara mendalam kepada informan dan teknik dokumentasi. Setelah data diperoleh, data tersebut dianalisis dengan cara reduksi data, penyajian data, dan verifikasi data. Adapun temuan dari perencanaan komunikasi politik PDI-P di Kabupaten Ketapang mengenai persiapan dan konsolidasi partai sepenuhnya dilakukan oleh BP-Pemilu. Penetapan masalah atau isu kampanye lebih menitikberatkan pada isu yang dialami oleh masyarakat daerah pada masa kini seperti kebutuhan infrastruktur yang belum memadai, masalah ekonomi, dan masalah pendidikan. Masalah tersebut disusun dan dijadikan materi pada proses kampanye dan ditujukan kepada masyarakat di daerah pedalaman dengan tujuan ingin mengubah cara berpikir masyarakat pedalaman Kabupaten Ketapang. Berarti kampanye politik yang akan dilaksanakan memiliki tujuan yakni memberikan pendidikan politik kepada masyarakat. Komunikator politik dalam kampanye diberikan mandat sepenuhnya kepada caleg PDI-P, dengan cara bekerjasama antara caleg kabupaten, caleg provinsi, dan caleg tingkat pusat. Penyebarluasan pesan politik melalui saluran komunikasi dilakukan melalui media seperti baliho, banner, kalender, dan pamflet. Perencanaan komunikasi politik yang dilakukan PDI-P dirasakan cukup baik, namun kemenangan dan kepercayaan masyarakat harus dijadikan pertimbangan bagi partai politik dalam implementasi fungsinya di parlemen, sehingga masalah dan isu yang diungkapkan pada masa kampanye tidak hanya dilihat sebagai janji-janji politik saja.

Kata-kata Kunci: Perencanaan Komunikasi Politik, Pemilu, BP-Pemilu, PDI-P.

THE POLITICAL COMMUNICATION PLANNING OF PDI-P IN KETAPANG ON LEGISLATIVE ELECTIONS IN YEAR OF 2014

Abstract

This study tried to see how political communication planning was done by PDI-P in Ketapang regency during the campaign in 2014. The One reason why political communication planning of PDI-P as the aspect of this research, because the vote achievement of PDI-P in Ketapang regency was capable to win the legislative election. This research used descriptive qualitative study as the method. The techniques of the data collection was obtained by interviewing the informants and documentation. After having acquired the data, the data would be analyzed by using data reduction, presentation, and verification. The research findings of political communication planning of PDI-P in Ketapang regency on the preparation and consolidation of the party was widely done by *watchdog election* (BP-pemilu). In determining the problem or issue of campaign was focused on a local communities such as inadequate of infrastructure needs, economic, and education. The problem was arranged and addressed to the public in rural areas

particularly by meant to change the way of inhabitant thinking in rural Ketapang. It Meaned that the implementation of political campaigns carried out had many purposes of giving political education to the constituent or community. In the campaign, the mandate of political communicator was fully given to the candidates of PDI-P, by doing some cooperation between candidates such as candidates from district, provincial candidates, and candidates from central level. The dissemination of political messages was done through media of communication such as billboards, banners, calendars and pamphlets. Political communication of PDI-P was well done, eventrthough the election winning and the civils trust should be considerate by the political party to implement, as the result is the problems and political issues which declared when campaign not only be the political engagements.

Keywords: Political Communication Planning, Election, watchdog election (BP-pemilu), PDI-P.

A. PENDAHULUAN

Kondisi demokrasi di Indonesia telah menempatkan partai politik sebagai pilar utama penyangga sekaligus penyelenggara demokrasi. Hal itu berarti tidak ada penyelenggaraan demokrasi tanpa partai politik. Menurut Alan Ware (dalam Gatara 2008:189) konteks negara modern atau kontemporer, orang sangat sulit berbicara politik tanpa membicarakan partai politik. Itulah sebabnya dalam suatu negara (sistem politik), tidak dapat dipungkiri kalau partai politik memiliki peranan yang sangat tinggi.

Keberadaan partai politik dipandang sebagai salah satu indikator berjalannya sistem politik yang mengakui keberadaan rakyat dalam penyelenggara kekuasaan negara. Keberadaan Partai Politik dalam menumbuhkan demokrasi sudah tercermin dalam peraturan perundang-undangan. Partai Politik berhak mengajukan calon dalam Pemilihan Umum Legislatif (Pemilu

Legslatif), yang berarti bahwa proses politik dalam Pemilihan Umum (Pemilu) jangan sampai mengebiri atau bahkan menghilangkan peran dan eksistensi Partai Politik.

Pemilu merupakan ajang bagi masyarakat untuk melakukan partisipasi politik sesuai dengan kehendak bebas atau berdasarkan hati nurani masing-masing individu dalam masyarakat untuk menentukan partai dan tokoh yang berhak mewakili rakyat. Dalam sistem perwakilan (*representasi*), tak ada cara lain yang dapat dilakukan untuk memilih wakil yang akan mewakili di parlemen, kecuali melalui pemilu. Dengan demikian siapapun yang terpilih dan mendapat dukungan paling banyak dianggap memiliki dukungan paling banyak dari yang lainnya. Keyakinan khalayak untuk mendukung seorang calon wakil rakyat tertentu banyak tergantung pada upaya calon wakil rakyat untuk menyebarluaskan profil, visi dan misi pada

pelaksanaan kampanye sebagai tahapan dari proses kegiatan pemilu.

Masa kampanye juga merupakan praktek langsung yang dilakukan politikus dalam bentuk terjun langsung kepada masyarakat untuk menjalankan strategi yang telah direncanakan sebelumnya. Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDI-P) merupakan salah satu Partai Politik yang ikut sebagai peserta dalam Pemilu Legislatif di Kabupaten Ketapang pada tahun 2014. Bentuk-bentuk kampanye yang dilakukan oleh PDI-P merupakan cerminan atau gambaran dari perencanaan komunikasi politik yang dilakukan oleh PDI-P itu sendiri. Berdasarkan pengamatan peneliti pada masa kampanye, bentuk-bentuk kampanye yang dilakukan oleh PDI-P dilaksanakan dengan beragam cara. Ada kegiatan kampanye langsung yaitu kampanye yang dilakukan dengan bentuk dialogis, kampanye di lapangan terbuka, dan kampanye dari rumah ke rumah (*door to door*). Selain kampanye langsung, ada juga kegiatan kampanye tidak langsung, yaitu melalui perantara media seperti baliho. Kegiatan kampanye tidak langsung ini dimaksudkan untuk menyebarluaskan profil Caleg, visi dan misi partai, dan slogan-slogan yang sifatnya persuasif.

Melihat hasil perolehan suara yang diperoleh pada Pemilu Legislatif tahun 2014, PDI-P salah satu Partai Politik sebagai peserta Pemilu di Kabupaten Ketapang yang mendapatkan perolehan suara terbanyak dari partai-partai lainnya. Hasil perolehan suara oleh 12 (dua belas) Partai Politik yang mengikuti kompetisi pada pemilu legislatif tahun 2014 di Kabupaten Ketapang terlihat perbedaan hasil yang sangat signifikan.

Berdasarkan Data di KPU Kabupaten Ketapang pada Pemilu Legislatif tahun 2014 terdapat bahwa Jumlah Daftar Pemilih Tetap (DPT) Kabupaten Ketapang sebanyak 353.911 jiwa. Terdiri dari 185.410 (52,3%) pemilih berjenis kelamin laki-laki, dan terdiri dari 168.501 (47,7%) jiwa pemilih berjenis kelamin perempuan. Jumlah partai politik peserta pemilu sebanyak 12 partai politik yang masing-masing berkompetisi untuk memperebutkan 45 (empat puluh lima) kursi yang tersedia. Hasil perolehan jumlah kursi di Kabupaten Ketapang berdasarkan urutan dari yang terbanyak yaitu diperoleh PDI-P 9 (sembilan) kursi, kemudian partai Golkar 8 (delapan) kursi, selanjutnya Partai Amanat Nasional memperoleh 6 (enam) kursi, Partai Hanura 5 (lima) kursi, Partai Demokrat 5 (lima) kursi, Partai Persatuan Pembangunan 4 (empat) kursi, Partai Nasional Demokrat 3 (tiga)

kursi, dan Partai Kebangkitan Bangsa 2 (dua) kursi.

Penelitian ini berusaha mengetahui bagaimana perencanaan komunikasi politik PDI-P dalam kampanye politik sehingga mampu memenangkan suara di Kabupaten Ketapang, karena dari hasil perolehan suara, PDI-P unggul dari 12 (dua belas) partai yang berkompetisi pada pemilu legislatif tahun 2014.

B. TINJAUAN PUSTAKA

1. Pemilihan Umum

Samuel P. Huntington dalam Gatara (2009: 207) menyebutkan bahwa prosedur utama demokrasi adalah pemilihan para pemimpin secara kompetitif oleh rakyat yang bakal mereka pimpin. Hal tersebut memberikan pengertian bahwa dalam proses penyelenggaraan demokrasi, pemilu merupakan proses seleksi pemimpin berdasarkan keinginan rakyat yang melakukan pemilihan secara kompetitif.

Sedangkan Gatara (2009:207) mendefinisikan pemilu adalah lembaga sekaligus prosedur praktik politik untuk mewujudkan kedaulatan rakyat yang memungkinkan terbentuknya sebuah

pemerintah perwakilan (*representative government*).

Selanjutnya menurut Undang-undang No. 02 Tahun 2008 tentang Partai Politik memberikan penjelasan bahwa partai politik adalah organisasi yang bersifat nasional dan dibentuk oleh sekelompok warga negara Indonesia secara sukarela atas dasar kesamaan kehendak dan cita-cita untuk memperjuangkan dan membela kepentingan politik anggota, masyarakat, bangsa dan negara, serta memelihara keutuhan Negara Kesatuan Republik Indonesia berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.

Kemudian, dalam sistem pemilu Sahid Gatara (2009:211) membedakan dua kategori sistem pemilu, yaitu:

- a. Sistem Distrik, merupakan sistem pemilu yang dilaksanakan berdasarkan kesatuan geografis. Setiap kesatuan geografis mempunyai satu wakil di dewan perwakilan rakyat
- b. Sistem Proporsional, konsep ini dalam penentuan jumlah perwakilan berdasarkan penjumlahan suara di suatu wilayah. Masing-masing daerah diberi jatah kursi berdasarkan jumlah penduduk dan kepadatan penduduk di daerah bersangkutan.

2. Partai Politik

Menurut Soltau dalam Budiardjo (2001:161) Partai Politik merupakan sekelompok warga negara yang sedikit banyak terorganisir, yang bertindak sebagai suatu kesatuan politik dan yang dengan memanfaatkan kekuasaannya untuk memilih-bertujuan menguasai pemerintahan dan melaksanakan kebijakan umum mereka.

Secara lebih sederhana Budiardjo (2001:60) mengatakan bahwa Partai Politik adalah suatu kelompok yang terorganisir yang anggota-anggotanya mempunyai orientasi, nilai-nilai, cita-cita yang sama. Tujuan kelompok ini ialah untuk memperoleh kekuasaan politik dan merebut kedudukan politik (biasanya) dengan cara konstitusional untuk melaksanakan kebijaksanaan-kebijaksanaan mereka.

Sebuah organisasi politik dapat dikatakan sebuah partai politik menurut Austin Ranney dalam Gatara (2008:190) harus memiliki cirri-ciri fundamental, yaitu:

- a. Berwujud kelompok - kelompok masyarakat yang memiliki identitas.
- b. Terdiri dari beberapa orang yang terorganisasi, yang dengan sengaja bertindak bersama-sama untuk mencapai tujuan-tujuan partai;
- c. Masyarakat mengakui bahwa Partai Politik memiliki legitimasi berupa hak-

hak untuk mengorganisasikan dan mengembangkan diri mereka;

- d. Beberapa tujuannya di antaranya mengembangkan aktivitas-aktivitas, partai bekerja melalui mekanisme pemerintahan yang mencerminkan pilihan rakyat; dan
- e. Aktivitas inti Partai Politik adalah menyeleksi kandidat untuk jabatan publik.

Partai Politik digunakan sebagai sarana dan saluran untuk mendapatkan kekuasaan dan legitimasi. Untuk mendapatkan kekuasaan politik melalui partai politik, suatu konsekuensi dari sistem representasi politik tentunya pemilu legislatif dijadikan ajang oleh caleg/partai politik untuk berkompetisi untuk mencari dukungan konstituen dan masyarakat agar dapat terpilih sebagai wakil rakyat di parlemen.

3. Konsep Komunikasi Politik

Komunikasi politik memiliki dua unsur konsep yang berbeda yaitu konsep *Komunikasi* dan *Politik*. Kajian tentang dua bidang ilmu ini tentunya memiliki relevansi.

Cangara (2011:11) mengungkapkan pembelajaran komunikasi politik lebih berkisar pada aktivitas politik secara praktis, misalnya rapat kerja partai, pemilu, dan kampanye.

Komunikasi politik menurut Althof dalam Kuswarno (2011:413) adalah transmisi informasi yang relevan secara politis dari satu bagian sistem politik kepada sistem politik yang lain, dan antara sistem sosial dengan sistem politik – merupakan unsur dinamis suatu sistem politik, dan proses sosialisasi, partisipasi, serta rekrutmen politik bergantung pada komunikasi.

Sedangkan Kantaprawira (1983:25), memfokuskan pada kegunaannya, yaitu untuk menghubungkan pikiran politik yang hidup dalam masyarakat, baik pikiran intra golongan, institusi, asosiasi, ataupun sektor kehidupan politik masyarakat dengan sektor kehidupan politik pemerintah.

Aktivitas politik secara praktis dapat dikatakan serangkaian kegiatan komunikasi politik menurut menurut Dan Nimmo dalam Cangara (2011:31) jika mengandung unsur-unsur (1) komunikator politik; (2) adanya pesan politik; (3) memiliki saluran atau media politik; (4) sasaran atau target politik; dan (5) pengaruh atau efek komunikasi politik.

4. Perencanaan Komunikasi Politik pada Kampanye

Menurut Cangara (2011:232) Perencanaan komunikasi adalah suatu teknik

dalam memproses berbagai alternatif yang tersedia untuk mencapai tujuan komunikasi. Ia melibatkan pengambilan keputusan, pengendalian dan penetapan alokasi sumber-sumber daya komunikasi secara logis. Jadi sebuah kegiatan seperti kampanye politik harus direncanakan lebih awal jika ingin mencapai sasaran dengan tepat. Dalam perencanaan komunikasi dikenal beberapa langkah yang harus ditempuh dalam pelaksanaan kampanye.

Menurut Assifi dan French dalam Cangara(2011:232) terdapat 8 (delapan) langkah yang dapat dilakukan dalam menyusun perencanaan komunikasi dalam kampanye, yakni: (1) Menganalisis masalah, (2) Menganalisis khalayak, (3) Merumuskan tujuan (*objective*), (4) Memilih media, (5) Mengembangkan pesan, (6) Merencanakan produksi media, (7) Merencanakan manajemen program, dan (8) Monitoring dan evaluasi.

Sedangkan Cangara (2011:234) menyatakan tahapan perencanaan komunikasi untuk sebuah aktivitas kampanye, pada prinsipnya dapat dikombinasikan satu sama lain, sehingga langkah-langkah yang akan dilakukan untuk sebuah kampanye adalah sebagai berikut:

a. Penemuan dan penetapan masalah, langkah pertama untuk melakukan

kegiatan kampanye harus dimulai dengan penemuan masalah. Masalah adalah selisih antara harapan dan kenyataan, atau selisih antara aspirasi dan realitas. Untuk menemukan suatu masalah maka diperlukan fakta dan realitas.

- b. Menetapkan tujuan yang ingin dicapai, tujuan adalah suatu keadaan atau perubahan yang diinginkan sesudah pelaksanaan rencana. Kriteria penetapan tujuan yakni perubahan bagaimana yang diinginkan. Dalam konteks politik, tujuan kampanye yang diinginkan adalah keluar sebagai pemenang dalam pemilu. Bisa juga dibuat tujuan dengan cara melihat presentase kemenangan.
- c. Penetapan strategi, merupakan langkah krusial yang memerlukan penanganan secara hati-hati dalam kampanye. Dalam penetapan strategi, hal yang harus dilakukan adalah penetapan beberapa unsur komunikasi politik yang meliputi komunikator politik atau juru kampanye, sasaran atau segmentasi khalayak, kemudian menentukan pesan politik.
- d. Penyebarluasan pesan melalui media komunikasi.

C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif dengan metode kualitatif. Jenis penelitian deskriptif yaitu jenis penelitian yang bermaksud untuk mendeskripsikan atau menggambarkan bagaimana perencanaan komunikasi politik yang dilakukan oleh PDI-P di Kabupaten Ketapang pada pemilu legislatif tahun 2014. Pada penelitian kualitatif, peneliti sendiri merupakan instrumen pengumpul data utama dengan menggunakan metode penelitian yang meliputi pengamatan, wawancara dan penelaahan dokumen. Data-data yang diperoleh akan dikumpulkan dan diolah sesuai kebutuhan peneliti. Metode penelitian kualitatif mengutamakan manusia sebagai instrumen penelitian.

Dalam penelitian ini, penulis melakukan beberapa hal sebagai bentuk langkah-langkah dalam penelitian. Langkah-langkah tersebut meliputi sebagai berikut:

- a. Pengkajian atau penelitian kepustakaan (berkaitan dengan teori-teori dan konsep, metode penelitian dan lain sebagainya), penelusuran literatur maupun dokumen-dokumen yang dianggap penting dalam menunjang proses penelitian ini.
- b. Mempersiapkan surat-surat untuk penelitian seperti surat tugas maupun surat izin yang terkait dengan instansi

- serta mempersiapkan alat yang digunakan untuk penelitian lapangan.
- c. Mempersiapkan sarana penunjang ketika di lapangan seperti pedoman wawancara, alat-alat penyimpanan untuk dokumentasi data-data berupa *soft file*, arsip instansi dan membuat daftar nama informan yang akan dituju sebagai sumber informasi.
 - d. Melakukan pengolahan dan penyusunan data yang diperoleh dari hasil survey maupun pengamatan di lapangan, serta melakukan analisis data sesuai dengan pendekatan dan metodologi penelitian.
 - e. Penyusunan laporan penelitian berdasarkan data yang didapat di lapangan.

Dalam penelitian ini yang menjadi subjek penelitian adalah pengurus Dewan Pimpinan Cabang PDI-P di Kabupaten Ketapang, Badan Pemenang Pemilu (BP Pemilu) Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan Kabupaten Ketapang tahun 2014, KPU Kabupaten Ketapang, dan Panwaslu Kabupaten Ketapang. Sedangkan objek penelitian ini adalah perencanaan komunikasi politik PDI-P di Kabupaten Ketapang dalam kampanye pada Pemilu Legislatif tahun 2014.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah:

- a. Melakukan wawancara secara langsung kepada subjek penelitian, guna pengumpulan data primer dengan mengacu kepada suatu panduan wawancara yang sudah dipersiapkan sebelumnya agar tidak menyimpang dari tujuan penelitian.
- b. Dokumentasi, yaitu melihat arsip, foto copy surat menyurat, mengumpulkan photo-photo ketika pelaksanaan kampanye, melihat rekapitulasi perolehan suara dalam pemilu yang ada kaitannya dengan penelitian pada saat berada di lokasi penelitian.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis dengan model interaktif. Menurut Milles dan Huberman (dalam Sugiyono 2005:91) aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas dalam analisis data yaitu:

- a. Mereduksi data, berarti merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya.
- b. Penyajian data, dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan,

hubungan antar kategori, *flowchart* dan sejenisnya.

- c. Verifikasi data, kesimpulan dalam penelitian kualitatif adalah temuan berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih remang-remang atau gelap sehingga setelah diteliti menjadi jelas, dapat berupa hubungan kausal atau interaktif, hipotesis atau teori.

Selanjutnya untuk menguji kredibilitas data pada penelitian ini peneliti lebih memfokuskan pada triangulasi sumber yaitu melakukan pengecekan data yang diperoleh melalui beberapa sumber dan dari hasil wawancara dengan beberapa informan untuk memastikan validitas data yang diperoleh.

D. PROSES PERENCANAAN KOMUNIKASI POLITIK PDI-P PADA MASA KAMPANYE

Kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan perencanaan yang dilakukan PDI-P di Kabupaten Ketapang menjelang kampanye termasuk kegiatan pematangan strategi dan rencana operasional yang dilihat sebagai upaya dalam pemenangan pemilu. Kegiatan yang dilakukan juga dilaksanakan

untuk membangun infrastruktur yang baik dan menjadikan Caleg PDI-P tahun 2014 di Kabupaten Ketapang ikut aktif bekerjasama dan memiliki tanggungjawab yang penuh terhadap pelaksanaan pemilu terutama dalam mempersiapkan diri dalam berhubungan langsung dengan konstituen politik pada masa kampanye.

Sebagai partai nasionalis dan partai yang mempunyai roh kedaulatan rakyat, PDI-P memiliki ciri khas tersendiri dalam mewarnai dinamika perpolitikan di Indonesia termasuk aktivitas politik pada masa pemilu yang dapat dirasakan sampai ke daerah-daerah dan pelosok tanah air. Dalam piagam perjuangan tertuang bahwa semangat demokrasi partai berlambang banteng ini telah menempatkan kekuasaan tertinggi terletak di tangan rakyat yang diwujudkan melalui kedaulatan anggota partai dan diselenggarakan sepenuhnya melalui kongres Partai. Kebangsaan menempatkan prinsip kewarganegaraan yang mengakui adanya kesamaan hak dan kewajiban warga Negara tanpa terkecuali sebagai dasar satu-satunya dalam pengelolaan partai. Prinsip ini menemukan bentuk konkretnya lewat sifat PDI-P sendiri sebagai partai terbuka yang menempatkan kemajemukan sebagai identitas bangsa. Keadilan sosial mengungkapkan komitmen PDI-P untuk

mengarahkan segala aktivitas politik para kader bagi kepentingan rakyat.

Ideologi kerakyatan yang dianut PDI-P atau biasa dikenal dengan istilah (*marhenisme*), menjadikan PDI-P sebagai partai kerakyatan dengan tetap berpegang teguh pada prinsip berdaulat di bidang politik, berdikari di bidang ekonomi, dan berkepribadian sebagai bangsa (Tri Sakti Bung Karno). Segala sesuatu yang berkaitan dengan aktivitas politik PDI-P ataupun arah politik yang dilaksanakan oleh kader partai mencerminkan jati diri partai itu sendiri.

Proses perencanaan komunikasi politik PDI-P di Kabupaten Ketapang pada pemilu legislatif tahun 2014 merupakan aktivitas politik yang tidak terlepas dari ideologi partai sebagai tonggak dan merupakan dasar bagi kader untuk menciptakan haluan dan arah perpolitikan bagi kepentingan rakyat. Berdasarkan informasi dari Wakil Ketua Struktural BP-Pemilu PDI-P Kabupaten Ketapang proses perencanaan dilakukan dengan mengadakan pertemuan yang berkelanjutan sebelum masa kampanye dilaksanakan, agenda dan jadwal pertemuan diatur oleh Ketua BP-Pemilu PDI-P Kabupaten Ketapang. Pertemuan dilaksanakan agar kegiatan kampanye yang dilakukan terarah sesuai dengan haluan dan arah tujuan partai politik.

1. Masalah dan Isu Kampanye PDI-P di Kabupaten Ketapang

Penetapan masalah atau pemilihan isu dalam kampanye merupakan langkah awal dalam tahapan perencanaan komunikasi politik. Hal ini penting untuk dilakukan oleh setiap partai politik dalam menghadapi kampanye dan pemilu. Masalah itu sendiri merupakan kesenjangan antara fenomena yang terjadi dengan bagaimana seharusnya atau sewajarnya fenomena itu sendiri terlaksana

Konteks masalah dalam hal ini merupakan hal-hal yang berkaitan dengan fenomena politik, sosial, dan ekonomi dalam tatanan kehidupan masyarakat. Masalah tersebut diidentifikasi dan dibentuk menjadi sebuah isu atau materi khusus yang akan disampaikan kepada masyarakat, sehingga tujuannya adalah untuk mempersuasi segenap masyarakat agar tertarik dengan isu ataupun materi kampanye yang dilakukan oleh Partai Politik dan Caleg. Untuk penentuan isu dan materi kampanye dalam persiapan kampanye PDI-P di Kabupaten Ketapang, berdasarkan hasil wawancara dengan Wakil Ketua Struktural BP-Pemilu PDI-P Kabupaten Ketapang:

“.....dalam penentuan dan pembahasan materi kampanye dan koordinasi kita melakukan pertemuan secara berkelanjutan

sampai masa kampanye dimulai, yang melibatkan segenap pengurus DPC dan Ketua-ketua PAC di tingkat kecamatan....”

Tujuan ditetapkan masalah dalam komunikasi politik agar bentuk-bentuk komunikasi yang dilakukan mengandung konsep masalah dan solusi pemecahan masalah dari Caleg selaku komunikator Politik. Pemilihan masalah dan pengendalian isu yang cermat jika dipublikasikan kepada khalayak pada masa kampanye dapat membangun, mengendalikan, dan mengontrol opini positif khalayak secara khusus berkaitan dengan figur caleg dan partai politiknya.

Kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh PDI-P Kabupaten Ketapang terkait perencanaan dalam aktifitas kampanye dan pembentukan strategi pemenangan pemilu PDI-Perjuangan di Kabupaten Ketapang secara langsung dilaksanakan oleh BP-Pemilu yang diketuai langsung oleh Budi Mateus, S.Pd selaku pimpinan DPC PDI-P Kabupaten Ketapang. Konsolidasi internal dalam pembahasan masalah pemilu secara langsung dipimpin dan diatur oleh Budi Mateus, S.Pd.

Pertemuan dan koordinasi yang dilakukan oleh PDI-P Kabupaten Ketapang menjelang pemilu tidak dijadwalkan secara terstruktur, hal ini dinyatakan oleh Wakil

Ketua Struktural BP-Pemilu PDI-P Kabupaten Ketapang:

“.....penjadwalan pembahasan persiapan pemilu serta pembahasan agenda kampanye ditentukan oleh Pak Ketua, agenda pertemuan juga diatur oleh beliau....”

Pernyataan tersebut juga dinyatakan oleh pernyataan ketua PAC PDI-P di tingkat Kecamatan Simpang Dua Kabupaten Ketapang:

“....kita ikut pertemuan sesuai undangan oleh Ketua, undangan disebarkan melalui via SMS nanti kita di daerah berkumpul di sekretariat Kabupaten....”

Dalam beberapa kali pertemuan yang dilakukan ada beberapa hal yang menjadi persoalan pokok yang akan dijadikan acuan oleh caleg PDI-P dan persoalan pokok tersebut dijadikan isu atau materi dalam kampanye. Hal ini juga telah dipilih dengan mempertimbangkan aspek internal dan eksternal partai. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan Wakil Ketua Struktural BP-Pemilu PDI-P Kabupaten Ketapang ada beberapa hal yang menjadi pokok persoalan yang dipilih menjadi isu dalam kampanye:

“.....kemenangan yang diraih PDI-P merupakan hasil kerja keras bersama kami semua, ada beberapa hal yang menjadi pokok masalah dan disampaikan pada masa

kampanye berlangsung, kita fokus dengan masyarakat pedalaman kabupaten ketapang yang jauh dari masalah pembangunan, terutama infrastruktur, sebagai partai yang besar kita berkomitmen bahwa pembangunan menjadi tanggungjawab bersama, selanjutnya ketokohan Ibu Ketua Umum, Megawati Soekarno Putri dan Pak Gubernur Kalimantan Barat selaku ketua DPD PDI-P Kalbar dan masih menjabat sebagai gubernur....”

Pokok persoalan yang menjadi isu dalam kampanye PDI-P Kabupaten Ketapang tersebut juga dinyatakan oleh Ketua Pelaksanaan Harian BP-Pemilu PDI-P Kabupaten Ketapang dalam wawancara yang dilakukan:

“....kita ingin memberikan pencerahan terhadap masyarakat bahwa masalah infrastruktur jalan merupakan hal pokok yang harus diperjuangkan, kegiatan ekonomi dan rutinitas masyarakat akan menjadi lamban jika akses jalan tidak memadai....”

Untuk lebih meyakinkan penulis dengan informasi yang diperoleh, berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan Ketua Panwaslu Kabupaten Ketapang Tahun 2014:

“....sejauh pantauan, kegiatan kampanye yang dilakukan PDI-P tidak ada melanggar

peraturan. Sebagai lembaga pengawas, kita memiliki jaringan sampai ke daerah, ada beberapa laporan mengenai pelanggaran yang dilakukan PDI-P, namun Panwaslu tidak dapat memproses kasus yang dilaporkan oleh beberapa kelompok masyarakat. Dalam hal ini panwaslu harus tegas, jika laporan tidak dicukupkan dengan barang bukti maka kita tidak melanjutkan laporan yang ada....”

Dari informasi beberapa narasumber di atas, dapat diketahui bahwa hal pokok yang menjadi perhatian PDI-P dan dijadikan isu dalam kampanye politik pada pemilu legislatif di Kabupaten Ketapang, PDI-P Kabupaten Ketapang lebih menitikberatkan pada isu yang dialami oleh masyarakat masa kini seperti kebutuhan infrastruktur yang belum memadai, masalah ekonomi, dan masalah pendidikan. Berikut dijelaskan beberapa poin yang berkaitan dengan masalah yang menjadi isu PDI-P Kabupaten Ketapang:

a. Perhatian terhadap masyarakat, yaitu komitmen Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan sebagai partai yang memiliki ideologi kerakyatan yang memberikan perhatian untuk berjuang demi kesejahteraan masyarakat Kabupaten Ketapang.

- b. Adanya penyampaian program-program partai yang bersentuhan terhadap kalangan bawah terutama terhadap kondisi masyarakat pedalaman Kabupaten Ketapang yang jauh dari sentuhan pembangunan dan infrastruktur.
- c. Merawat ketokohan dan lembaga seperti sosok Megawati Soekarno Putri terkesan menjadi strategi untuk mendongkrak popularitas partai, serta Bapak Gubernur Kalbar Drs. Cornelis, SH, M.Si selaku ketua DPD PDI-P.

Penentuan isu atau materi kampanye politik PDI-P di Kabupaten Ketapang memberikan gambaran bahwa dalam proses perencanaan, adanya keinginan Partai sebagai organisasi politik yang berkomitmen untuk membangun wawasan masyarakat di bidang politik. Penyampaian materi kampanye yang dilakukan oleh calon anggota legislatif PDI-P selaku komunikator politik yang merupakan salah satu unsur komunikasi politik memberikan gambaran bahwa, proses kampanye yang akan dilaksanakan merupakan suatu tanggungjawab bersama sebagai organisasi politik untuk memberikan pendidikan politik kepada masyarakat secara khusus di Kabupaten Ketapang.

2. Tujuan Kampanye PDI-P di Kabupaten Ketapang

Kampanye politik yang dilakukan PDI-P di Kabupaten Ketapang merupakan bentuk komunikasi politik yang dilakukan secara terencana, terstruktur dan terlembaga. Berdasarkan hasil wawancara dengan Wakil Ketua Struktural BP-Pemilu PDI-P Kabupaten Ketapang:

“.....tujuan kampanye sebenarnya kita ingin menang dan mencari suara sebanyak mungkin, yang menjadi tujuan partai kampanye ini dijadikan ajang untuk mendekati diri dengan masyarakat. Keinginan kita masyarakat merespon baik dengan apa yang kita sampaikan....”

Mengenai tujuan kampanye yang dilakukan oleh PDI-P, diungkap juga oleh Ketua Pelaksana Harian BP-Pemilu PDI-P Kabupaten Ketapang yang juga Caleg PDI-P tahun 2014 di Kabupaten Ketapang:

“.....kegiatan kampanye yang kita lakukan untuk mencari suara sebanyak-banyaknya. Semua caleg PDI-P berlomba-lombalah mencari simpati rakyat....”

Kegiatan kampanye dilakukan secara segaja yang diarahkan untuk menciptakan perubahan pada tataran cara berpikir khalayak sebagai konstituen politik. Pada tataran ini pengaruh yang diharapkan PDI-P adalah munculnya kesadaran, berubahnya

keyakinan atau meningkatnya pengetahuan khalayak tentang isu atau masalah yang ditetapkan. Namun dalam melaksanakan kampanye, bukan tidak ada kendala yang dihadapi oleh caleg PDI-P dalam aktivitas kampanye, Wakil Ketua Struktural BP-Pemilu PDI-P Kabupaten Ketapang menyatakan:

“.....ditanya mengenai kendala yang dihadapi, pengalaman yang saya rasakan dalam kampanye sangat banyak kendala yang dirasakan terutama dalam menghadapi masyarakat yang tidak memahami sepenuhnya tentang kegiatan yang dilakukan. Maklum juga di kampung-kampung, sangat banyak oknum masyarakat yang berpikir kalau kedatangan kita hanya untuk menghambur-hambur uang....”

Dalam konteks politik, kegiatan kampanye yang dilakukan PDI-P di Kabupaten Ketapang tidak hanya sebatas aktivitas yang dilakukan untuk mencari suara masyarakat. Namun, ada hal yang lebih penting mengenai produk politik yang ditawarkan yaitu masalah dan isu yang dikemukakan, sehingga adanya suatu perubahan yang diinginkan dari pelaksanaan kegiatan tersebut. Artinya kegiatan kampanye yang dilakukan PDI-P di Kabupaten Ketapang tidak hanya sebatas mengejar target yang telah ditetapkan, namun kegiatan kampanye

yang dilakukan mampu mengajak masyarakat sebagai konstituen politik agar mampu menilai dan menelaah isu yang ditawarkan. Berarti pelaksanaan kampanye politik yang akan dilaksanakan memiliki tujuan yakni memberikan pendidikan politik kepada konstituen atau masyarakat. Tujuan dari pendidikan politik itu sendiri memberikan gambaran bahwa PDI-P sebagai organisasi politik di Kabupaten Ketapang berkeinginan untuk mengubah dan membentuk tata perilaku masyarakat agar sesuai dengan tujuan politik yang dapat menjadikan setiap individu sebagai partisipan politik yang bertanggung jawab.

Dalam konteks kampanye, pendidikan politik yang dilakukan PDI-P sebagai tujuan dari aktivitas kampanye merupakan proses kegiatan baik yang dilakukan dengan bentuk kampanye langsung maupun tidak langsung antara kandidat atau caleg sebagai pemberi pesan (*komunikator*) yang dalam hal ini diibaratkan sebagai pendidik dan masyarakat di Kabupaten Ketapang sebagai penerima pesan (*komunikan*). Model kampanye yang dilakukan jelas akan memberikan peluang yang lebih besar kepada masyarakat untuk mengetahui secara langsung bagaimana profil dan materi yang disampaikan dan caleg dari PDI-P.

3. Penetapan Strategi

Tahapan ini juga termasuk ke dalam perencanaan komunikasi politik menjelang masa kampanye. Penetapan strategi yang dilakukan oleh PDI-P di Kabupaten Ketapang merupakan upaya dalam rangka mempersiapkan caleg dari PDI-P selaku peserta kampanye dalam menghadapi konstituen politik. Kegiatan yang dilakukan merupakan pemantapan strategi dengan mempertimbangkan berbagai aspek terkait kondisi internal partai politik sebagai pelaksana kampanye maupun khalayak yang menjadi sasaran kampanye.

Langkah awal yang dilakukan dalam penetapan strategi kampanye adalah penetapan komunikator politik. Komunikator memegang peranan yang sangat penting dalam aktivitas kampanye. Untuk itu, seorang komunikator yang akan bertindak sebagai juru kampanye harus terampil berkomunikasi, kaya ide, serta penuh dengan daya kreativitas. Adapun yang menjadi komunikator, berdasarkan hasil wawancara dengan ketua pelaksana harian BP-Pemlu PDI-P Kabupaten Ketapang:

“.....pembicara atau yang menyampaikan materi kampanye adalah kita semua yang terdaftar sebagai calon anggota legislatif dari PDI-P.....”

Informasi lain mengenai komunikator politik yang dilakukan oleh PDI-P pada masa kampanye di Kabupaten Ketapang juga disampaikan oleh Wakil Ketua Struktural BP-Pemilu PDI-P Kabupaten Ketapang:

“.....komunikator atau pembicara saat kampanye adalah kita selaku caleg PDI-P, apapun bentuk kampanye yang dilakukan, apakah itu di dalam ruangan misalnya dari rumah ke rumah ataupun di lapangan kita sendirilah selaku caleg yang menyampaikan visi dan misi, walaupun ditambah oleh tim sukses waktu kampanye tapi ide pokok yang harus disampaikan tetap kita sendiri yang tentukan....”

Penetapan strategi kampanye yang dimaksud adalah mempersiapkan caleg PDI-P selaku komunikator dalam menghadapi khalayak dari berbagai latar belakang dan dari beragam kalangan. Jika penetapan strategi keliru maka hasil yang diperoleh juga bisa fatal, terutama kerugian dari segi waktu materi dan tenaga.

Koordinasi yang dilakukan oleh caleg PDI-P Kabupaten Ketapang dalam pemantapan strategi kampanye menjelang masa kampanye diungkapkan juga oleh Wakil Ketua Struktural BP-Pemilu PDI-P Kabupaten Ketapang:

“.....sebelum kampanye berlangsung, kita juga melakukan koordinasi membicarakan masalah peraturan kampanye yang dikeluarkan oleh KPU. Hal yang ditakuti adalah kegiatan yang dilakukan melanggar peraturan yang telah ditetapkan, jika ada dari kita yang melanggar peraturan kan ada konsekuensi secara tidak langsung yang ditanggapi masyarakat dan lawan politik kita, apalagi sampai diproses secara hukum. Kita harus menjaga nama baik diri selaku caleg dan partai politik....”

Teknis kegiatan yang dilakukan oleh caleg PDI-P Kabupaten Ketapang dalam kampanye langsung diungkapkan oleh Wakil Ketua Struktural BP-Pemilu PDI-P Kabupaten Ketapang:

“.....agar kegiatan kampanye berjalan dengan baik, Partai memberikan kebebasan untuk melakukan kampanye secara bersamaan dengan caleg provinsi, dan caleg tingkat pusat. Tujuannya agar bisa menghemat biaya dan menjalin kebersamaan dalam PDI-P sendiri....”

Agar kegiatan terkoordinir dengan baik antara satu caleg dan caleg lainnya dalam proses kampanye, partai melakukan konsolidasi dalam rangka penyatuan persepsi dan ideologi. Mengenai teknis kegiatan dalam kampanye, partai juga memberikan kebebasan untuk saling bekerjasama antara

caleg tingkat Kabupaten, caleg tingkat Provinsi, dan caleg tingkat Pusat. Alasan Partai memberikan kebebasan ini agar dalam proses kampanye adanya kebersamaan antara caleg dan dapat menghemat biaya kampanye.

Selanjutnya analisis khalayak yang akan dijadikan sasaran kampanye. Memahami masyarakat, terutama yang akan menjadi target sasaran dalam kampanye, merupakan hal yang sangat penting. Sebab semua aktivitas komunikasi kampanye diarahkan kepada mereka. Khalayaklah yang nantinya akan menentukan berhasil atau tidaknya aktivitas kampanye yang dilakukan. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh penulis, pernyataan Wakil Ketua Struktural BP-Pemilu PDI-P Kabupaten Ketapang menyatakan bahwa khalayak yang menjadi sasaran utama dalam aktivitas kampanye PDI-P di kabupaten Ketapang:

“.....pada pemilu legislatif di Kabupaten Ketapang kali ini yang menjadi fokus PDI-P adalah masyarakat pedalaman, walaupun di Kota Ketapang suara PDI-P juga cukup signifikan hal tersebut menunjukkan bahwa masyarakat masih menaruh harapan dengan PDI-P....”

Informasi ini juga dinyatakan oleh kader PDI-P sekaligus caleg PDI-P Provinsi

dapil Kabupaten Ketapang dan Kabupaten Kayong Utara:

“.....saya melakukan 108 titik pertemuan dalam kampanye di Kabupaten Ketapang, secara keseluruhan kegiatan yang dilakukan dilaksanakan di daerah-daerah hingga pedalaman kampung-kampung. Di Ketapang Kota hanya dilaksanakan 4 titik pertemuan bersama dengan caleg tingkat kabupaten....”

Kemudian tahap perencanaan yang dilakukan adalah penyusunan pesan politik. Pesan kampanye merupakan sarana yang akan membawa sasaran mengikuti apa yang diinginkan dari program kampanye. Adapun pesan politik yang ditetapkan PDI-P Kabupaten Ketapang dalam Kampanye disampaikan oleh Wakil Ketua Struktural BP-Pemilu PDI-P Kabupaten Ketapang:

“.....mengenai pesan politik, PDI-P sendiri menentukan tema umum dan digunakan oleh seluruh caleg dalam alat peraga kampanye. Tema tersebut adalah Berjuang Untuk Kesejahteraan Rakyat. Tema ini juga menjadi jati diri partai....”

Pesan yang ditentukan PDI-P Kabupaten Ketapang dalam aktivitas kampanye adalah tema umum Partai. Tema ini menjadi pesan yang disampaikan setiap caleg dari PDI-P di setiap alat peraga kampanye.

4. Penyebarluasan Pesan melalui Media Komunikasi

Pemilihan media sebagai saluran komunikasi politik merupakan hal yang sangat penting, karena berkaitan dengan penyampaian maksud dan tujuan kampanye yang akan diterima masyarakat sebagai penerima pesan politik. Pemilihan media komunikasi sangat erat kaitannya dengan unsur komunikasi politik yaitu sasaran atau target politik dan pengaruh yang akan terjadi setelah pesan yang merupakan maksud dan tujuan kampanye itu diterima masyarakat. Memperhatikan unsur tersebut sebagai bahan pertimbangan dalam penyebarluasan pesan, berarti menciptakan efektivitas dalam kampanye.

Pemilihan media sebagai saluran untuk menyebarluaskan profil caleg dari PDI-P dan pesan politik berdasarkan informasi yang dikemukakan Wakil Ketua Struktural BP-Pemilu PDI-P Kabupaten Ketapang adalah melalui baliho, banner, cetakan kalender, dan kartu nama. Pemilihan media seperti baliho dan banner dirasakan efektif sebagai saluran komunikasi di daerah-daerah. Kader PDI-P yang juga caleg PDI-P tingkat Provinsi mengatakan penyebarluasan profil caleg di daerah dirasakan dapat diterima masyarakat karena penyebarannya terjangkau sampai ke

kampung-kampung. Untuk pemilihan media elektronik, kalau di daerah pedalaman belum cukup efektif karena jangkauan dan akses signal belum memadai, jikapun melalui saluran televisi, semua masyarakat pedalaman belum secara merata memiliki televisi.

Informasi yang diperoleh terkait pemilihan saluran komunikasi untuk menyebarluaskan profil dan pesan politik yang dilakukan caleg PDI-P di Kabupaten Ketapang lebih banyak menggunakan baliho dan banner. Adapun dasar pertimbangan yang diungkapkan Wakil Ketua Struktural BP-Pemilu PDI-P lebih mudah untuk menyebarluaskannya melalui tim yang dianggap dipercaya masing-masing caleg di daerah masing-masing. Penyebaran media pada prinsipnya berbeda satu sama yang lainnya, tergantung dari sifat, karakteristik dan jangkauan media itu sendiri.

E. PENUTUP

Perencanaan Komunkasi yang dilakukan dirasakan cukup baik, bentuk kampanye yang dilakukan PDI-P Kabupaten Ketapang pada pemilu legislatif tahun 2014 di Kabupaten Ketapang merupakan upaya-upaya yang dilakukan untuk memperoleh

dukungan masyarakat. Beragam bentuk kampanye yang dilakukan, dari kegiatan kampanye tertutup dengan jumlah masa yang terbatas hingga kampanye terbuka di lapangan yang dilakukan secara bersama antara caleg tingkat kabupaten, tingkat provinsi, dan tingkat pusat.

a. Kesimpulan

1. Pemlihan masalah yang dilakukan oleh PDI-P Kabupaten Ketapang pada pemilu legislatif tahun 2014 di Kabupaten Ketapang lebih menitikberatkan pada isu yang dialami oleh masyarakat daerah masa kini seperti kebutuhan infrastruktur yang belum memadai, masalah ekonomi, dan masalah pendidikan. Dalam penentuan isu dalam kampanye, PDI-P Kabupaten Ketapang melakukan konsolidasi internal parta dan pertemuan dimana agenda dan jadwal pertemuan diatur oleh Ketua BP-Pemilu PDI-P Kabupaten Ketapang tahun 2014.
2. Kegiatan kampanye PDI-P Kabupaten Ketapang dilakukan secara segaja yang diarahkan untuk menciptakan perubahan pada tataran cara berpikir khalayak sebagai konstituen poltik. Pada tataran ini berarti PDI-P melakukan pendidikan politik di mana pengaruh yang diharapkan PDI-P adalah munculnya

kesadaran, berubahnya keyakinan atau meningkatnya pengetahuan khalayak tentang isu atau masalah yang ditetapkan. Penetapan strategi yang dilakukan oleh PDI-P di Kabupaten Ketapang merupakan upaya dalam rangka mempersiapkan caleg dari PDI-P selaku peserta kampanye dalam menghadapi konstituen politik. Kegiatan yang dilakukan merupakan pemantapan strategi dengan mempertimbangkan berbagai aspek terkait kondisi internal partai politik sebagai pelaksana kampanye maupun khalayak yang menjadi sasaran kampanye.

3. Pemilihan media sebagai saluran untuk menyebarluaskan profil caleg dari PDI-P dan pesan politik berdasarkan informasi yang dikemukakan Wakil Ketua Struktural BP-Pemilu PDI-P Kabupaten Ketapang adalah melalui baliho, banner, spanduk, cetakan kalender, dan kartu nama. Pemilihan media seperti baliho dan banner dirasakan efektif sebagai saluran komunikasi di daerah-daerah.

b. Saran

1. Bagi PDI-P Kabupaten Ketapang dalam menentukan jadwal dan agenda

pertemuan sebagai langkah memantapkan strategi kampanye semestinya ditulis dan disusun secara detail. Sebagai sebuah organisasi politik yang terstruktur yang mencakup luas wilayah, penentuan waktu dan agenda pertemuan merupakan langkah awal dan sangat strategis terutama dalam menyiasati kondisi politik yang berkembang dalam masyarakat.

2. Dalam menganalisis masalah seharusnya menggunakan metode SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, and Threats*) yang lebih memfokuskan diri partai politik pada kalkulasi peluang pencapaian tujuan kampanye (dalam Venus 2004:146). *Strength* dan *Opportunity* dapat dikelompokkan sebagai pertimbangan-pertimbangan positif yang mendukung terlaksananya program kampanye, sedangkan *Weakness* dan *Threats* dapat dikelompokkan pada kondisi-kondisi negatif yang harus dihadapi pada masa kampanye.

3. Mengenai pemilihan khalayak atau sasaran kampanye yang dilakukan oleh PDI-P semestinya berdasarkan identifikasi mengenai kondisi atau keadaan masyarakat yang akan dijadikan sasaran dalam aktifitas

kampanye. Menurut Arens (dalam Venus 2004:150) *Geographic segmentation* berkaitan dengan ukuran atau luas daerah, lokasi spesifik, jenis media serta budaya komunikasi di daerah tempat tinggal sasaran. *Demographic segmentation* dilakukan dengan melihat karakteristik jenis kelamin, usia, suku, pendidikan, pekerjaan, dan pendapatan sasaran. *Behaviouristic segmentation* dengan melihat status, gaya hidup, dan jenis perilaku lainnya. *Psycographic segmentation* dilakukan dengan melihat emosi serta nilai budaya yang dianut oleh masyarakat yang akan dijadikan sasaran kampanye.

4. Kemenenangan dan kepercayaan masyarakat harus dijadikan pertimbangan bagi partai politik dalam implementasi fungsinya di parlemen, sehingga masalah dan isu yang diungkapkan pada masa kampanye tidak hanya dilihat sebagai janji-janji politik saja.

F. REFERENSI

1. Sumber Buku:

Budiardjo, Miriam. 2001. *Dasar-dasar Ilmu Politik*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Cangara, Hafied. 2011. *Komunikasi Politik (Konsep, Teori, dan Strategi)*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Gatara, Sahid. 2008. *Ilmu Politik (Memahami dan Menerapkan)*. Bandung: Pustaka Setia.

Haris, S. 1998. *Menggugat Pemilihan Umum Orde Baru*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.

Harrison, L. 2009. *Metodologi Penelitian Politik*. Jakarta: Prenada Grup.

Kantaprawira R. 1983. *Sistem Politik Indonesia: Suatu Model Pengantar*. Bandung: Iris Press.

Kuswarno, Engkus, dkk. 2011. *Komunikasi Kontekstual (Teori dan Praktik Komunikasi Kontemporer)*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Moleong, J. Lexy. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosda Karya.

Moleong, J. Lexy. 2009. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosda Karya.

Muhtadi, A.S. 2008. *Kampanye Politik*. Bandung: Buah Batu. Sinar Baru Algesindo.

Nimmo, Dan. 2001. *Komunikasi Politik (Khalayak dan Efek)*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset.

Nasir. M. 2005. *Metode Penelitian*. Bogor: Graha Indonesia.

Sugiyono. (2005). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.

Surbakti, Ramlan. 2010 *Memahami Ilmu Politik*. Jakarta: PT. Grasindo.

Suyanto, dkk. 2013. *Metode Penelitian Sosial (Berbagai Alternatif Pendekatan)*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.

Usman, Husaini. 2000. *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
Varma, S.P. 1995. *Teori Politik Modern*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Venus, Antar. 2004. *Manajemen Kampanye: Panduan Teoritis dan Praktis dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

2. Dokumen Negara:

Undang-undang Nomor 10 Tahun 2008 tentang Pemilihan Umum Anggota Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan Perwakilan Daerah, dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah.

Undang-undang Nomor 02 Tahun 2008 Tentang Partai Politik.



LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN UNGGAH / PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK JURNAL ELEKTRONIK MAHASISWA

Sebagai sivitas akademika Universitas Tanjungpura, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama Lengkap : XAVERIUS HENGKIGUN PLASA
NIM / Periode lulus : E02110075/II
Tanggal Lulus : 11 Desember 2015
Fakultas/ Jurusan : ISIP / ILMU POLITIK
E-mail address/ HP : Sapebanua24@gmail.com/085245058424

demi pengembangan ilmu pengetahuan dan pemenuhan syarat administratif kelulusan mahasiswa (S1), menyetujui untuk memberikan kepada Pengelola Jurnal Mahasiswa Aspirasi*) pada Program Studi ILMU POLITIK Fakultas Ilmu sosial dan Ilmu Politik Universitas Tanjungpura, Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul**):

PERENCANAAN KOMUNIKASI POLITIK PARTAI DEMOKRASI INDONESIA PERJUANGAN (PDI-P) DI KABUPATEN KETAPANG PADA PEMILU LEGISLATIF TAHUN 2014

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif ini, Pengelola Jurnal berhak menyimpan, mengalih-media/ format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/ mempublikasikannya di Internet atau media lain):

- Secara *fulltext*
 content artikel sesuai dengan standar penulis jurnal yang berlaku.

untuk kepentingan akademis tanpa tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/ pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Pengelola Jurnal, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.



Mengetahui/ disetujui
Pengelola Jurnal Publikasi Aspirasi

Orti Fahriansyah, S.IP, M.Si
NIP. 196911222002121002

Dibuat di : Pontianak
Pada tanggal : 21 Januari 2016

XAVERIUS HENGKIGUN PLASA
NIM. E2110075

Catatan :
*tuliskan nama jurnal sesuai prodi masing-masing
(Publika/Governance/Aspirasi/Sociodev/Sosiologique)

Setelah mendapat persetujuan dari pengelola Jurnal, berkas ini harus di scan dalam format PDF dan dilampirkan pada step4 upload supplementary sesuai proses unggah penyerahan berkas (submission author)