

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Tinjauan Pemilu

Pemilihan Umum (Pemilu) adalah proses memilih orang untuk mengisi jabatan-jabatan politik tertentu. Jabatan-jabatan tersebut beraneka-ragam, mulai dari presiden, wakil rakyat di berbagai tingkat pemerintahan, sampai kepala desa. Pada konteks yang lebih luas, Pemilu dapat juga berarti proses mengisi jabatan-jabatan seperti ketua Organisasi Siswa Intra Sekolah atau ketua kelas, walaupun untuk ini kata pemilihan lebih sering digunakan.

Pemilu merupakan salah satu usaha untuk memengaruhi rakyat secara persuasi (tidak memaksa) dengan melakukan kegiatan retorika, *public relations*, komunikasi massa, *lobby* dan lain-lain kegiatan. Meskipun agitasi dan propaganda di negara demokrasi sangat dikecam, namun dalam kampanye pemilihan umum, teknik agitasi dan teknik propaganda banyak juga dipakai oleh para kandidat atau politikus selalu komunikator politik.

Dalam Pemilu, para pemilih dalam Pemilu juga disebut konstituen, dan kepada merekalah para peserta Pemilu menawarkan janji-janji dan program-programnya pada masa kampanye. Kampanye dilakukan selama waktu yang telah ditentukan, menjelang hari pemungutan suara.

Setelah pemungutan suara dilakukan, proses penghitungan dimulai. Pemenang Pemilu ditentukan oleh aturan main atau sistem penentuan pemenang yang sebelumnya telah ditetapkan dan disetujui oleh para peserta, dan disosialisasikan ke para pemilih.

Pemilihan Umum merupakan salah satu pilar demokrasi sebagai wahana perwujudan kedaulatan rakyat guna menghasilkan pemerintahan yang demokratis. Pemerintahan yang dihasilkan dari Pemilu diharapkan menjadi pemerintahan yang mendapat legitimasi yang kuat dan amanah. Sehingga, diperlukan upaya dan seluruh komponen bangsa untuk menjaga kualitas Pemilu. (Kemendagri, 2013)

2.1.1. Asas-asas Pemilu

Bentuk-bentuk asas-asas pemilu:

- A. Langsung berarti rakyat (pemilih) mempunyai hak untuk secara langsung memberikan suaranya sesuai dengan kehendak hati nuraninya, tanpa perantara.
- B. Umum berarti pada dasarnya semua warganegara yang memenuhi persyaratan minimal dalam usia , yaitu sudah berumur 17 (tujuh belas) tahun atau telah/pernah kawin berhak ikut memilih dalam pemilihan umum. Warganegara yang sudah berumur 21 (dua puluh satu) tahun berhak di-pilih. Jadi, pemilihan yang bersifat umum mengandung makna menjamin kesempatan yang berlaku menyeluruh bagi semua warga negara yang telah memenuhi persyaratan tertentu tanpa diskriminasi (pengecualian) berdasar acuan suku, kampanye, ras, golongan, jenis kelamin, kedaerahan, dan status sosial.
- C. Bebas berarti setiap warganegara yang berhak memilih bebas menentukan pilihannya tanpa tekanan dan paksaan dari siapapun. Di dalam melaksanakan

haknya, setiap warganegara dijamin keamanannya, sehingga dapat memilih sesuai dengan kehendak hati nurani dan kepentingannya.

- D. Rahasia berarti dalam memberikan suaranya, pemilih dijamin bahwa pemilihnya tidak akan diketahui oleh pihak manapun dan dengan jalan apapun. Pemilih memberikan suaranya pada surat suara dengan tidak dapat diketahui oleh orang lain kepada suaranya diberikan. Asas rahasia ini tidak berlaku lagi bagi pemilih yang telah keluar dari tempat pemungutan suara dan secara sukarela bersedia mengungkapkan pilihannya kepada pihak manapun.
- E. Jujur berarti dalam menyelenggarakan pemilihan umum; penyelenggaraan/ pelaksana, pemerintah dan partai politik peserta Pemilu, pengawas dan pemantau Pemilu, termasuk pemilih, serta semua pihak yang terlibat secara tidak langsung, harus bersikap dan bertindak jujur sesuai dengan peraturan perundangan yang berlaku.
- F. Adil berarti dalam menyelenggarakan pemilu, setiap pemilih dan partai politik peserta Pemilu mendapat perlakuan yang sama, serta bebas dari kecurangan pihak manapun, sehingga dengan adanya pemerataan hak atas persamaan pemilihan diharapkan mampu membangun dan menciptakan pemilihan umum yang adil.

2.1.2. Tujuan Pemilu

- a. Memilih presiden dan wakil presiden
- b. Memilih DPR, DPRD I, DPRD II
- c. Memilih DPD
- d. Melaksanakan demokrasi di Indonesia

2.1.3. Sistem pemilu

Sistem pemilu adalah seperangkat aturan yang mengatur cara pemilih memberikan pilihan dan mentransfer suara menjadi kursi. Sistem Pemilu menjadi sangat penting karena, mempengaruhi hasil pemilu, mempengaruhi sistem kepartaian, mempengaruhi perilaku politik masyarakat dan mempengaruhi stabilitas politik, demikian dipaparkan oleh Ketua Divisi Sosialisasi Komis Pemilihan Umum Provinsi Nusa Tenggara Barat, Drs. H. Darmansyah, M.Si. dalam acara sosialisasi UU No. 8 Tahun 2012.

Lebih jauh, Darmansyah menyebutkan bahwa unsur-unsur dalam Pemilu antara lain: Daerah Pemilihan, Mekanisme Pencalonan, Proses Pemberian Suara, Penghitungan dan Penetapan Kursi serta Penetapan calon terpilih.

Kriteria untuk menilai sistem Pemilu dapat dilihat melalui berbagai aspek yaitu dari segi akuntabilitas, keterwakilan, keadilan, persamaan hak untuk setiap pemilih, menciptakan pemerintahan yang efektif dan akomodatif, perkembangan partai-partai dan perwakilan yang kuat dan sistem yang menyediakan kemudahan akses dan sederhana.

Dijelaskan pula, saat ini terdapat 3 jenis Sistem Pemilu yang berkembang didunia, yaitu:

1.Pluralitas-Mayoritas atau Sistem Distrik

Yaitu suatu sistem pemilu dimana pemilih memilih kontestan (orang) dan jumlah kursi masing-masing Daerah Pemilihan adalah 1 (satu), sehingga pemenang pemilu adalah wakil yang memperoleh suara terbanyak dibandingkan dengan calon yang lain.

2. Semi-Proporsional atau Sistem Campuran

Yaitu sistem pemilu yang menggabungkan Sistem Distrik dan Sistem Proporsional.

3. Sistem Proporsional

Yaitu sistem pemilu yang menjamin adanya derajat keseimbangan antara perolehan suara dengan perolehan kursi oleh partai politik dalam pemilu.

Sesuai UU No. 8 tahun 2012, maka Pemilu 2014 masih tetap menggunakan sistem proporsional terbuka. Memang disini terdapat resiko, kata Darmansyah, yaitu sulitnya mengontrol tiap calon karena secara individu memiliki tujuan masing-masing. Salah satu upaya yang dilakukan untuk mengontrol adalah seleksi di setiap parpol ketika mengajukan daftar calon ke KPU.

Mengenai *Parliamentary Threshold*, Darmansyah menjelaskan, antara lain menjelaskan bahwa *Parliamentary Threshold* sebesar 3,5% berlaku secara nasional. Meskipun penambahan besaran ini mungkin tidak signifikan, namun setidaknya merupakan salah satu upaya untuk melakukan penyederhanaan sistem kepartaian. Pemberlakuan *Parliamentary Threshold* secara nasional, disatu sisi memiliki nilai terciptanya sistem kepartaian yg bersifat nasional, namun di sisi lain berdampak bagi partai politik yang memang memiliki basis terbatas di beberapa daerah, namun unggul di daerah tersebut.

2.1.4. Tugas KPU

- a. Merencanakan dan mempersiapkan pelaksanaan Pemilihan Umum;

- b. Menerima, meneliti dan menetapkan Partai-partai Politik yang berhak sebagai peserta Pemilihan Umum.
- c. Membentuk Panitia Pemilihan Indonesia yang selanjutnya disebut PPI dan mengkoordinasikan kegiatan Pemilihan Umum mulai dari tingkat pusat sampai di Tempat Pemungutan Suara yang selanjutnya disebut TPS.
- d. Menetapkan jumlah kursi anggota DPR, DPRD I dan DPRD II untuk setiap daerah pemilihan.
- e. Menetapkan keseluruhan hasil Pemilihan Umum di semua daerah pemilihan untuk DPR, DPRD I dan DPRD II.
- f. Mengumpulkan dan mensistematiskan bahan-bahan serta data hasil Pemilihan Umum.
- g. Memimpin tahapan kegiatan Pemilihan Umum.

2.1.5. Hak Pilih dalam Pemilu

- a. Hak pilih aktif, yaitu hak untuk memilih dalam pemilu. Jadi warga yang sudah memenuhi syarat-syaratnya, dapat memberikan suaranya untuk memilih jagoannya dan mensukseskan pemilu.
- b. Hak pilih pasif, yaitu hak untuk dipilih dalam pemilu. Jadi warga yang sudah memenuhi syarat-syarat menjadi kandidat dalam pemilu, dapat mencalonkan dirinya.

2.2. Tinjauan Kampanye

Dalam tinjauan mengenai kampanye, terdapat beberapa hal yang harus diperhatikan, agar proses kampanye tidak mengandung unsur-unsur negatif baik

yang timbul dari calon anggota legislatif itu sendiri maupun masyarakat sebagai pemilih.

2.2.1. Definisi Kampanye

Rogers dan Storey (1987:7) mendefinisikan kampanye sebagai “serangkaian tindakan komunikasi yang terencana dengan tujuan menciptakan efek tertentu pada jumlah khalayak yang dilakukan secara berkelanjutan pada kurun waktu tertentu”. Merujuk pada definisi ini maka setiap aktivitas kampanye komunikasi setidaknya harus mengandung empat hal yakni:

1. Tindakan kampanye yang ditujukan untuk menciptakan efek atau dampak tertentu.
2. Jumlah khalayak sasaran yang besar.
3. Biasanya dipusatkan dalam kurun waktu tertentu.
4. Melalui serangkaian tindakan komunikasi yang terorganisasi.
5. Dalam jenis-jenis kampanye pada prinsipnya adalah membicarakan motivasi yang melatar belakangi diselenggarakannya sebuah program kampanye. Motivasi tersebut pada akhirnya akan menentukan kearah mana kampanye akan digerakkan dan apa tujuan yang akan dicapai.

2.2.2. Ciri-ciri Kampanye

Kampanye merupakan wujud tindakan komunikasi yang terencana dan ditujukan untuk mempengaruhi masyarakat. Kampanye menggunakan berbagai saluran komunikasi untuk menyampaikan gagasan-gagasan mereka. Setidaknya ada 7 (tujuh) ciri-ciri kampanye yaitu sebagai berikut;

- a. Sumber kampanye selalu dapat diidentifikasi secara jelas. Nama lembaga yang menjadi penyelenggara kampanye biasanya tercantum atau disebutkan dalam berbagai saluran komunikasi yang digunakan.
- b. Dalam hal ini kampanye senantiasa dilakukan dalam periode waktu tertentu. Kapan dan berapa lama sebuah program kampanye dilakukan selalu dinyatakan dengan jelas.
- c. Sifat gagasan-gagasan kampanye terbuka untuk diperdebatkan.
- d. Tujuan kampanye selalu jelas dan spesifik. Sebagian besar program kampanye memiliki tujuan yang dapat diukur dengan mudah. Tujuan kampanye juga sangat bervariasi bergantung pada jenisnya.
- e. Kampanye sangat menekankan kesukarelaan dan menghindari pendekatan *koersif*.
- f. Kampanye memiliki kode etik yang mengatur cara dilakukannya kegiatan.
- g. Dalam kampanye tujuan kedua belah pihak perlu diperhatikan agar tujuan dapat dicapai.

2.2.3. Kategori Kampanye

Menurut *Charles U. Larson* (1992:11) jenis kampanye dibagi kedalam 3 (tiga) kategori yaitu:

- a. *Product-oriented campaigns* atau kampanye yang berorientasi pada produk umumnya terjadi dilingkungan bisnis. Istilah lain dari kampanye ini adalah *commercial campaigns* atau *corporate campaigns*. Motivasi yang mendasarinya adalah memperoleh keuntungan komersial.

- b. *Candidate-oriented campaigns* atau kampanye yang berorientasi pada kandidat umumnya dimotivasi oleh hasrat untuk menarik kekuasaan politik. Jenis kampanye ini dapat disebut pula sebagai *political campaigns*.
- c. *Ideological or cause oriented campaigns* adalah jenis kampanye yang berorientasi pada tujuan-tujuan yang bersifat khusus dan sering kali berdimensi perubahan sosial. Jenis kampanye ini biasa disebut juga *social change campaigns*. Kampanye ini ditujukan untuk menangani masalah-masalah sosial melalui perubahan sikap dan perilaku publik yang terkait.

Dari perbedaan-perbedaan jenis-jenis kampanye di atas, pada prakteknya ketiga macam kampanye tersebut hampir tidak berbeda. Ketiganya dapat menggunakan strategi komunikasi yang sama untuk menjual produk, kandidat atau gagasan mereka kepada masyarakat. Jadi alat media kampanye semua benda atau bentuk lain yang memuat visi, misi, program, atau informasi lainnya yang dipasang untuk keperluan kampanye.

2.3. Tinjauan tentang Tanggapan

Tanggapan adalah suatu tindakan atau tingkah laku yang dialami setelah mendapat rangsangan. Tanggapan masyarakat dapat dilihat melalui persepsi, sikap dan partisipasi masyarakat dan tanggapan lambat-laun tertanam atau diperkuat melalui percobaan yang berulang-ulang (Dzamarah, 2002:23).

Menurut Bimo Walgito (1997:97) tanggapan adalah proses pembayangan, menyerupai benda yang diamati. Selanjutnya Kartini Kartono (1984:57-58)

menyatakan bahwa tanggapan adalah kesan-kesan yang dialami, jika perangsang sudah tidak ada. Jadi, jika proses pengamatan sudah berhenti dan hanya tinggal kesan-kesannya saja, peristiwa sedemikian disebut tanggapan.

2.4. Tinjauan tentang Masyarakat

Masyarakat adalah golongan masyarakat kecil terdiri dari beberapa manusia, yang dengan atau karena sendirinya bertalian secara golongan dan pengaruh-mempengaruhi satu sama lain. (Hasan Shadily 1984:47)

Menurut JBAF Mayor Polak dalam Abu Ahmadi (2003:96), menyebutkan bahwa masyarakat adalah wadah segenap antar hubungan sosial terdiri atas banyak sekali kolektiva-kolektiva serta kelompok dalam tiap-tiap kelompok terdiri atas kelompok-kelompok lebih baik atau sub kelompok.

Sedangkan menurut M.M. Djojodiguno tentang masyarakat adalah suatu kebulatan dari pada segala perkembangan dalam hidup bersama antar manusia dengan manusia (Abu Ahmadi 2003:97).

Pendapat lain mengenai masyarakat adalah suatu kelompok manusia yang telah memiliki tatanan kehidupan, norma-norma, adat istiadat yang sama-sama ditaati dalam lingkungannya.

Syarat-syarat yang harus dipenuhi dalam kehidupan bermasyarakat menurut Abu Ahmadi (2003):

- a. Harus ada pengumpulan manusia, dan harus banyak, bukan poengumpulan binatang.

- b. Telah bertempat tinggal dalam waktu yang lama dalam suatu daerah tertentu.
- c. Adanya aturan-aturan atau undang-undang yang mengatur mereka untuk menuju kepada kepentingan-kepentingan dan tujuan bersama

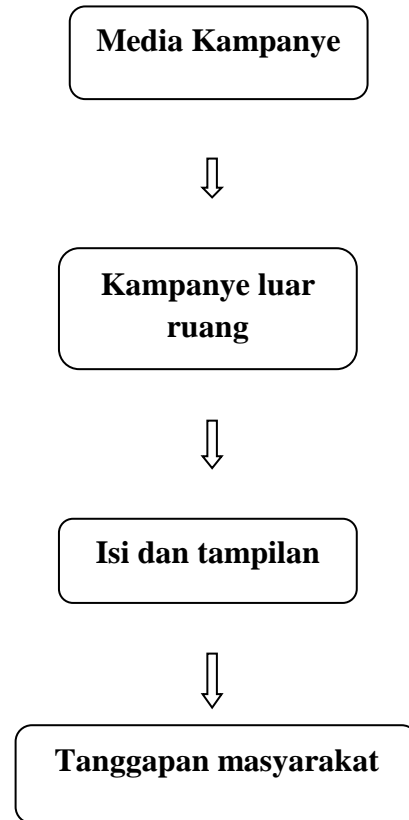
Dari penjelasan dan ciri-ciri di atas dapat disimpulkan bahwa masyarakat adalah sekelompok manusia majemuk yang tinggal dalam satu teritorial tertentu dan terdiri dari beraneka ragam kelompok yang memiliki kesepakatan bersama berupa aturan-aturan ataupun adat istiadat yang timbul dan tercipta karena kebersamaan tersebut. Adanya aturan atau adat ini sangatlah bergantung dengan masyarakat itu sendiri dan juga kesepakatan bersama yang timbul setelah kehidupan itu berlangsung dalam waktu yang lama.

Konsep Masyarakat menurut Edi Suharto (2006:11) adalah arena dimana praktek pekerjaan sosial makro beroperasi. Berbagai definisi mengenai masyarakat biasanya diterapkan berdasarkan konsep ruang, orang, interaksi dan identitas. Dalam arti sempit istilah masyarakat merujuk pada sekelompok orang yang tinggal dan berinteraksi yang dibatasi oleh wilayah geografis tertentu seperti desa, kelurahan, kampung atau rukun tetangga. Dalam arti luas, masyarakat menunjuk pada interaksi kompleks sejumlah orang yang memiliki kepentingan dan tujuan bersama meskipun tidak bertempat tinggal dalam satu wilayah geografis tertentu. Masyarakat seperti ini bisa disebut sebagai *societas* atau *society*. Misalnya, masyarakat ilmuwan, masyarakat bisnis, masyarakat global dan masyarakat dunia.

Kemasyarakatan atau keadaan dimana terdapat kehadiran orang lain disisi kita, kehadiran itu bisa nyata kita lihat dan kita rasakan, namun juga bisa hanya dalam

bentuk imajinasi. Setiap kita bertemu orang meskipun hanya melihat atau mendengarnya saja, itu termasuk situasi sosial. Begitu juga ketika kita sedang menelfon, atau *chatting*, bahkan setiap kali kita membayangkan adanya orang lain, misalkan melamunkan pacar, mengingat ibu bapa, menulis surat pada teman, membayangkan bermain sepakbola bersama, mengenang tingkah laku buruk di depan orang, semuanya itu termasuk sosial. Sekarang, coba kita ingat-ingat situasi dimana kita betul-betul sendirian. Pada saat itu kita tidak sedang dalam pengaruh siapapun. Bisa dipastikan kita akan mengalami kesulitan menemukan situasinya. Jadi, memang benar kata Aristoteles, sang filsuf Yunani, tatkala mengatakan bahwa manusia adalah makhluk sosial, karena hampir semua aspek kehidupan manusia berada dalam situasi sosial.

2.5. Skema Kerangka Pikir



Gambar 1. Skema kerangka pikir alat kampanye luar ruang