

## V. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### 5.1 Identitas Responden

Responden penelitian ini adalah masyarakat Desa Lempasing Kecamatan Padang Cermin Kabupaten Pesawaran yang berjumlah 98 orang. Selanjutnya untuk mengetahui secara lebih jelas tentang responden, berikut akan dideskripsikan identitas responden menurut kelompok umur, pendidikan dan pekerjaan.

#### 5.1.1 Identitas Responden Menurut Kelompok Umur

Identitas responden masyarakat Desa Lempasing Kecamatan Padang Cermin Kabupaten Pesawaran menurut kelompok umur, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 5. Identitas Responden Menurut Kelompok Umur

No	Kelompok Umur	Frekuensi	Persentase
1	47 tahun atau lebih	14	14.29
2	37-46 tahun	37	37.76
3	27-36 tahun	35	35.71
4	17-26 tahun	12	12.24
<b>Jumlah</b>		98	100,00

Sumber: Pengolahan Data Penelitian Tahun 2010

Berdasarkan data pada tabel di atas, diketahui bahwa dari 98 responden: sebanyak 14 (14,14%) responden berusia 47 tahun atau lebih, sebanyak 38 (38,38%) responden berusia antara 37-46 tahun, sebanyak 35 (35,35%) responden berusia antara 27-36 tahun dan sebanyak 12 (12,12%) responden berusia antara 17-26 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden berusia antara 37-46 tahun, yang bermakna bahwa pada umumnya responden berada pada kelompok usia yang masih produktif dalam melakukan pekerjaannya sehari-hari.

### 5.1.2 Identitas Responden Menurut Tingkat Pendidikan

Identitas responden masyarakat Desa Lempasing Kecamatan Padang Cermin Kabupaten Pesawaran menurut tingkat pendidikan, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 6. Identitas Responden Menurut Tingkat Pendidikan

No	Tingkat Pendidikan	Frekuensi	Persentase
1	Lulusan SD/ sederajat	16	16.33
2	Lulusan SMP/ sederajat	31	31.63
3	Lulusan SMA/ sederajat	45	45.92
4	Lulusan perguruan tinggi	6	6.12
<b>Jumlah</b>		98	100,00

Sumber: Pengolahan Data Penelitian Tahun 2010

Berdasarkan data pada tabel di atas, diketahui bahwa dari 98 responden: sebanyak 16 (16,33%) responden adalah lulusan SD/ sederajat, sebanyak 31 (31,63%) responden adalah lulusan SMP/ sederajat, sebanyak 45 (45,92%) responden adalah lulusan SMA/ sederajat dan sebanyak 6 (6,12%) responden adalah lulusan perguruan tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden penelitian telah menyelesaikan pendidikan sampai jenjang pendidikan menengah

atas. Banyaknya responden yang berpendidikan menengah atas tersebut menunjukkan bahwa meskipun berpredikat sebagai masyarakat desa, namun masyarakat Desa Lempasing menyadari pentingnya arti pendidikan dalam hidup mereka, selain itu kondisi geografis desa yang berdekatan dengan wilayah Kota Bandar Lampung menyebabkan banyak warga Desa Lempasing yang menyekolahkan anak-anak mereka di Bandar Lampung.

### 5.1.3 Identitas Responden Menurut Pekerjaan

Identitas responden masyarakat Desa Lempasing Kecamatan Padang Cermin Kabupaten Pesawaran menurut pekerjaan, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 7. Identitas Responden Menurut Pekerjaan

No	Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase
1	Petani	12	12,24
2	Buruh	17	17,35
3	Pedagang	22	22,45
4	Nelayan	31	31,63
5	Wiraswasta	13	13,27
6	PNS	3	3,06
<b>Jumlah</b>		98	100,00

Sumber: Pengolahan Data Penelitian Tahun 2010

Berdasarkan data pada tabel di atas, diketahui bahwa dari 98 responden: sebanyak 12 (12,24%) responden bekerja sebagai petani, sebanyak 17 (17,35%) responden bekerja sebagai buruh, sebanyak 22 (22,45%) responden bekerja sebagai pedagang, sebanyak 31 (31,63%) responden bekerja sebagai nelayan, sebanyak 13 (13,27%) responden bekerja sebagai wiraswasta dan 3 (3,06%) responden bekerja sebagai PNS. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden penelitian

bekerja sebagai nelayan, karena sesuai dengan karakteristik masyarakat di daerah pesisir pantai yang umumnya bekerja sebagai nelayan, yaitu menangkap ikan di laut kemudian menjual ikan hasil tangkapan secara langsung kepada masyarakat atau dijual kepada para penampung di Tempat Pelelangan Ikan (TPI) Lempasing

## **5.2 Opini Politik Masyarakat Desa Lempasing Terhadap Kampanye Calon-Calon Bupati Pesawaran**

Opini politik masyarakat desa terhadap kampanye calon-calon Bupati Pesawaran adalah suatu tanggapan, pandangan atau penilaian masyarakat Lempasing Kecamatan Padang Cermin Kabupaten Pesawaran yang ditujukan terhadap fenomena politik berupa kampanye calon-calon Bupati Pesawaran dalam rangkaian Pemilihan Kepala Daerah.

### **5.2.1 Opini Terhadap Kemampuan Calon Bupati dalam Berkampanye**

Opini masyarakat desa terhadap kemampuan calon bupati dalam berkampanye, terdiri dari tanggapan masyarakat terhadap kemampuan calon bupati dalam menyampaikan materi kampanye, memahami kebutuhan masyarakat dan berintraksi dengan masyarakat

#### **5.2.1.1 Tanggapan Responden terhadap Pelaksanaan Kampanye Calon Bupati dan Wakil Bupati pada Pemilihan Umum Kepala Daerah Kabupaten Pesawaran Tahun 2010**

Tanggapan responden terhadap pelaksanaan kampanye Calon Bupati dan Wakil Bupati pada Pemilihan Umum Kepala Daerah Kabupaten Pesawaran Tahun 2010, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 8. Tanggapan Responden terhadap Pelaksanaan Kampanye Calon Bupati dan Wakil Bupati pada Pemilihan Umum Kepala Daerah Kabupaten Pesawaran Tahun 2010

No	Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase
1	Baik	70	71,43
2	Cukup Baik	22	22,45
3	Tidak Baik	6	6,12
<b>Jumlah</b>		98	100,00

Sumber: Pengolahan Data Penelitian Tahun 2010

Berdasarkan tabel di atas maka diketahui bahwa dari 98 responden: sebanyak 70 (71.43%) responden menyatakan pelaksanaan kampanye Calon Bupati dan Wakil Bupati pada Pemilihan Umum Kepala Daerah Kabupaten Pesawaran Tahun 2010 adalah baik, sebanyak 22 (22.45%) responden menyatakan pelaksanaan kampanye Calon Bupati dan Wakil Bupati pada Pemilihan Umum Kepala Daerah Kabupaten Pesawaran Tahun 2010 adalah cukup baik dan sebanyak 6 (6.12%) responden pelaksanaan kampanye Calon Bupati dan Wakil Bupati pada Pemilihan Umum Kepala Daerah Kabupaten Pesawaran Tahun 2010 adalah tidak baik. Hal ini menunjukkan bahwa pelaksanaan kampanye Calon Bupati dan Wakil Bupati pada Pemilihan Umum Kepala Daerah Kabupaten Pesawaran Tahun 2010 adalah baik.

Kampanye yang dilaksanakan dengan baik maksudnya Calon Bupati dan Wakil Bupati berkampanye sesuai dengan jadwal yang telah ditetapkan oleh KPU, tidak melakukan kampanye hitam atau kampanye yang menyudutkan calon lain serta memberikan pendidikan politik kepada masyarakat. Sementara itu adanya responden yang menyatakan kampanye dilaksanakan dengan tidak baik maksudnya Calon Bupati dan Wakil Bupati tidak sesuai dengan jadwal yang telah

ditetapkan oleh KPU, melakukan kampanye hitam atau kampanye yang menyudutkan calon lain serta tidak memberikan pendidikan politik kepada masyarakat. Kampanye jenis ini hanya menjadikan masyarakat sebagai objek politik, yaitu memanfaatkan suara rakyat demi kepentingan pribadi calon bupati untuk memperoleh kekuasaan sebagai bupati.

### 5.2.1.2 Tanggapan Responden terhadap Kemampuan Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran dalam Menyampaikan Materi Kampanye

Tanggapan responden terhadap kemampuan Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran dalam menyampaikan materi kampanye, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 9. Tanggapan Responden terhadap Kemampuan Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran dalam Menyampaikan Materi Kampanye

No	Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase
1	Baik	49	50,00
2	Cukup Baik	38	38,78
3	Tidak Baik	11	11,22
<b>Jumlah</b>		98	100,00

Sumber: Pengolahan Data Penelitian Tahun 2010

Berdasarkan tabel di atas maka diketahui bahwa dari 98 responden: sebanyak 49 (50,00%) responden menyatakan bahwa kemampuan Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran dalam menyampaikan materi kampanye adalah baik, sebanyak 38 (38,37%) responden menyatakan bahwa kemampuan Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran dalam menyampaikan materi kampanye adalah cukup baik dan sebanyak 11 (11,22%) responden menyatakan bahwa kemampuan Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran dalam menyampaikan materi kampanye adalah tidak

baik. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan bahwa kemampuan Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran dalam menyampaikan materi kampanye adalah baik.

Kemampuan Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran dalam menyampaikan materi kampanye secara baik tersebut ditandai dengan adanya kecakapan calon dalam berpidato atau berkampanye, penguasaan materi kampanye dan ketanggapan dalam menjawab pertanyaan apabila ada audiens yang mengajukan pertanyaan. Sementara itu kemampuan calon dalam menyampaikan materi kampanye secara tidak baik ditandai dengan ketidakcakapan calon dalam berpidato atau berkampanye, tidak ada penguasaan materi kampanye dan tidak tanggapnya calon dalam menjawab pertanyaan apabila ada audiens yang mengajukan pertanyaan. Adanya kemampuan dalam menguasai materi tersebut tentunya akan mendapatkan tanggapan yang baik dari masyarakat, sebab masyarakat bisa menilai salah satu calon yang dianggapnya dapat memimpin Kabupaten Pesawaran. Pentingnya kemampuan dalam menguasai materi ini menunjukkan bahwa calon memiliki konsep kepemimpinan yang jelas dalam memimpin Kabupaten Pesawaran.

### **5.2.1.3 Tanggapan Responden terhadap Visi dan Misi Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran dalam Kampanye**

Tanggapan responden terhadap visi dan misi Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran dalam kampanye, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 10. Tanggapan Responden terhadap Visi dan Misi Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran dalam Kampanye

No	Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase
1	Baik	66	67,35
2	Cukup Baik	22	22,45
3	Tidak Baik	10	10,20
<b>Jumlah</b>		98	100,00

Sumber: Pengolahan Data Penelitian Tahun 2010

Berdasarkan tabel di atas maka diketahui bahwa dari 98 responden: sebanyak 66 (67,35%) responden menyatakan visi dan misi Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran dalam kampanye adalah baik, sebanyak 22 (22,45%) responden menyatakan visi dan misi Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran dalam kampanye adalah cukup baik dan sebanyak 10 (10,20%) responden menyatakan visi dan misi Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran dalam kampanye adalah tidak baik. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan visi dan misi Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran dalam kampanye adalah baik.

Visi misi calon yang baik maksudnya adalah calon memiliki pandangan dan strategi yang sesuai dengan tuntutan dan kebutuhan masyarakat, seperti masalah pendidikan, kesehatan, lingkungan hidup dan pengentasan kemiskinan. Sementara itu masyarakat yang menyatakan tidak baik disebabkan karena visi misi calon tidak sesuai dengan harapan atau kebutuhan mereka. Visi misi calon ini merupakan salah satu aspek yang akan dinilai oleh masyarakat, sebab dengan adanya visi misi yang jelas maka setidaknya calon bupati akan mendapatkan penilaian yang baik dari masyarakat.



#### 5.2.1.4 Tanggapan Responden bahwa Program Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran dalam Kampanye adalah Program yang Realistis

Tanggapan responden bahwa program yang ditawarkan Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran dalam kampanye adalah program yang realistis, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 11. Tanggapan Responden bahwa Program Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran dalam Kampanye Adalah Program yang Realistis

No	Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase
1	Realistis	37	37,76
2	Cukup Realistis	43	43,88
3	Tidak Realistis	18	18,37
<b>Jumlah</b>		98	100,00

Sumber: Pengolahan Data Penelitian Tahun 2010

Berdasarkan tabel di atas maka diketahui bahwa dari 98 responden: sebanyak 37 (37,76%) responden menyatakan bahwa program yang ditawarkan Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran dalam kampanye adalah program yang realistis, sebanyak 43 (43,88%) responden menyatakan bahwa program yang ditawarkan Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran dalam kampanye adalah program yang cukup realistis dan sebanyak 18 (18,37%) responden menyatakan bahwa program yang ditawarkan Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran dalam kampanye adalah program yang tidak realistis. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan bahwa program yang ditawarkan Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran dalam kampanye adalah program yang cukup realistis.

Program calon yang cukup realistis tersebut maksudnya adalah masyarakat menilai bahwa Calon Bupati dan Wakil Bupati dianggap cukup mampu untuk melaksanakan berbagai program yang mereka janjikan pada saat kampanye. Sementara itu program yang tidak realistis maksudnya adalah masyarakat menilai bahwa Calon Bupati dan Wakil Bupati dianggap hanya mengumbar janji tetapi dinilai tidak mampu untuk melaksanakan berbagai program yang mereka janjikan pada saat kampanye. Masyarakat pada umumnya bisa memberikan penilaian secara tepat tentang program yang dianggap masuk akal atau tidak masuk akal serta dapat dilaksanakan atau tidak, hal ini berkaitan dengan pengalaman masyarakat terhadap kampanye politik pada pemilihan kepala daerah sebelumnya.

#### **5.2.1.5 Tanggapan Responden bahwa Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran Mampu Memahami Kebutuhan Masyarakat dalam Berkampanye**

Tanggapan responden bahwa Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran mampu memahami kebutuhan masyarakat dalam berkampanye, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 12. Tanggapan Responden bahwa Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran Mampu Memahami Kebutuhan Masyarakat dalam Berkampanye

<b>No</b>	<b>Jawaban Responden</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
1	Mampu	59	60,20
2	Cukup Mampu	27	27,55
3	Tidak Mampu	12	12,24
<b>Jumlah</b>		98	100,00

Sumber: Pengolahan Data Penelitian Tahun 2010

Berdasarkan tabel di atas maka diketahui bahwa dari 98 responden: sebanyak 59 (60,20%) responden menyatakan Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran mampu memahami kebutuhan masyarakat dalam berkampanye, sebanyak 59 (60,20%) responden menyatakan Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran cukup mampu memahami kebutuhan masyarakat dalam berkampanye dan sebanyak 12 (12,24%) responden menyatakan Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran tidak mampu memahami kebutuhan masyarakat dalam berkampanye. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran mampu memahami kebutuhan masyarakat dalam berkampanye.

Mampu memahami kebutuhan masyarakat maksudnya adalah para calon dapat dengan cepat merespon berbagai kebutuhan dan harapan masyarakat di tempat ia berkampanye dan berusaha memberikan jalan keluar atas kebutuhan masyarakat tersebut. Sedangkan tidak mampu memahami kebutuhan masyarakat maksudnya adalah para calon tidak dapat dengan cepat merespon berbagai kebutuhan dan harapan masyarakat di tempat ia berkampanye dan tidak berusaha memberikan jalan keluar atas kebutuhan masyarakat tersebut. Kebutuhan masyarakat secara umum adalah kebutuhan yang bersifat dasar, yaitu kesejahteraan di bidang ekonomi, keterjangkauan biaya pendidikan, akses untuk mendapatkan pelayanan kesehatan dan pelayanan di bidang administrasi pemerintahan yang tidak berbelit-belit sehingga memudahkan masyarakat dalam mengurus berbagai surat atau administrasi kependudukan lainnya.

### 5.2.1.6 Tanggapan Responden terhadap Kemampuan Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran dalam Berinteraksi dengan Masyarakat pada Saat Berkampanye

Tanggapan responden terhadap kemampuan Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran dalam berinteraksi dengan masyarakat pada saat berkampanye, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 13. Tanggapan Responden terhadap Kemampuan Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran dalam Berinteraksi dengan Masyarakat pada Saat Berkampanye

No	Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase
1	Baik	55	56,12
2	Cukup Baik	34	34,69
3	Tidak Baik	9	9,18
<b>Jumlah</b>		98	100,00

Sumber: Pengolahan Data Penelitian Tahun 2010

Berdasarkan tabel di atas maka diketahui bahwa dari 98 responden: sebanyak 55 (56,12%) responden menyatakan Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran mampu berinteraksi dengan masyarakat pada saat berkampanye, sebanyak 34 (34,69%) responden menyatakan Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran cukup mampu berinteraksi dengan masyarakat pada saat berkampanye dan sebanyak 9 (9,18%) responden menyatakan Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran tidak mampu berinteraksi dengan masyarakat pada saat berkampanye. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran mampu berinteraksi dengan masyarakat pada saat berkampanye.

Kemampuan dalam berinteraksi yang dimaksud adalah adanya kecakapan Calon Bupati dan Wakil Bupati untuk bersosialisasi dan menjalin hubungan yang baik dengan masyarakat setempat. Sementara itu tidak mampu berinteraksi yang dimaksud adalah adanya tidak adanya kecakapan Calon Bupati dan Wakil Bupati untuk bersosialisasi dan menjalin hubungan yang baik dengan masyarakat setempat. Hubungan yang tercipta dengan baik tentunya akan menguntungkan calon bupati yang bersangkutan, karena dengan adanya kedekatan maka akan menimbulkan simpati pada masyarakat.

Kategori opini politik masyarakat Desa Lempasing terhadap kemampuan Calon Bupati Pesawaran dalam berkampanye, ini digunakan analisis statistik rumus interval untuk mengkategorisasikan jawaban responden pada kuesioner penelitian, ke dalam tiga kategori opini yaitu positif, netral dan negatif.

Kategorisasi tersebut didasarkan pada total jawaban pada dapat dilihat pada tabel berikut: Tabel jawaban responden (Lampiran 2), di mana nilai interval ditentukan dengan rumus:

$$I = \frac{NT - NR}{K}$$

Penentuan kategori opini politik masyarakat dilakukan dengan dasar banyaknya butir soal yang diajukan yaitu 6 soal dan teknik penentuan skor yang digunakan, sehingga diperoleh dasar perhitungan interval adalah sebagai berikut:

- a. Nilai Tertinggi (NT) adalah 3 (skor tertinggi) x 6 (banyaknya soal) = 18
- b. Nilai Terendah (NR) adalah 1 (skor terendah) x 6 (banyaknya soal) = 6
- c. Kategori (K) yang dicari adalah 3 (positif, netral dan negatif)

Perhitungan nilai intervalnya adalah sebagai berikut:

$$I = \frac{NT - NR}{K} \quad I = \frac{18 - 6}{3} = \frac{12}{3} = 4$$

Berdasarkan nilai interval sebesar 4 maka kategori opini politik masyarakat kemampuan Calon Bupati Pesawaran dalam berkampanye adalah sebagai berikut:

1. Positif, apabila total jawaban responden berada pada interval 16 - 18
2. Netral, apabila total jawaban responden berada pada interval 11 - 15
3. Negatif, apabila total jawaban responden berada pada interval 6 - 10

Kategori opini politik masyarakat Desa Lempasing terhadap kemampuan calon-calon Bupati Pesawaran dalam berkampanye tersebut disajikan pada tabel berikut:

Tabel 14. Kategori Opini Politik Masyarakat Desa Lempasing terhadap Kemampuan Calon-Calon Bupati Pesawaran dalam Berkampanye

Kategori Opini	Rentang Interval	Frekuensi	Persentase
Positif	16– 18	37	37,76
Netral	11 – 15	59	60,20
Negatif	6 – 10	2	2,04
<b>Jumlah</b>		<b>98</b>	<b>100,00</b>

Sumber: Pengolahan Data Penelitian Tahun 2010

Berdasarkan tabel di atas maka diketahui bahwa dari 98 responden: sebanyak 37 (37,76%) responden memiliki opini politik yang positif terhadap kemampuan calon-calon Bupati Pesawaran dalam berkampanye, sebanyak 59 (60,20%) responden memiliki opini politik yang netral terhadap kemampuan calon-calon Bupati Pesawaran dalam berkampanye dan 2 (2,04%) responden memiliki opini politik yang negatif terhadap kemampuan calon-calon Bupati Pesawaran dalam

berkampanye. Hal ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan dapat dinyatakan bahwa opini politik masyarakat Desa Lempasing Kecamatan Padang Cermin terhadap kemampuan calon-calon Bupati Pesawaran dalam berkampanye termasuk dalam kategori opini politik yang netral.

### **5.2.2 Opini Terhadap Metode/Strategi dalam Berkampanye**

Opini masyarakat desa terhadap metode (strategi), terdiri dari tanggapan masyarakat terhadap berbagai metode (strategi) yang digunakan calon-calon Bupati Pesawaran dalam berkampanye seperti pertemuan akbar, pengajian, pembagian sembako dan bantuan pada masyarakat.

#### **5.2.2.1 Tanggapan Responden terhadap Metode Kampanye Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran**

Tanggapan responden terhadap metode kampanye yang digunakan Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran, seperti pertemuan akbar, pengajian, pembagian sembako dan bantuan pada masyarakat di Desa Lempasing, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 15. Tanggapan Responden terhadap Metode Kampanye Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran, seperti Pertemuan Akbar, Pengajian, Pembagian Sembako dan Bantuan pada Masyarakat

<b>No</b>	<b>Jawaban Responden</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
1	Tertarik	29	29,59
2	Cukup Tertarik	54	55,10
3	Tidak Tertarik	15	15,31
<b>Jumlah</b>		98	100,00

Sumber: Pengolahan Data Penelitian Tahun 2010

Berdasarkan tabel di atas maka diketahui bahwa dari 98 responden: sebanyak 29 (29,59%) responden menyatakan metode kampanye yang digunakan Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran, seperti pertemuan akbar, pengajian, pembagian sembako dan bantuan pada masyarakat adalah baik, sebanyak 54 (55,10%) responden menyatakan metode kampanye yang digunakan Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran, seperti pertemuan akbar, pengajian, pembagian sembako dan bantuan pada masyarakat adalah cukup baik dan sebanyak 15 (15,31%) responden menyatakan metode kampanye yang digunakan Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran, seperti pertemuan akbar, pengajian, pembagian sembako dan bantuan pada masyarakat adalah tidak baik.

Hal di atas menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan metode kampanye yang digunakan Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran, seperti pertemuan akbar, pengajian, pembagian sembako dan bantuan pada masyarakat adalah cukup baik. Sementara itu adanya masyarakat yang menyatakan tidak baik disebabkan karena mereka tidak setuju dengan adanya pembagian sembako dan bantuan pada masyarakat, karena dianggap sebagai bagian dari politik uang (*money politic*).

#### **5.2.2.2 Ketertarikan Responden terhadap Metode Kampanye yang Digunakan Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran**

Ketertarikan responden terhadap metode kampanye yang digunakan Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran, seperti pertemuan akbar, pengajian, pembagian sembako dan bantuan pada masyarakat, dapat dilihat pada tabel berikut:



Tabel 16. Ketertarikan Responden terhadap Metode Kampanye yang Digunakan Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran

No	Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase
1	Tertarik	37	37,76
2	Cukup Tertarik	47	47,96
3	Tidak Tertarik	14	14,29
<b>Jumlah</b>		98	100,00

Sumber: Pengolahan Data Penelitian Tahun 2010

Berdasarkan tabel di atas maka diketahui bahwa dari 98 responden: sebanyak 37 (37,76%) responden menyatakan tertarik terhadap metode kampanye yang digunakan Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran, seperti pertemuan akbar, pengajian, pembagian sembako dan bantuan pada masyarakat, sebanyak 47 (47,96%) responden menyatakan cukup tertarik terhadap metode kampanye yang digunakan Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran, seperti pertemuan akbar, pengajian, pembagian sembako dan bantuan pada masyarakat, dan sebanyak 14 (14,29%) responden menyatakan tidak tertarik terhadap metode kampanye yang digunakan Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran, seperti pertemuan akbar, pengajian, pembagian sembako dan bantuan pada masyarakat.

Hal di atas menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan cukup tertarik terhadap metode kampanye yang digunakan Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran, seperti pertemuan akbar, pengajian, pembagian sembako dan bantuan pada masyarakat. Sementara itu adanya masyarakat yang menyatakan tidak tertarik disebabkan karena mereka tidak setuju dengan adanya pembagian sembako dan bantuan pada masyarakat, karena dianggap sebagai bagian dari politik uang (*money politic*) yang akan menciderai demokrasi dalam pilkada.

### 5.2.2.3 Tanggapan Responden bahwa Metode Kampanye Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran Sesuai dengan Kebutuhan Masyarakat

Tanggapan responden bahwa metode kampanye yang digunakan Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran, seperti pertemuan akbar, pengajian, pembagian sembako dan bantuan sesuai dengan kebutuhan masyarakat, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 17. Tanggapan Responden bahwa Metode Kampanye yang Digunakan Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran Sesuai dengan Kebutuhan Masyarakat

No	Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase
1	Sesuai	61	62,24
2	Cukup Sesuai	31	31,63
3	Tidak Sesuai	6	6,12
<b>Jumlah</b>		98	100,00

Sumber: Pengolahan Data Penelitian Tahun 2010

Berdasarkan tabel di atas maka diketahui bahwa dari 98 responden: sebanyak 61 (62,25%) responden menyatakan metode kampanye yang digunakan Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran sesuai dengan kebutuhan masyarakat, sebanyak 31 (31,62%) responden menyatakan metode kampanye yang digunakan Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran cukup sesuai dengan kebutuhan masyarakat dan 6 (6,12%) responden menyatakan metode kampanye yang digunakan Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran tidak sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

Hal di atas menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan metode kampanye yang digunakan Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran sesuai dengan kebutuhan masyarakat karena masyarakat memang membutuhkannya.

Sementara itu adanya masyarakat yang menyatakan tidak sesuai disebabkan

karena mereka menurut mereka metode kampanye semacam itu tidak mendidik masyarakat dan tidak menjadikan masyarakat menjadi cerdas dalam berpolitik, tetapi lebih cenderung dijadikan sebagai objek politik belaka yang hanya dibutuhkan pada saat kampanye dan pemungutan suara, namun pada saat calon bupati telah terpilih maka masyarakat akan dilupakan begitu saja.

#### **5.2.2.4 Tanggapan Responden bahwa Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran Mampu Mengembangkan Metode Kampanye dengan Baik**

Tanggapan responden bahwa Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran mampu mengembangkan metode kampanye seperti pertemuan akbar, pengajian, pembagian sembako dan bantuan dengan baik, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 18. Tanggapan Responden bahwa Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran Mampu Mengembangkan Metode Kampanye dengan Baik

<b>No</b>	<b>Jawaban Responden</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
1	Mampu Mengembangkan	51	52,04
2	Cukup Mampu Mengembangkan	38	38,78
3	Tidak Mampu Mengembangkan	9	9,18
<b>Jumlah</b>		98	100,00

Sumber: Pengolahan Data Penelitian Tahun 2010

Berdasarkan tabel di atas maka diketahui bahwa dari 98 responden: sebanyak 51 (52,04%) responden menyatakan bahwa Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran mampu mengembangkan metode kampanye, sebanyak 38 (38,78%) responden menyatakan bahwa Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran cukup mampu mengembangkan metode kampanye dan sebanyak 9 (9,18%) responden menyatakan bahwa Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran tidak mampu mengembangkan metode kampanye. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar

responden menyatakan bahwa Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran mampu mengembangkan metode kampanye.

Mampu mengembangkan metode kampanye maksudnya adalah calon-calon bupati tersebut dianggap tidak hanya mengandalkan satu metode berkampanye saja, tetapi mampu menerapkan berbagai metode kampanye sesuai dengan masyarakat yang dituju. Sedangkan tidak mampu mengembangkan metode kampanye maksudnya adalah calon-calon bupati tersebut dianggap hanya mengandalkan satu metode berkampanye saja dan tidak mampu menerapkan berbagai metode kampanye sesuai dengan masyarakat yang dituju.

#### **5.2.2.5 Penilaian Responden terhadap Berbagai Metode Kampanye oleh Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran**

Penilaian responden terhadap bagaimana sebaiknya metode kampanye seperti pertemuan akbar, pengajian, pembagian sembako dan bantuan yang dilakukan oleh Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 19. Penilaian Responden terhadap Berbagai Metode Kampanye oleh Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran

<b>No</b>	<b>Jawaban Responden</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
1	Dipertahankan dan ditingkatkan	44	44,90
2	Dipertahankan	42	42,86
3	Tidak Perlu Digunakan lagi	12	12,24
<b>Jumlah</b>		98	100,00

Sumber: Pengolahan Data Penelitian Tahun 2010

Berdasarkan tabel di atas maka diketahui bahwa dari 98 responden: sebanyak 44 (44,90%) responden menyatakan bahwa sebaiknya metode kampanye seperti pertemuan akbar, pengajian, pembagian sembako dan bantuan yang dilakukan

oleh Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran dipertahankan dan ditingkatkan, sebanyak 42 (42,86%) responden menyatakan bahwa sebaiknya metode kampanye seperti pertemuan akbar, pengajian, pembagian sembako dan bantuan yang dilakukan oleh Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran dipertahankan dan sebanyak 12 (12,24%) responden menyatakan sebaiknya metode kampanye seperti pertemuan akbar, pengajian, pembagian sembako dan bantuan yang dilakukan oleh Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran tidak perlu digunakan lagi pada kampanye di masa mendatang.

Hal di atas menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan bahwa sebaiknya metode kampanye seperti pertemuan akbar, pengajian, pembagian sembako dan bantuan yang dilakukan oleh Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran dipertahankan dan ditingkatkan. Sementara itu masyarakat yang menyatakan bahwa metode kampanye tidak perlu digunakan lagi disebabkan oleh pandangan mereka yang menyatakan bahwa metode pemberian sembako atau bantuan kepada masyarakat merupakan satu bentuk kampanye yang tidak mendidik, sehingga harus ditinggalkan.

Kategori opini politik masyarakat Desa Lempasing terhadap metode calon-calon Bupati Pesawaran dalam berkampanye, ini digunakan analisis statistik rumus interval untuk mengkategorisasikan jawaban responden pada kuesioner penelitian, ke dalam tiga kategori opini yaitu positif, netral dan negatif.

Kategorisasi tersebut didasarkan pada total jawaban pada dapat dilihat pada tabel berikut: Tabel jawaban responden (Lampiran 2), di mana nilai interval ditentukan dengan rumus:

$$I = \frac{NT - NR}{K}$$

Penentuan kategori opini politik masyarakat dilakukan dengan dasar banyaknya butir soal yang diajukan yaitu 6 soal dan teknik penentuan skor yang digunakan, sehingga diperoleh dasar perhitungan interval adalah sebagai berikut:

- a. Nilai Tertinggi (NT) adalah 3 (skor tertinggi) x 5 (banyaknya soal) = 15
- b. Nilai Terendah (NR) adalah 1 (skor terendah) x 5 (banyaknya soal) = 5
- c. Kategori (K) yang dicari adalah 3 (positif, netral dan negatif)

Perhitungan nilai intervalnya adalah sebagai berikut:

$$I = \frac{NT - NR}{K} \quad I = \frac{15 - 5}{3} = \frac{10}{3} = 3.33 = 3 \text{ (Pembulatan)}$$

Berdasarkan nilai interval sebesar 3 maka kategori opini politik masyarakat metode calon-calon Bupati Pesawaran dalam berkampanye adalah sebagai berikut:

1. Positif, apabila total jawaban responden berada pada interval 13 - 15
2. Netral, apabila total jawaban responden berada pada interval 9 - 12
3. Negatif, apabila total jawaban responden berada pada interval 5 - 8

Kategori opini politik masyarakat Desa Lempasing terhadap metode calon-calon Bupati Pesawaran dalam berkampanye tersebut disajikan pada tabel berikut:

Tabel 20. Kategori Opini Politik Masyarakat Desa Lempasing terhadap Metode Calon-Calon Bupati Pesawaran dalam Berkampanye

<b>Kategori Opini</b>	<b>Rentang Interval</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Positif	13 – 15	32	32.65
Netral	9 – 12	60	61.22
Negatif	5 – 8	6	6.12
<b>Jumlah</b>		<b>98</b>	<b>100,00</b>

Sumber: Pengolahan Data Penelitian Tahun 2010

Berdasarkan tabel di atas maka diketahui bahwa dari 98 responden: sebanyak 32 (32,65%) responden memiliki opini politik yang positif terhadap metode calon-calon Bupati Pesawaran dalam berkampanye, sebanyak 60 (61,22%) responden memiliki opini politik yang netral terhadap metode calon-calon Bupati Pesawaran dalam berkampanye dan 6 (6,12%) responden memiliki opini politik yang negatif terhadap metode calon-calon Bupati Pesawaran dalam berkampanye. Hal ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan dapat dinyatakan bahwa opini politik masyarakat Desa Lempasing Kecamatan Padang Cermin terhadap metode calon-calon Bupati Pesawaran dalam berkampanye termasuk dalam kategori opini politik yang netral.

### **5.2.3 Opini Terhadap Materi dalam Berkampanye**

Opini masyarakat desa terhadap materi (program) kampanye, terdiri dari tanggapan masyarakat terhadap berbagai materi atau program yang ditawarkan calon bupati dalam berkampanye, seperti masalah pendidikan, kesehatan dan ekonomi kerakyatan.

### 5.2.3.1 Tanggapan Responden terhadap Materi Kampanye Berupa Janji Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran untuk Meningkatkan Bidang Pendidikan

Tanggapan responden terhadap materi kampanye berupa janji Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran untuk meningkatkan bidang pendidikan, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 21. Tanggapan Responden terhadap Materi Kampanye Berupa Janji Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran untuk Meningkatkan Bidang Pendidikan

No	Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase
1	Baik	70	71,43
2	Cukup Baik	22	22,45
3	Tidak Baik	6	6,12
<b>Jumlah</b>		98	100,00

Sumber: Pengolahan Data Penelitian Tahun 2010

Berdasarkan tabel di atas maka diketahui bahwa dari 98 responden: sebanyak 70 (71,43%) responden menyatakan bahwa materi kampanye berupa janji Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran untuk meningkatkan bidang pendidikan adalah baik, sebanyak 22 (22,45%) responden menyatakan bahwa materi kampanye berupa janji Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran untuk meningkatkan bidang pendidikan adalah cukup baik dan sebanyak 6 (6,12%) responden menyatakan bahwa materi kampanye berupa janji Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran untuk meningkatkan bidang pendidikan adalah tidak baik. Dengan demikian, sebagian besar responden menyatakan bahwa materi kampanye berupa janji Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran untuk meningkatkan bidang pendidikan adalah baik.



Materi kampanye Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran tentang pendidikan dinilai baik mengandung makna bahwa masyarakat menyadari pentingnya pendidikan dalam kehidupan guna mencapai cita-cita di masa yang akan datang dan merubah hidup menjadi lebih baik. Sementara itu materi kampanye Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran tentang pendidikan dinilai tidak baik, mengandung makna bahwa masyarakat tidak menyadari pentingnya pendidikan dalam kehidupan guna mencapai cita-cita di masa yang akan datang dan merubah hidup menjadi lebih baik.

### **5.2.3.2 Tanggapan Responden terhadap Materi Kampanye Berupa Janji Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran untuk Meningkatkan Bidang Kesehatan**

Tanggapan responden terhadap materi kampanye berupa janji Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran untuk meningkatkan bidang kesehatan, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 22. Tanggapan Responden terhadap Materi Kampanye Berupa Janji Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran untuk Meningkatkan Bidang Kesehatan

<b>No</b>	<b>Jawaban Responden</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
1	Baik	38	38,78
2	Cukup Baik	43	43,88
3	Tidak Baik	17	17,35
<b>Jumlah</b>		98	100,00

Sumber: Pengolahan Data Penelitian Tahun 2010

Berdasarkan tabel di atas maka diketahui bahwa dari 98 responden: sebanyak 38 (38,78%) responden menyatakan materi kampanye berupa janji Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran untuk meningkatkan bidang kesehatan adalah baik,

sebanyak 43 (43,88%) responden menyatakan materi kampanye berupa janji Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran untuk meningkatkan bidang kesehatan adalah cukup baik dan sebanyak 17 (17,35%) responden menyatakan materi kampanye berupa janji Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran untuk meningkatkan bidang kesehatan adalah tidak baik. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan materi kampanye berupa janji Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran untuk meningkatkan bidang kesehatan adalah cukup baik.

Materi kampanye Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran tentang kesehatan dinilai baik mengandung makna bahwa masyarakat menyadari bahwa kesehatan merupakan hal yang sangat penting dalam kehidupan, dengan adanya kesehatan maka masyarakat dapat bekerja dan berusaha dengan maksimal, sehingga perlu upaya pemeliharaan kesehatan. Sementara itu materi kampanye Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran tentang kesehatan dinilai tidak baik, mengandung makna bahwa masyarakat telah bosan dengan janji-janji kesehatan gratis yang diucapkan para calon, sebab ketika mereka sakit mereka tetap saja mengalami kesulitan dalam mengakses dan menerima pelayanan kesehatan.

#### **5.2.3.3 Tanggapan Responden terhadap Materi Kampanye Berupa Janji Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran untuk Meningkatkan Bidang Ekonomi**

Tanggapan responden terhadap materi kampanye berupa janji Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran untuk meningkatkan bidang ekonomi, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 23. Tanggapan Responden terhadap Materi Kampanye Berupa Janji Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran untuk Meningkatkan Bidang Ekonomi

No	Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase
1	Baik	54	55,10
2	Cukup Baik	33	33,67
3	Tidak Baik	11	11,22
<b>Jumlah</b>		98	100,00

Sumber: Pengolahan Data Penelitian Tahun 2010

Berdasarkan tabel di atas maka diketahui bahwa dari 98 responden: sebanyak 54 (55,10%) responden menyatakan materi kampanye berupa janji Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran untuk meningkatkan bidang ekonomi adalah baik, sebanyak 33 (33,67%) responden menyatakan materi kampanye berupa janji Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran untuk meningkatkan bidang ekonomi adalah cukup baik dan sebanyak 11 (11,22%) responden menyatakan materi kampanye berupa janji Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran untuk meningkatkan bidang ekonomi adalah tidak baik. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan materi kampanye berupa janji Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran untuk meningkatkan bidang ekonomi adalah baik.

Materi kampanye Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran tentang ekonomu dinilai baik mengandung makna bahwa masyarakat menyadari bahwa perekonomian perlu dikembangkan agar masyarakat bisa menikmati hasil dari pembangunan di bidang ekonomi. Sementara itu materi kampanye Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran tentang ekonomi dinilai tidak baik, mengandung makna bahwa masyarakat merasa para pejabat pemerintahan tidak memperdulikan kondisi perekonomian masyarakat yang lemah dan hanya para pejabat dianggap

hanya memikirkan diri sendiri beserta kelompoknya. Kondisi semacam ini dapat menimbulkan dampak hilangnya kepercayaan masyarakat terhadap pemerintahan.

#### **5.2.3.4 Tanggapan Responden terhadap Materi Kampanye Berupa Janji Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat**

Tanggapan responden terhadap materi kampanye berupa janji Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 24. Tanggapan Responden terhadap Materi Kampanye Berupa Janji Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran untuk Meningkatkan Bidang Kesejahteraan Masyarakat

<b>No</b>	<b>Jawaban Responden</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
1	Baik	45	45,92
2	Cukup Baik	32	32,65
3	Tidak Baik	21	21,43
<b>Jumlah</b>		98	100,00

Sumber: Pengolahan Data Penelitian Tahun 2010

Berdasarkan tabel di atas maka diketahui bahwa dari 98 responden: sebanyak 45 (45,92%) responden menyatakan materi kampanye berupa janji Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat adalah baik, sebanyak 32 (32,65%) responden menyatakan materi kampanye berupa janji Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat adalah cukup baik dan sebanyak 21 (21,43%) responden menyatakan materi kampanye berupa janji Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat adalah tidak baik. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan materi kampanye berupa janji Calon

Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat adalah baik.

Materi kampanye Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran tentang kesejahteraan masyarakat dinilai baik mengandung makna bahwa masyarakat menghendaki adanya peningkatan kesejahteraan agar mereka bisa menikmati pembangunan di berbagai bidang. Sementara itu materi kampanye Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran tentang kesejahteraan masyarakat dinilai tidak baik, mengandung makna bahwa masyarakat merasa selama ini tidak ada perubahan dalam bidang kesejahteraan masyarakat. Masyarakat kecil tetap saja berada dalam kesengsaraan, sedangkan para pejabat pemerintahan kurang tanggap dalam memenuhi dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

#### **5.2.3.5 Tanggapan Responden terhadap Materi Kampanye Berupa Janji Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran untuk Meningkatkan Pelayanan pada Masyarakat**

Tanggapan responden terhadap materi kampanye berupa janji Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran untuk meningkatkan pelayanan pada masyarakat, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 25. Tanggapan Responden terhadap Materi Kampanye Berupa Janji Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran untuk Meningkatkan Bidang Pelayanan pada Masyarakat

<b>No</b>	<b>Jawaban Responden</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
1	Baik	38	38,78
2	Cukup Baik	47	47,96
3	Tidak Baik	13	13,27
<b>Jumlah</b>		98	100,00

Sumber: Pengolahan Data Penelitian Tahun 2010

Berdasarkan tabel di atas maka diketahui bahwa dari 98 responden: sebanyak 38 (38,78%) responden menyatakan materi kampanye berupa janji Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran untuk meningkatkan pelayanan pada masyarakat adalah baik, sebanyak 47 (47,96%) responden menyatakan materi kampanye berupa janji Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran untuk meningkatkan pelayanan pada masyarakat adalah cukup baik dan sebanyak 13 (13,27%) responden menyatakan materi kampanye berupa janji Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran untuk meningkatkan pelayanan pada masyarakat adalah tidak baik. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan materi kampanye berupa janji Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran untuk meningkatkan pelayanan pada masyarakat adalah cukup baik.

Materi kampanye Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran tentang peningkatan pelayanan kepada masyarakat dinyatakan baik mengandung makna bahwa masyarakat mengharapkan adanya peningkatan kesejahteraan pelayanan kepada mereka sebagai pemberi mandate kepada para pejabat. Sementara itu materi kampanye Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran tentang peningkatan pelayanan masyarakat dinilai tidak baik, mengandung makna bahwa masyarakat merasa selama ini merasa kesulitan dalam mendapatkan pelayanan publik dari pejabat dan aparatur pemerintahan, baik dalam pengurusan surat menyurat maupun urusan administrasi lainnya.

Kategori opini politik masyarakat Desa Lempasing terhadap materi calon-calon Bupati Pesawaran dalam berkampanye, ini digunakan analisis statistik rumus interval untuk mengkategorisasikan jawaban responden pada kuesioner penelitian, ke dalam tiga kategori opini yaitu positif, netral dan negatif.

Kategorisasi tersebut didasarkan pada total jawaban pada dapat dilihat pada tabel berikut: Tabel jawaban responden (Lampiran 2), di mana nilai interval ditentukan dengan rumus:

$$I = \frac{NT - NR}{K}$$

Penentuan kategori opini politik masyarakat dilakukan dengan dasar banyaknya butir soal yang diajukan yaitu 5 soal dan teknik penentuan skor yang digunakan, sehingga diperoleh dasar perhitungan interval adalah sebagai berikut:

- a. Nilai Tertinggi (NT) adalah 3 (skor tertinggi) x 5 (banyaknya soal) = 15
- b. Nilai Terendah (NR) adalah 1 (skor terendah) x 5 (banyaknya soal) = 5
- c. Kategori (K) yang dicari adalah 3 (positif, netral dan negatif)

Perhitungan nilai intervalnya adalah sebagai berikut:

$$I = \frac{NT - NR}{K} \quad I = \frac{15 - 5}{3} = \frac{10}{3} = 3,33 = 3 \text{ (Pembulatan)}$$

Berdasarkan nilai interval sebesar 4 maka kategori opini politik masyarakat materi calon-calon Bupati Pesawaran dalam berkampanye adalah sebagai berikut:

1. Positif, apabila total jawaban responden berada pada interval 13 - 15
2. Netral, apabila total jawaban responden berada pada interval 9 - 12
3. Negatif, apabila total jawaban responden berada pada interval 5 - 8

Kategori opini politik masyarakat Desa Lempasing terhadap materi calon-calon Bupati Pesawaran dalam berkampanye disajikan pada tabel berikut:

Tabel 26. Kategori Opini Politik Masyarakat Desa Lempasing terhadap Materi calon-calon Bupati Pesawaran dalam berkampanye

<b>Kategori Opini</b>	<b>Rentang Interval</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Positif	13 – 15	33	33.67
Netral	9 – 12	63	64.29
Negatif	5 – 8	2	2.04
<b>Jumlah</b>		<b>98</b>	<b>100,00</b>

Sumber: Pengolahan Data Penelitian Tahun 2010

Berdasarkan tabel di atas maka diketahui bahwa dari 98 responden: sebanyak 33 (33,67%) responden memiliki opini politik yang positif terhadap materi calon-calon Bupati Pesawaran dalam berkampanye, sebanyak 63 (64,29%) responden memiliki opini politik yang netral terhadap materi calon-calon Bupati Pesawaran dalam berkampanye dan 2 (2,04%) responden memiliki opini politik yang negatif terhadap materi calon-calon Bupati Pesawaran dalam berkampanye. Hal ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan dapat dinyatakan bahwa opini politik masyarakat Desa Lempasing Kecamatan Padang Cermin terhadap materi calon-calon Bupati Pesawaran dalam berkampanye termasuk dalam kategori opini politik yang netral.

#### **5.2.4 Opini Terhadap Media dalam Berkampanye**

Opini masyarakat desa terhadap media kampanye, terdiri dari tanggapan masyarakat terhadap berbagai media yang digunakan calon bupati dalam berkampanye, seperti spanduk, selebaran, sticker, kaos dan kalender.



#### 5.2.4.1 Tanggapan Responden terhadap Penggunaan Media Kampanye oleh Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran

Tanggapan responden terhadap penggunaan media kampanye berupa spanduk, selebaran, sticker, kaos dan kalender oleh Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 27. Tanggapan Responden terhadap Penggunaan Media Kampanye oleh Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran

No	Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase
1	Baik	55	56,12
2	Cukup Baik	29	29,59
3	Tidak Baik	14	14,29
<b>Jumlah</b>		98	100,00

Sumber: Pengolahan Data Penelitian Tahun 2010

Berdasarkan tabel di atas maka diketahui bahwa dari 98 responden: sebanyak 55 (56,12%) responden menyatakan penggunaan media kampanye berupa spanduk, selebaran, sticker, kaos dan kalender oleh Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran adalah baik, sebanyak 29 (29,59%) responden menyatakan penggunaan media kampanye berupa spanduk, selebaran, sticker, kaos dan kalender oleh Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran adalah cukup baik dan sebanyak 14 (14,29%) responden menyatakan penggunaan media kampanye berupa spanduk, selebaran, sticker, kaos dan kalender oleh Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran adalah tidak baik. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan penggunaan media kampanye berupa spanduk, selebaran, sticker, kaos dan kalender oleh Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran adalah baik.

Penggunaan media tersebut dianggap baik karena menurut masyarakat, calon-calon bupati akan mudah dikenal apabila mereka menggunakan berbagai media dan disebarluaskan kepada masyarakat. Sementara itu masyarakat yang menyatakan tidak baik disebabkan oleh penilaian mereka bahwa penggunaan media tersebut banyak menghabiskan dana, yang seharusnya dapat digunakan untuk membangun atau memperbaiki fasilitas publik seperti, pos ronda, jalan paving block atau pemasangan instalasi penerangan umum. Sehingga banyak dirasakan manfaatnya untuk kepentingan masyarakat.

#### **5.2.4.2 Ketertarikan Responden Terhadap Penggunaan Media Kampanye oleh Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran**

Ketertarikan responden terhadap penggunaan media kampanye berupa spanduk, selebaran, sticker, kaos dan kalender oleh Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 28. Ketertarikan Responden Terhadap Penggunaan Media Kampanye oleh Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran

<b>No</b>	<b>Jawaban Responden</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
1	Tertarik	47	47,96
2	Cukup Tertarik	43	43,88
3	Tidak Tertarik	8	8,16
<b>Jumlah</b>		98	100,00

Sumber: Pengolahan Data Penelitian Tahun 2010

Berdasarkan tabel di atas maka diketahui bahwa dari 98 responden: sebanyak 47 (47,96%) responden menyatakan tertarik pada penggunaan media kampanye berupa spanduk, selebaran, sticker, kaos dan kalender oleh Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran, sebanyak 43 (43,88%) responden menyatakan cukup

tertarik pada penggunaan media kampanye berupa spanduk, selebaran, sticker, kaos dan kalender oleh Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran dan sebanyak 8 (8,16%) responden menyatakan tidak tertarik pada penggunaan media kampanye berupa spanduk, selebaran, sticker, kaos dan kalender oleh Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran tertarik pada penggunaan media kampanye berupa spanduk, selebaran, sticker, kaos dan kalender oleh Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan tertarik pada penggunaan media kampanye berupa spanduk, selebaran, sticker, kaos dan kalender oleh Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran. Adanya masyarakat yang tidak tertarik dengan media tersebut disebabkan oleh penilaian mereka bahwa media tersebut hanya bersifat sesaat dan kurang manfaatnya bagi mereka. Lebih baik dana yang digunakan untuk media dialokasikan untuk membangun atau memperbaiki fasilitas publik yang lebih bersifat kongkrit dan terasa manfaatnya bagi masyarakat, seperti perbaikan jalan di desa, penambahan penerangan umum, memperbaiki fasilitas ibadah, membuat pos ronda (siskamling) dan sebagainya.

#### **5.2.4.3 Tanggapan Responden bahwa Penggunaan Media Kampanye oleh Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran sesuai dengan kebutuhan masyarakat**

Tanggapan responden bahwa penggunaan media kampanye berupa spanduk, selebaran, sticker, kaos dan kalender oleh Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran sesuai dengan kebutuhan masyarakat, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 29. Tanggapan responden bahwa penggunaan media kampanye oleh Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran sesuai dengan kebutuhan masyarakat

No	Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase
1	Sesuai	53	54,08
2	Cukup Sesuai	35	35,71
3	Tidak Sesuai	10	10,20
<b>Jumlah</b>		98	100,00

Sumber: Pengolahan Data Penelitian Tahun 2010

Berdasarkan tabel di atas maka diketahui bahwa dari 98 responden: sebanyak 53 (54,08%) responden menyatakan penggunaan media kampanye oleh Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran sesuai dengan kebutuhan masyarakat, sebanyak 35 (35,71%) responden menyatakan penggunaan media kampanye oleh Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran cukup sesuai dengan kebutuhan masyarakat dan sebanyak 10 (10,20%) responden menyatakan penggunaan media kampanye oleh Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran tidak sesuai dengan kebutuhan masyarakat Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan penggunaan media kampanye oleh Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

Adanya masyarakat yang menyatakan tidak sesuai disebabkan karena mereka menginginkan dana untuk media kampanye dialokasikan untuk hal-hal penting yang lebih menyentuh kebutuhan masyarakat secara luas. Apabila dana tersebut dialokasikan untuk kepentingan publik maka secara tidak langsung calon bupati telah menunjukkan kepedulian mereka kepada masyarakat yang memang membutuhkan berbagai fasilitas untuk kepentingan umum.

#### 5.2.4.4 Tanggapan Responden bahwa Penggunaan Media Kampanye dapat Menarik Minat Masyarakat untuk Memilih

Tanggapan responden bahwa penggunaan media kampanye berupa spanduk, selebaran, sticker, kaos dan kalender oleh Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran dapat menarik minat masyarakat untuk memilih Calon Bupati dan Wakil Bupati yang bersangkutan, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 30. Tanggapan Responden bahwa Penggunaan Media Kampanye dapat Menarik Minat Masyarakat untuk Memilih

No	Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase
1	Dapat menarik minat untuk memilih	47	47,96
2	Cukup dapat menarik minat untuk memilih	31	31,63
3	Tidak dapat menarik minat untuk memilih	20	20,41
<b>Jumlah</b>		98	100,00

Sumber: Pengolahan Data Penelitian Tahun 2010

Berdasarkan tabel di atas maka diketahui bahwa dari 98 responden: sebanyak 47 (47,96%) responden menyatakan penggunaan media kampanye oleh Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran dapat menarik minat masyarakat untuk memilih Calon Bupati dan Wakil Bupati yang bersangkutan, sebanyak 31 (31,63%) responden menyatakan penggunaan media kampanye oleh Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran cukup dapat menarik minat masyarakat untuk memilih Calon Bupati dan Wakil Bupati yang bersangkutan dan sebanyak 20 (20,41%) responden menyatakan penggunaan media kampanye oleh Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran tidak dapat menarik minat masyarakat untuk memilih Calon Bupati dan Wakil Bupati yang bersangkutan. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan penggunaan media

kampanye oleh Calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran dapat menarik minat masyarakat untuk memilih Calon Bupati dan Wakil Bupati yang bersangkutan karena telah mengenalnya melalui media. Adapun yang menyatakan tidak dapat menarik minat, disebabkan karena menurut mereka minat untuk memilih tidak bisa diukur melalui penggunaan media kampanye tetapi lebih pada kemampuan dan kualitas calon bupati yang bersangkutan.

Kategori opini politik masyarakat Desa Lempasing terhadap media yang digunakan calon-calon Bupati Pesawaran dalam berkampanye, ini digunakan analisis statistik rumus interval untuk mengkategorisasikan jawaban responden pada kuesioner penelitian, ke dalam tiga kategori opini yaitu positif, netral dan negatif.

Kategorisasi tersebut didasarkan pada total jawaban pada dapat dilihat pada tabel berikut: Tabel jawaban responden (Lampiran 2), di mana nilai interval ditentukan dengan rumus:

$$I = \frac{NT - NR}{K}$$

Penentuan kategori opini politik masyarakat dilakukan dengan dasar banyaknya butir soal yang diajukan yaitu 6 soal dan teknik penentuan skor yang digunakan, sehingga diperoleh dasar perhitungan interval adalah sebagai berikut:

- a. Nilai Tertinggi (NT) adalah 3 (skor tertinggi) x 4 (banyaknya soal) = 12
- b. Nilai Terendah (NR) adalah 1 (skor terendah) x 4 (banyaknya soal) = 4
- c. Kategori (K) yang dicari adalah 3 (positif, netral dan negatif)

Perhitungan nilai intervalnya adalah sebagai berikut:

$$I = \frac{NT - NR}{K} \quad I = \frac{12 - 4}{3} = \frac{8}{3} = 2,67 = 3 \text{ (Pembulatan)}$$

Berdasarkan nilai interval sebesar 3 maka kategori opini politik masyarakat media yang digunakan calon-calon Bupati Pesawaran dalam berkampanye adalah sebagai berikut:

1. Positif, apabila total jawaban responden berada pada interval 10 - 12
2. Netral, apabila total jawaban responden berada pada interval 7 - 9
3. Negatif, apabila total jawaban responden berada pada interval 4 - 6

Kategori opini politik masyarakat Desa Lempasing terhadap media yang digunakan calon-calon Bupati Pesawaran dalam berkampanye tersebut disajikan pada tabel berikut:

Tabel 31. Kategori Opini Politik Masyarakat Desa Lempasing terhadap Media yang digunakan calon-calon Bupati Pesawaran dalam berkampanye

Kategori Opini	Rentang Interval	Frekuensi	Persentase
Positif	10– 12	8	8.16
Netral	7 – 9	79	80.61
Negatif	4 – 6	11	11.22
<b>Jumlah</b>		<b>98</b>	<b>100,00</b>

Sumber: Pengolahan Data Penelitian Tahun 2010

Berdasarkan tabel di atas maka diketahui bahwa dari 98 responden: sebanyak 8 (8,16%) responden memiliki opini politik yang positif terhadap media yang digunakan calon-calon Bupati Pesawaran dalam berkampanye, sebanyak 79

(80,61%) responden memiliki opini politik yang netral terhadap media yang digunakan calon-calon Bupati Pesawaran dalam berkampanye dan 11 (11,22%) responden memiliki opini politik yang negatif terhadap media yang digunakan calon-calon Bupati Pesawaran dalam berkampanye. Hal ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan dapat dinyatakan bahwa opini politik masyarakat Desa Lempasing Kecamatan Padang Cermin terhadap media yang digunakan calon-calon Bupati Pesawaran dalam berkampanye termasuk dalam kategori opini politik yang netral.

### **5.3 Kategori Opini Politik Masyarakat Desa Lempasing Terhadap Kampanye Calon-Calon Bupati Pesawaran**

Kategori opini politik masyarakat Desa Lempasing terhadap kampanye calon-calon Bupati Pesawaran, yang meliputi opini terhadap kemampuan calon bupati dalam berkampanye, metode (strategi) yang digunakan calon-calon Bupati Pesawaran dalam berkampanye, materi (program) kampanye dan terhadap media kampanye, dalam penelitian ini digunakan analisis statistik rumus interval untuk mengkategorisasikan jawaban responden pada kuesioner penelitian, ke dalam tiga kategori opini yaitu positif, netral dan negatif.

Kategorisasi tersebut didasarkan pada total jawaban pada dapat dilihat pada tabel berikut: Tabel jawaban responden (Lampiran 2), di mana nilai interval ditentukan dengan rumus:

$$I = \frac{NT - NR}{K}$$



Penentuan kategori opini politik masyarakat dilakukan dengan dasar banyaknya butir soal yang diajukan yaitu 20 soal dan teknik penentuan skor yang digunakan, sehingga diperoleh dasar perhitungan interval adalah sebagai berikut:

- a. Nilai Tertinggi (NT) adalah 3 (skor tertinggi) x 20 (banyaknya soal) = 60
- b. Nilai Terendah (NR) adalah 1 (skor terendah) x 20 (banyaknya soal) = 20
- c. Kategori (K) yang dicari adalah 3 (positif, netral dan negatif)

Perhitungan nilai intervalnya adalah sebagai berikut:

$$I = \frac{NT - NR}{K} \quad I = \frac{60 - 20}{3} = \frac{40}{3} = 13,33 = 13 \text{ (Pembulatan)}$$

Berdasarkan nilai interval sebesar 13 maka kategori opini politik masyarakat adalah sebagai berikut:

1. Positif, apabila total jawaban responden berada pada interval 48 - 60
2. Netral, apabila total jawaban responden berada pada interval 34 - 47
3. Negatif, apabila total jawaban responden berada pada interval 20 - 33

Selanjutnya kategori opini politik masyarakat Desa Lempasing terhadap kampanye calon-calon Bupati Pesawaran tersebut disajikan pada tabel berikut:

Tabel 32. Katgeori Opini Politik Masyarakat Desa Lempasing terhadap Kampanye Calon-Calon Bupati Pesawaran

Kategori Opini	Rentang Interval	Frekuensi	Persentase
Positif	48 – 60	53	54,08
Netral	34 – 47	45	45,92
Negatif	20 – 33	0	0,00
<b>Jumlah</b>		<b>98</b>	<b>100,00</b>

Sumber: Pengolahan Data Penelitian Tahun 2010

Berdasarkan tabel di atas maka diketahui bahwa dari 98 responden: sebanyak 53 (54,08%) responden memiliki opini politik yang positif terhadap kampanye calon-calon Bupati Pesawaran, sebanyak 45 (45,92%) responden memiliki opini politik yang netral terhadap kampanye calon-calon Bupati Pesawaran dan tidak ada (0,00%) responden memiliki opini politik yang negatif terhadap kampanye calon-calon Bupati Pesawaran. Hal ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan dapat dinyatakan bahwa opini politik masyarakat Desa Lempasing Kecamatan Padang Cermin terhadap kampanye calon-calon Bupati Pesawaran termasuk dalam kategori opini politik yang positif.

Hasil perhitungan di atas menunjukkan bahwa hipotesis penelitian ini diterima yaitu kampanye calon-calon Bupati Pesawaran berpengaruh terhadap terbentuknya opini politik yang positif pada masyarakat Desa Lempasing Kecamatan Padang Cermin Kabupaten Pesawaran. Hal ini berarti bahwa kampanye calon-calon Bupati Pesawaran dapat membentuk opini politik yang positif pada masyarakat.

#### **5.4 Analisis**

Berdasarkan hasil penelitian maka diketahui bahwa sebagian besar masyarakat Desa Lempasing Kecamatan Padang Cermin yang menjadi responden dalam penelitian ini memiliki opini politik yang positif terhadap kampanye calon-calon Bupati Pesawaran. Opini pada dasarnya merupakan suatu proses pengamatan terhadap sesuatu objek yang didalamnya menyangkut tanggapan kebenaran langsung, keyakinan terhadap objek tersebut yang pada akhirnya akan berpengaruh terhadap kecenderungan seseorang untuk bertindak senang atau tidak

senang yang merupakan jawaban atas pertanyaan apa yang diopinikan tentang suatu objek tersebut. Secara umum dan keseluruhan, opini dapat diartikan sebagai kesan-kesan, penafsiran seseorang terhadap objek tertentu yang didapat melalui panca inderanya (Mar'at, 1999: 73).

Sesuai dengan konsep tersebut maka objek yang dimaksud dalam penelitian ini adalah kampanye para calon bupati, yang terdiri dari beberapa komponen pengamatan oleh masyarakat desa, yaitu kemampuan calon bupati dalam berkampanye, metode (strategi) yang digunakan calon-calon Bupati Pesawaran dalam berkampanye, materi (program) kampanye dan terhadap media kampanye. Setelah melakukan pengamatan terhadap berbagai komponen dalam kampanye tersebut pada akhirnya masyarakat memberikan penilaian tentang baik atau tidak baiknya pelaksanaan kampanye sehingga tertanam dalam pemikiran dan pandangan mereka tentang objek kampanye tersebut. Dalam penelitian ini hasil pengamatan masyarakat desa menunjukkan opini politik yang positif.

Opini politik dalam kaitannya dengan penelitian ini merupakan cara pandang yang berhubungan erat dengan nilai-nilai yang dimiliki oleh masyarakat, orientasi politik suatu masyarakat dapat muncul dari dalam masyarakat itu sendiri atau dapat muncul dari luar masyarakat. Akan tetapi tanggapan anggota masyarakat terhadap orientasi itu berbeda-beda tergantung dari pengetahuan dan nilai-nilai yang dimilikinya. Opini politik seseorang bisa saja berubah sesuai dengan pengetahuan yang didapatnya dan nilai-nilai yang dimilikinya. Nilai-nilai itulah yang akan mempengaruhi, dan kadang-kadang dapat “membentuk”, keseluruhan

“sikap” masyarakat terhadap orientasi. Itulah yang muncul atau terpolakan ke atas permukaan sebagai orientasi politik masyarakat (Sjamsudin, 1993: 8).

Opini politik dalam hal ini ditujukan pada salah satu objek politik berupa kampanye menjelang Pemilihan Kepala Daerah Kabupaten Pesawaran. Kampanye merupakan bagian dari pemasaran politik, di mana para peserta Pemilu melakukan berbagai kegiatan untuk meyakinkan para pemilih dengan menawarkan program-programnya. Kampanye merupakan salah satu rangkaian kegiatan pemilu dalam rangka memperkenalkan dan menyosialisasikan diri dan program-program yang mereka tawarkan kepada masyarakat calon pemilih. Dalam kegiatan kampanye ini, calon Bupati dan Wakil Bupati sebagai peserta Pilkada, melakukan berbagai langkah dan kegiatan untuk meyakinkan para pemilih dengan menawarkan program-programnya, maka aktivitas kampanye dapat dinyatakan sebagai kegiatan sosialisasi politik. Pernyataan tersebut didasarkan karena pada praktiknya peserta menyosialisasikan diri mereka sebagai pelaku politik dan program mereka sebagai program politik kepada masyarakat calon pemilih, untuk diketahui, dikenal dan dipilih pada saat pemungutan suara.

Berbagai langkah dan upaya yang dilakukan oleh para calon Bupati dan Wakil Bupati Pesawaran tersebut mendapatkan tanggapan yang beragam dari masyarakat Desa Lempasing yang menjadi sasaran kampanye. Mereka memberikan tanggapan yang berbeda antara satu dengan yang lainnya, karena dipengaruhi oleh berbagai faktor atau nilai yang mereka anut, baik faktor eksternal maupun internal. Faktor eksternal, yakni faktor yang berasal dari luar individu, yang dapat berupa informasi, pengetahuan, lingkungan, teman

sepermainan dan sebagainya. Sedangkan faktor internal, yakni faktor yang berasal dari dalam diri individu, berupa pendidikan, keluarga dan sebagainya.

Perbedaan kategori opini politik masyarakat Desa Lempasing Kecamatan Padang Cermin terhadap kampanye calon-calon Bupati Pesawaran tersebut dapat dipengaruhi oleh faktor pendidikan, yaitu masyarakat yang berpendidikan rendah memiliki kecenderungan opini politik yang negatif sedangkan masyarakat yang berpendidikan tinggi memiliki kecenderungan opini politik yang positif. Faktor lain yang dapat mempengaruhi adalah pengalaman, di mana masyarakat yang memiliki pengalaman yang buruk terhadap kampanye sebelumnya (misalnya calon Bupati hanya mengumbar janji tetapi tidak merealisasikan setelah terpilih) akan memiliki kecenderungan opini yang negatif atau netral.

Faktor lingkungan/tempat tinggal juga dapat berpengaruh, di mana masyarakat desa yang umumnya tinggal di daerah agraris/pertanian atau maritim/pesisir pantai akan memiliki opini politik yang positif apabila calon Bupati membawakan materi kampanye tentang pertanian atau kesejahteraan kaum nelayan. Selain itu faktor sosial dan budaya masyarakat desa yang masih terikat oleh kekerabatan dan kepemimpinan informal (pengaruh kepala adat/pimpinan adat) akan dapat mempengaruhi opini masyarakat, artinya apabila kepala adat menyatakan bahwa calon tertentu adalah figur yang baik untuk menjadi pemimpin maka kecenderungan opini politik masyarakat juga akan menjadi baik.

Selain adanya perbedaan dalam opini masyarakat namun terdapat kesamaan di antaranya adalah masyarakat menginginkan kampanye yang memberikan pembelajaran atau pendidikan politik kepada masyarakat. Kegiatan kampanye

politik seharusnya merupakan sarana bagi para calon bupati dan wakilnya untuk menyampaikan informasi dan pengetahuan tentang politik. Melalui aktivitas kampanye politik, informasi serta pengetahuan akan dapat dengan mudah disebarluaskan oleh partai politik dan calon bupati serta wakilnya. Tidak hanya informasi tentang partai politik dan calon bupati serta wakilnya, tetapi informasi tentang kondisi dan harapan-harapan masyarakat pun akan terbuka. Kampanye politik secara ideal bias membuat masyarakat semakin menyadari hak dan kewajiban mereka dalam berpolitik. Mereka tidak lagi memilih asal memilih, melainkan lebih mempertimbangkan banyak hal ketika memutuskan akan memilih calon yang mereka unggulkan dalam Pemilihan Kepala Daerah, sebab kampanye politik menjadi sarana edukasi politik yang berguna untuk proses pembelajaran terbuka bagi setiap elemen masyarakat untuk menyadari hak dan kewajiban mereka sebagai warganegara dalam konteks pemilihan Kepala Daerah sebagai wujud dari pelaksanaan demokratisasi lokal.