

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Deskripsi Teoritik

A. Tinjauan Umum Tentang Pengaruh Pola Kampanye

1. Pengertian Pengaruh

Pengaruh merupakan efek yang terjadi setelah dilakukannya proses penerimaan pesan sehingga terjadilah proses perubahan baik pengetahuan, pendapat, maupun sikap. Suatu pengaruh dikatakan berhasil apabila terjadi sebuah perubahan pada si penerima pesan seperti apa yang telah disampaikan dalam makna sebuah pesan.

Menurut Stuart dalam Hafied Cangara (2002:163) “pengaruh atau efek ialah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan, dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan”. Sedangkan menurut Hafied Cangara (2002:163) “pengaruh adalah salah satu elemen dalam komunikasi yang sangat penting untuk mengetahui berhasil tidaknya komunikasi yang kita inginkan”.

Pengaruh dapat dikatakan mengenai jika perubahan (P) yang terjadi pada penerima sama dengan tujuan (T) yang diinginkan oleh komunikator. Pengaruh dapat terjadi dalam bentuk perubahan pengetahuan, sikap dan perilaku.

Pada tingkat pengetahuan pengaruh bisa terjadi dalam bentuk perubahan persepsi dan perubahan pendapat. Adapun yang dimaksud dengan perubahan sikap ialah adanya perubahan internal pada diri seseorang yang diorganisir dalam bentuk prinsip, sebagai hasil evaluasi yang dilakukannya terhadap suatu objek baik yang terdapat di dalam maupun diluar dirinya.

Selain itu yang dimaksud dengan perubahan perilaku ialah perubahan yang terjadi dalam bentuk tindakan. Antara perubahan sikap dan perilaku terdapat hubungan yang erat, sebab perubahan perilaku biasanya didahului oleh perubahan sikap. Tetapi dalam hal tertentu, bisa juga perubahan sikap didahului oleh perubahan perilaku.

Berdasarkan pendapat di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa pengaruh adalah perbedaan apa yang dipikirkan, dirasakan dan dilakukan sebelum dan setelah menerima pesan sehingga terjadi perubahan pada diri individu baik pengetahuan, sikap maupun perilaku.

2. Pengertian Pola Kampanye

Menurut M. Ali dalam Ardiansyah Gani Saputra (2007:56) menyatakan bahwa “pola adalah gambar yang dibuat contoh atau model”. Kampanye politik adalah bagian dari demokrasi. Kampanye politik merupakan alat (*instrument*) yang sah dimana kelompok kepentingan politik berupaya untuk menjelaskan akan kebenaran maksud dan tujuannya kepada masyarakat. Kampanye politik yang sah adalah kampanye politik yang mendapatkan pengakuan atau legitimasi dari arti pemilu itu sendiri, karena pemilu merupakan pondasi dalam kebebasan individu. Kampanye politik merupakan suatu usaha yang dikelola secara terorganisasi dan terstruktur

serta menjadi tahapan seseorang dicalonkan, dipilih atau dipilih kembali dalam sebuah jabatan politik.

Menurut J. Kristianti (1997:69) menyebutkan bahwa:

Kampanye merupakan sarana untuk menawarkan/menyampaikan program dan pendidikan politik yang pada gilirannya mendapatkan perolehan suara. Kampanye dapat diselenggarakan dalam berbagai bentuk baik yang bersifat terbuka dan ditempat umum maupun bersifat dialogis diruang/tempat tertentu/jarang melalui media massa.

Selanjutnya menurut pendapat Harianto dalam Ardiansyah Gani Saputra (2007:19) menyatakan bahwa:

Kampanye merupakan salah satu kegiatan yang diselenggarakan pada tahap sebelum pemungutan suara. Adapun yang dimaksud kampanye adalah merupakan kegiatan yang dilakukan oleh para kontestan pemilu untuk menarik sebanyak mungkin di mana pada gilirannya pendukung ini akan memberikan suaranya pada partai yang menariknya tadi.

Menurut Undang-undang Republik Indonesia No. 8 Tahun 2012 Pasal 77

“Kampanye merupakan Kampanye Pemilu merupakan bagian dari pendidikan politik masyarakat dan dilaksanakan secara bertanggung jawab”.

Berdasarkan beberapa pendapat para ahli di atas dapat didefinisikan bahwa kampanye merupakan kegiatan yang dilakukan oleh para kontestan pemilu untuk menarik perhatian masyarakat agar memberikan suaranya/hak pilihnya pada saat dilaksanakannya pemilihan umum.

Pola kampanye yang dapat dilakukan adalah melalui *door to door* ke rumah warga, pemasangan spanduk-spanduk ditempat umum, dan mengadakan orasi diberbagai tempat untuk menarik minat pemilih.

3. Pengaruh Pola Kampanye

Pemilihan umum adalah sesuatu hal yang sangat penting dalam kehidupan kenegaraan. Pemilihan umum adalah jelmaan sistem demokrasi. Melalui pemilihan umum pula rakyat memilih wakilnya untuk duduk dalam parlemen dan struktur pemerintahan. Sistem pemilihan di Indonesia sendiri juga berlaku dengan menggunakan hak rakyat untuk memilih presiden hingga kepala daerah yang dimana semua itu telah kita laksanakan sembilan tahun lalu.

Proses pelaksanaan pemilu ini sangat menarik untuk dipakai sebagai salah satu barometer untuk mengukur tingkat kesadaran politik masyarakat. Tingkat kesadaran masyarakat akan politik memberikan gambaran akan bentuk-bentuk partisipasi masyarakat terhadap politik itu sendiri. Indikasi dari partisipasi politik dengan adanya pilkada berimplikasi kepada keinginan masyarakat politik untuk ikut berkompetisi mengambil posisi strategis sehingga setidaknya menimbulkan pandangan yang optimis dalam masyarakat politik yang siap untuk mengikuti kompetisi dalam pemilu.

Masyarakat politik yang optimis dengan adanya pemilu langsung berpandangan bahwa ketika ada ruang politik yang memberikan peluang terhadap keberadaan figur ideal yang dapat terposisikan sebagai calon pemimpin maka dengan sendirinya akan ada yang mengikuti kompetisi dalam pilkada dan sangat yakin dengan upaya-upaya itu untuk menang.

Pada esensinya munculnya pandangan tersebut dalam masyarakat politik adalah sesuatu yang beralasan ketika pandangan itu didasari oleh argument

konseptual teoritik yang sifatnya ideal, yakni dengan membangun suatu upaya-upaya yang sistematis, penguatan manajemen komunikasi politik yang efektif yang di dalamnya terdapat sebuah perencanaan yang terarah dan berorientasi hasil yang dicapai maksimal pula, yakni memenangkan sebuah kompetisi tersebut.

Berdasarkan penelitian dan literatur yang ada menunjukkan bahwa sehari-hari. Dan apabila hal ini di lihat dari kehidupan politik yang ada dalam pandangan kedua mengatakan bahwa kampanye selayaknya secara efektif di dalam menyajikan informasinya.

Strategi kampanye pada masyarakat di bagi menjadi dua, yaitu:

a. Strategi Kampanye Tertutup

Dalam hal ini kampanye harus mampu mengetahui bagaimana, apa saja, dan dimana saja tempat-tempat yang mampu membuka jalur komunikasi antara pihak calon dengan kelompok masyarakat yang jadi sasaran atau membuat suatu kegiatan yang bersifat sosial yang nantinya mampu untuk menarik simpatik dari masyarakat tersebut. Kemudian adanya kampanye pada kelompok masyarakat juga dapat dilakukan dengan merangkul tokoh masyarakat yang dianggap mampu mengendalikan suatu kelompok massa dengan membuka dialog atas silaturahmi yang tidak langsung meminta dukungan agar berada dipihak yang diusung dalam kampanye.

b. Strategi Kampanye Terbuka

Pada kampanye terbuka banyak kegiatan sosialisasi yang jadi langkah-langkah dari calon untuk dapat menarik simpatik masyarakat yang sifatnya terang-terangan. Selain sarana hiburan, pengerahan massa juga dilakukan dijalanan atau berorasi ditempat terbuka. Selain itu hal lain yang lebih penting adalah koordinasi dengan pihak media massa untuk lebih memperluas jangkauan sosialisasi guna mempengaruhi pandangan masyarakat agar yakin memberikan suaranya pada saat pemilihan. Media massa juga merupakan wadah sosialisasi dari calon untuk menyampaikan visi, misi serta mengangkat eksistensi.

Pada umumnya menjelang pemilu khalayak mulai memalingkan perhatiannya kepada peranan dari media-media, karena hanya melalui medialah kualitas seorang calon akan banyak diketahui. Pada saat inilah biasanya peran para komunikator profesional akan menjadi tumpukan kepercayaan para calon yang ikut dalam pemilu. Bahwa media juga mampu menyampaikan informasi tentang realitas yang ada dalam masyarakat, akan tetapi juga mengutarakan apa yang seharusnya muncul dalam media. Tentang calon, tentang isu bahwa tentang bentuk pemilu yang akan datang.

Fenomena baru terkait kampanye melalui media muncul di Indonesia. Hal ini ditandai dengan banyaknya kampanye partai-partai besar yang bermunculan di hampir semua media yang ada baik media elektronik seperti televisi, radio, internet dan media cetak serta media alternatif lainnya seperti baliho, spanduk, baju kaos dan stiker. Hal ini telah kita saksikan

sejak pemilu tahun 2004 hingga saat ini, dimana kampanye telah menjadi bagian dari agenda media, baik pada saat pemilu berlangsung maupun setelah pemilu itu berakhir.

4. Metode Kampanye

Kampanye pemilu sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang Republik Indonesia No. 8 Tahun 2012 dalam Pasal 77 dapat dilakukan melalui:

- a. Pertemuan terbatas
- b. Pertemuan tatap muka
- c. Penyebaran bahan kampanye pemilu kepada umum
- d. Pemasangan alat peraga di tempat umum
- e. Iklan media massa cetak dan media massa elektronik
- f. Rapat umum, dan
- g. Kegiatan lain yang tidak melanggar larangan kampanye pemilu dan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Pada proses pemilihan umum, kampanye politik bertolak belakang dari konsep maknanya (*meanings*). Pada dasarnya kampanye politik diartikan sebagai sebuah rangkaian aktivitas yang terencana, strategis dan taktis, untuk menyebarkan makna politik kepada para pemilih dan membentuk serta menanamkan harapan, sikap keyakinan, orientasi dan perilaku pemilih. Selain itu, kampanye politik dapat juga dijadikan sebagai alat untuk memasarkan ide-ide atau gagasan utama setiap pasangan calon atau

disebut juga produk politik kepada masyarakat, produk yang dimaksud disini adalah :

- a. *Policy* adalah tawaran program kerja jika pasangan calon tersebut kelak terpilih. *Policy* merupakan solusi yang ditawarkan kontestan untuk memecahkan masalah kemasyarakatan berdasarkan isu-isu yang dianggap penting oleh para pemilih. *Policy* yang efektif harus memenuhi tiga syarat, yaitu:
 - 1) Menarik perhatian
 - 2) Mudah terserap pemilih
 - 3) Atribut.
- b. *Person* adalah kandidat yang akan dipilih melalui pemilu. Kualitas *person* dapat dilihat melalui tiga dimensi, yakni:
 - 1) Kualitas instrumental
 - 2) Dimensi simbolis dan *fenotipe optic* dan
 - 3) Dimensi kualitas.
- c. *Party* dapat juga dilihat sebagai substansi produk politik. Partai mempunyai identitas utama, aset reputasi, dan identitas estetik. Ketiga hal tersebut akan dipertimbangkan oleh para pemilih. Oleh karena itu unsur-unsur ini harus dikelola dengan baik.
- d. *Presentation* adalah bagaimana ketiga substansi produk politik (*policy person, party*) disajikan. Presentasi sangat penting karena dapat mempengaruhi makna politis yang terbentuk dalam pikiran para pemilih.

Secara garis besarnya bahwa makna politis yang akhirnya tertanam dalam benak pemilih merupakan hasil dari interaksi dua faktor. Pertama adalah

kualitas dan kuantitas dari stimulus politik itu sendiri. Kedua adalah rujukan kognitif berupa kesadaran atau alam pikiran seseorang yang memaknainya.

Apapun ragam dan tujuannya, upaya yang dilakukan kampanye selalu terkait dengan aspek pengetahuan (*knowledge*), sikap (*attitude*) dan perilaku (*behavioral*) yaitu:

- a. Kegiatan kampanye biasanya diarahkan untuk menciptakan perubahan pada tataran pengetahuan atau kognitif. Pada tahap ini pengaruh yang diharapkan adalah munculnya kesadaran, berubahnya keyakinan atau meningkatnya pengetahuan masyarakat terhadap isu tertentu.
- b. Pada tahap berikutnya diarahkan pada perubahan sikap. Sasarannya adalah untuk memunculkan simpati, rasa suka, kepedulian atau keberpihakan khalayak pada isu-isu yang menjadi tema kampanye.
- c. Sementara pada tahap terakhir kegiatan kampanye ditujukan untuk mengubah perilaku khalayak secara kongkrit dan terukur. Tahap ini menghendaki adanya tindakan tertentu yang dilakukan oleh sasaran kampanye.

Tindakan kampanye politik yang persuasif menjadi titik tolak kampanye, ada beberapa macam teori kampanye, namun secara ringkas Klingeman dan Romellan dalam Adam Mubarak Badeng (2011:20) membedakan “kampanye ke dalam kampanye informatif dan kampanye komunikatif. Kampanye informatif dilakukan secara satu arah dimana pesan-pesan kampanye mengalir secara linear dari sumber kepada para penerima kampanye, tidak terjadi dialog antara pelaku dan penerima kampanye”.

Pelaku kampanye sepenuhnya mengandalkan media massa, iklan, baliho dan lainnya sebagai media perantara untuk menyalurkan pesan-pesannya. Sedangkan kampanye komunikatif lebih berorientasi kepada khalayak dan menekankan pada pentingnya interaksi dan dialog khalayak sasaran.

Memberikan suara adalah salah satu tindakan terakhir dalam kampanye pemilihan, suatu rangkaian pertukaran yang panjang dan kadang-kadang memanas membentuk proses komunikasi. Dalam memahami ciri dasar kampanye politik sebagai proses komunikasi dengan melihat kembali perspektif dasar kita tentang kegiatan manusia.

B. Tinjauan Umum Partisipasi Politik dan Sikap Politik Masyarakat

1. Pengertian Partisipasi Politik

Menurut Samuel P. Huntington dan Joan M Nelson dalam Marlina Tarigan (2009:28) “partisipasi politik merupakan kegiatan warga preman (*private citizen*) yang bertujuan mempengaruhi pengambilan kebijakan oleh pemerintah”.

Menurut Miriam Budiarjo (2006:66) “Partisipasi politik adalah kegiatan seseorang atau kelompok orang untuk ikut serta secara aktif dalam kehidupan politik, yakni dengan cara memilih pimpinan negara dan, secara langsung atau tidak langsung, mempengaruhi kebijakan pemerintah (*public policy*)”.

Sedangkan menurut Ramlan Surbakti dalam Marlina Tarigan (2009:28) “partisipasi politik ialah keikutsertaan warga negara biasa dalam menentukan segala keputusan menyangkut atau mempengaruhi hidupnya

sesuai dengan istilah partisipasi, (politik) berarti keikutsertaan warga negara biasa (yang tidak mempunyai kewenangan) dalam mempengaruhi proses pembuatan dan pelaksanaan.”

Berdasarkan beberapa pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa partisipasi politik adalah suatu kegiatan yang ikut serta dalam masyarakat baik secara langsung maupun tidak langsung untuk mempengaruhi kebijakan pemerintah.

2. Pengertian Sikap

Sikap adalah konsep yang paling penting dalam psikologi sosial dan yang paling banyak didefinisikan. Ada yang menganggap sikap hanyalah sejenis motif sosiogenis yang diperoleh melalui proses belajar ada pula yang menganggap bahwa sikap adalah kebiasaan saraf (*neural setting*) sebelum memberikan respon. Sikap pada dasarnya adalah merupakan bagian dari tingkah laku manusia, sebagai gejala atau kepribadian yang memancar keluar. Namun karena sikap ini merupakan sesuatu yang paling menonjol dan sangat dibutuhkan dalam pergaulan, maka diperolehnya informasi mengenai sikap seseorang adalah penting sekali. Sikap dapat memberikan arah kepada tingkah atau perbuatan seseorang tersebut untuk menyenangi dan menyukai sesuatu atau sebaliknya.

Menurut Cutlip dan Center dalam Yanti Setianti (2007:8), menyebutkan bahwa “suatu sikap atau *attitude* adalah kecenderungan untuk memberikan respon terhadap suatu masalah atau situasi tertentu”. Selanjutnya Natawijaya dalam Mar`at (1984:66), mendefinisikan “sikap sebagai

kesediaan mental individu yang mempengaruhi, mewarnai, bahkan menentukan kegiatan individu yang bersangkutan dalam memberikan respon terhadap objek atau situasi yang mempunyai arti baginya”.

Allport berpendapat bahwa pengertian sikap sebenarnya sangat banyak. Sebelas pengertian sikap dari pengertian-pengertian yang dirangkum Allport sebagai berikut: (Allport dalam Mar`at 1984:20-21)

- a. *Attitudes are learned*, yang berarti sikap tidaklah merupakan sistem fisiologis ataupun diturunkan, tetapi diungkapkan bahwa sikap dipandang sebagai hasil belajar diperoleh melalui pengalaman dan interaksi yang terus-menerus dengan lingkungan.
- b. *Attitudes have referent*, yang berarti bahwa sikap selalu dihubungkan dengan objek seperti manusia, wawasan, peristiwa ataupun ide.
- c. *Attitudes are social learning*, yang berarti bahwa sikap diperoleh melalui interaksi dengan manusia lain, baik di rumah, sekolah, tempat ibadah ataupun tempat lainnya melalui nasehat, teladan atau percakapan.
- d. *Attitudes have readiness to respond*, yang berarti adanya kesiapan untuk bertindak dengan cara-cara tertentu terhadap objek.
- e. *Attitude are affective*, yang berarti bahwa perasaan dan afeksi merupakan bagian dari sikap, akan tampak pada pilihan yang bersangkutan, apakah positif, negatif atau ragu.
- f. *Attitudes are very intensive*, yang berarti bahwa tingkat intensitas sikap terhadap objek tertentu kuat atau juga lemah.

- g. *Attitudes have a time dimension*, yang berarti bahwa sikap tersebut mungkin hanya cocok pada situasi yang sedang berlangsung, akan tetapi belum tentu sesuai pada saat lainnya. Karena itu sikap dapat berubah tergantung pada situasi.
- h. *Attitude have duration factor*, yang berarti bahwa sikap dapat bersifat relatif “konsisten” dalam sejarah hidup individu.
- i. *Attitudes are complex*, yang berarti bahwa sikap merupakan bagian dari konteks persepsi ataupun kognisi individu.
- j. *Attitudes are evaluation*, yang berarti bahwa sikap merupakan penilaian terhadap sesuatu yang mungkin mempunyai konsekuensi tertentu bagi yang bersangkutan.
- k. *Attitudes are inferred*, yang berarti bahwa sikap merupakan penafsiran dan tingkah laku yang mungkin menjadi indikator yang sempurna, atau bahkan yang tidak memadai.

Berdasarkan beberapa pendapat di atas dapat didefinisikan bahwa sikap adalah kecenderungan bertindak, berpersepsi, berpikir, dan merasa dalam menghadapi objek, ide, situasi atau nilai. Sikap bukan perilaku, tetapi merupakan kecenderungan untuk berperilaku dengan cara-cara tertentu terhadap objek sikap. Objek sikap dapat berupa benda, orang, tempat, gagasan atau situasi maupun kelompok.

3. Komponen Sikap

Secara sederhana sikap dapat digambarkan sebagai kecenderungan individu merespon suatu objek, akan tetapi sikap ini dibentuk oleh

komponen-komponen perilaku yang cukup kompleks. Menurut Rosenberg dan Hovland dalam Abu Ahmadi (2000:165) menyatakan bahwa sikap itu merupakan predisposisi untuk merespon sejumlah stimulus dengan sejumlah tertentu. Ketiga respon atau komponen sikap tersebut yaitu, sebagai berikut:

- a. Komponen afektif, menunjuk pada dimensi emosional dari sikap, yaitu emosi yang berhubungan dengan objek. Objek disini dirasakan sebagai menyenangkan dan tidak menyenangkan.
- b. Komponen kognitif, berupa pengetahuan, kepercayaan atau pikiran yang didasarkan pada informasi, yang berhubungan dengan objek.
- c. Komponen behavioral atau konasi (pernyataan tentang kecenderungan bertindak laku), atau komponen konatif melibatkan salah satu keinginan untuk bertindak terhadap objek.

Ketiga komponen tersebut sangat erat hubungannya dengan penelitian yang melalui komponen kognitif akan timbul kepercayaan yang datang dari apa yang kita lihat atau apa yang kita alami. Berdasarkan apa yang telah kita lihat itu kemudian terbentuk ide atau gagasan mengenai sifat atau karakteristik objek. Melalui komponen afektif seseorang dapat memberikan evaluasi yang dapat bersikap positif dan negatif dengan berdasarkan emosional. Sedangkan melalui kognitif seseorang dapat melahirkan tingkah laku dan sikap terhadap objek.

Menurut Newcomb dalam Ardiansyah Gani Saputra (2007:34) sikap merupakan suatu kesatuan kognisi yang mempunyai valensi dan akhirnya

berinteraksi ke dalam pola yang lebih luas. Pendapat ini selanjutnya dijabarkan oleh Allport dalam Yanti Setianti (2007:20) bahwa sikap memiliki 3 komponen yaitu:

- a. Komponen kognisi yang hubungannya dengan *belief*, ide dan konsep
- b. Komponen afeksi yang menyangkut kehidupan emosional seseorang
- c. Komponen kognisi yang menyangkut kecenderungan bertindak laku.

4. Ciri-ciri sikap

Agar dapat lebih memahami sikap ini perlu kiranya mengenali ciri-ciri sikap.

Menurut W. A Gerungan (2000:152) mengemukakan ciri-ciri sikap sebagai berikut :

- a. *Attitude* tidak dibawa sejak lahir, melainkan dibentuk atau dipelajarinya sepanjang perkembangan orang itu, dalam hubungannya dengan objeknya.
- b. *Attitude* dapat berubah-ubah, karena itu *attitude* dapat dipelajari orang.
- c. *Attitude* itu tidak berdiri sendiri, melainkan mempunyai hubungan tertentu terhadap objek. Dengan kata lain, *attitude* itu terbentuk, dipelajari, atau berubah senantiasa berkenaan dengan suatu objek tertentu yang dapat dirumuskan dengan jelas.
- d. *Attitude* dapat berkenaan dengan suatu objek saja, juga berkenaan dengan sederetan objek yang serupa.
- e. *Attitude* mempunyai segi-segi motivasi dan perasaan. Sifat inilah yang membedakan *attitude* dari kecakapan-kecakapan atau pengetahuan-pengetahuan yang dimiliki orang.

Karena sikap tidak dibawa sejak lahir, ini berarti seseorang pada waktu dilahirkan belum memiliki sikap tertentu. Sikap tertentu dalam proses perkembangan individu bersangkutan. Oleh karena itu maka sikap dapat berubah-ubah dan dapat dipelajari. Sikap senantiasa terarah terhadap suatu

objek, oleh karena itu sikap selalu terbentuk dan dipelajari dalam hubungannya dengan objek. Begitu juga sikap masyarakat terhadap pola kampanye atau suatu objek tersebut. Karena hubungan yang terjadi antara seseorang dengan objek, dapat mempengaruhi sikap orang tersebut terhadap objek itu. Sikap mengandung perasaan, ini menunjukkan sikap terhadap suatu objek selalu disertai oleh perasaan dengan intensitas tertentu.

5. Pengertian Politik

Politik sangat erat kaitannya dengan masalah kekuasaan, pengambilan keputusan, kebijakan publik dan alokasi atau distribusi. Pemikiran mengenai politik di dunia barat banyak dipengaruhi oleh filsuf Yunani Kuno seperti Plato dan Aristoteles yang beranggapan bahwa politik sebagai suatu usaha untuk mencapai masyarakat yang terbaik.

Secara etimologis, politik berasal dari kata *polis* (bahasa Yunani) yang artinya negara kota. Kemudian diturunkan kata lain seperti *politias* (warganegara), *politikos* (kewarganegaraan atau civics) dan *politik etehne* (kemahiran politik) dan politik *eepisteme* (ilmu politik)

Menurut Rod Hague dalam Wikipedia (2012:2) menyebutkan bahwa “Politik adalah kegiatan yang menyangkut cara bagaimana kelompok-kelompok mencapai keputusan-keputusan yang bersifat kolektif dan mengikat melalui usaha untuk mendamaikan perbedaan-perbedaan diantara anggota-anggotanya”.

Selanjutnya Miriam Budiardjo (2006:30) menyebutkan bahwa “politik adalah bermacam-macam kegiatan dalam suatu sistem politik (negara) yang menyangkut proses menentukan tujuan-tujuan dari sistem itu dan melaksan akan tujuan-tujuan itu”.

Selain itu Ramlan Surbakti dalam Miriam Budiardjo (2006:31) juga menyebutkan bahwa “politik adalah interaksi antara pemerintah dan masyarakat dalam rangka pembuatan dan pelaksanaan keputusan yang mengikat tentang kebaikan bersama masyarakat yang tinggal dalam suatu wilayah tertentu”.

Berdasarkan beberapa pendapat di atas dapat didefinisikan bahwa politik adalah pola interaksi antara pemerintah dan masyarakat dalam rangka proses pembuatan dan pelaksanaan keputusan yang mengikat tentang kebaikan bersama.

6. Pengertian Masyarakat

Manusia merupakan makhluk yang memiliki keinginan untuk menyatu dengan sesama serta alam lingkungan disekitarnya. Dengan menggunakan pikiran, naluri, perasaan, keinginan dan sebagainya, manusia memberi reaksi dan melakukan interaksi dengan lingkungannya. Pola interaksi sosial dihasilkan oleh hubungan yang berkesinambungan dalam suatu masyarakat.

Menurut Selo Soemardjan dalam Soerjono Soekanto (2007:24) “masyarakat adalah orang-orang yang hidup bersama dan menghasilkan

kebudayaan”. Selanjutnya Harold J. Laski dalam Miriam Budiarjo (2006:34) menjelaskan bahwa “masyarakat adalah sekelompok manusia yang hidup bersama dan bekerjasama untuk mencapai terkabulnya keinginan-keinginan mereka bersama”. Menurut Paul B. Horton & C. Hunt dalam Wikipedia (2012:1) “masyarakat merupakan kumpulan manusia yang relatif mandiri, hidup bersama-sama dalam waktu yang cukup lama, tinggal disuatu wilayah tertentu, mempunyai kebudayaan sama serta melakukan sebagian besar kegiatan di dalam kelompok/kumpulan manusia tersebut”.

Berdasarkan beberapa pendapat di atas pengertian masyarakat dapat didefinisikan bahwa masyarakat mencakup semua hubungan dan kelompok dalam suatu wilayah.

7. Unsur-Unsur Masyarakat

Menurut Soerjono Soekanto (2007:24-25) dalam masyarakat setidaknya memuat unsur sebagai berikut ini:

1. Manusia yang hidup bersama. Dalam ilmu sosial tak ada ukuran mutlak ataupun angka pasti untuk menentukan berapa jumlah manusia yang harus ada, akan tetapi secara teoritis angka mininnya adalah dua orang yang hidup bersama
2. Anggotanya sadar sebagai satu kesatuan
3. Berhubungan dalam waktu yang cukup lama yang menghasilkan manusia baru yang saling berkomunikasi dan membuat aturan-aturan hubungan antar anggota masyarakat
4. Menjadi sistem hidup bersama yang menimbulkan kebudayaan serta keterkaitan satu sama lain sebagai anggota masyarakat.

8. Sikap Politik Masyarakat

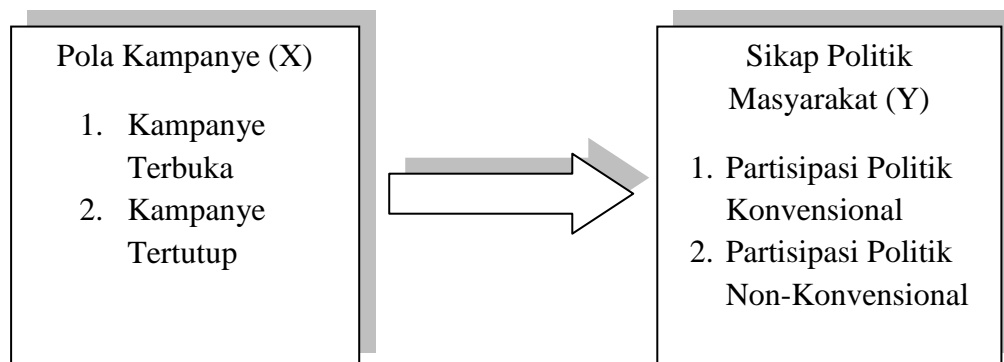
Sikap politik masyarakat dapat dilihat dengan jelas melalui aktivitas-aktivitas politiknya, begitu juga dalam masyarakat dapat dilihat dari aktivitas-aktivitas yang dilakukan bersama oleh masyarakat itu sendiri. Sikap politik masyarakat ditunjukkan melalui bentuk partisipasi politik seseorang. Partisipasi politik dapat dilakukan dengan dua cara yaitu partisipasi politik konvensional dan partisipasi politik non-konvensional. Menurut pendapat Masoed dalam Ardiansyah Gani Saputra (2001:47) “kegiatan politik konvensional adalah bentuk partisipasi politik yang normal dalam demokrasi modern. Bentuk non-konvensional termasuk beberapa yang mungkin legal maupun yang ilegal, penuh kekerasan, dan revolusioner”.

Bentuk-bentuk partisipasi politik konvensional menurut Mas'ood adalah pemberian suara (*voting*), diskusi politik, kegiatan kampanye, membentuk dan bergabung dalam kelompok kepentingan dan komunikasi individual dengan pejabat politik dan administratif. Sedangkan bentuk partisipasi politik non-konvensional adalah tidak mau memberikan suara (*golput*) pengajuan petisi, berdemonstrasi, konfrontasi, mogok, tindak kekerasan politik terhadap harta benda (perusakan, pengeboman, pembakaran), tindakan kekerasan politik terhadap manusia (penculikan, pembunuhan), perang gerilya dan revolusi.

2.2 Kerangka Pikir

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat ditarik suatu kerangka pikir sebagai berikut.

Diagram Kerangka Pikir



Gambar 1: Diagram Kerangka Pikir

2.3 Hipotesis

Menurut Koestoro (2006:89) "Hipotesis adalah pernyataan tentang sesuatu hal yang masih bersifat sementara tentatif". Hipotesis adalah pernyataan tentatif yang merupakan dugaan sementara mengenai apa saja yang sedang kita amati dalam usaha untuk memahaminya sampai ada bukti melalui penyajian data.

Rumusan jawaban sementara untuk masalah pokok dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: adanya pengaruh pola kampanye terhadap sikap politik masyarakat Desa Purworejo Kecamatan Negeri Katon Kabupaten Pesawaran.