

BAB III

SAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA

A. DESKRIPSI DATA

Pada Bab III ini merupakan penyajian data hasil penelitian yang berhasil diperoleh peneliti di lapangan. Peneliti akan menyajikan data terkait kampanye KPUD Bantul dalam Meningkatkan Partisipasi Pemilih dalam Pemilihan Bupati Bantul Periode 2015-2020. Data-data tersebut diperoleh dari hasil wawancara dengan beberapa narasumber dan studi dokumen. Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mendeskripsikan bagaimana Strategi Kampanye KPUD Bantul dalam Meningkatkan Partisipasi Pemilih dalam Pemilihan Bupati Bantul periode 2015-2020. Data yang akan disajikan diantaranya tahapan perencanaan kampanye, pelaksanaan, hingga evaluasi program kampanye yang diselenggarakan oleh KPUD Bantul.

1. Perencanaan Kampanye KPUD Bantul

Sebelum melaksanakan kegiatan kampanye terlebih dahulu harus melakukan perencanaan. Seperti dijelaskan Gregory dalam Venus perencanaan merupakan tahapan yang harus dilakukan agar kampanye mencapai tujuan yang diinginkan (Gregory dalam Venus,2012:144). Dalam penelitian ini bagaimana KPUD Kabupaten Bantul menggunakan tahapan-

tahapan perencanaan kampanye tersebut. Berikut penjelasannya dapat dituangkan kedalam tahap-tahap perencanaan seperti di jelaskan (Gregory dalam Venus,2012:145) :

a. Analisis Masalah

Analisis masalah, seperti yang telah dijelaskan penulis pada bab 1, analisis masalah merupakan tolak ukur awal merancang sebuah kampanye agar dapat diidentifikasi dengan jelas, yang berhubungan dengan permasalahan harus dilakukan secara obyektif, tertulis dan kemungkinan untuk dilihat kembali setiap waktu sehingga tidak terjadi pemecahan masalah yang tepat. Sebagaimana dijelaskan sebagai berikut :

“langkah awal suatu perencanaan adalah melakukan analisis masalah. Dalam melakukan strategi kampanye KPUD Bantul dalam Meningkatkan Partisipasi Pemilih dalam Pemilihan Bupati Bantul menggunakan analisis SWOT meliputi empat elemen yaitu *Strength* (kekuatan), *Weakness* (kelemahan), *Opportunities* (kesempatan), dan *Threats* (tantangan), yang dilakukan KPUD Kabupaten Bantul”(wawancara melalui Titik Istiyawatun Khasanah, Ketua Divisi Sosialisasi 20 Oktober 2016 di KPUD Bantul) :

1. *Strength* (kekuatan)

- a. Memperdayakan petugas KPUD Bantul untuk memfasilitasi kampanye pilkada Bantul tahun 2015
- b. Tersedia sarana dan prasarana
- c. Partisipasi masyarakat Bantul

- d. Media massa dan kerjasama seluruh sektor instant pemerintah maupun swasta
2. *Weakness* (kelemahan)
- a. Kurangnya kesadaran pemilih untuk memilih pada pilkada Bantul 2015
 - b. Menurunnya Pilkada Bantul 2015 dibandingkan Pilpres dan Pilgub di Bantul
 - c. Partisipasinya tidak sesuai target nasional yang di harapkan sebesar 77,5%
 - d. Belum optimalnya peran masyarakat dalam membantu kinerja KPU Bantul
 - e. Hambatan dari regulasi yang ada
 - f. Kuranya monitoring APK (Alat Peraga Kampanye) karena adanya batasan dari regulasi yang ada
 - g. Fasilitas kampanye kurang optimal
3. *Opportunities* (kesempatan)
- a. Anggaran dana dari APBD dalam memberikan anggaran
 - b. Dukungan dari berbagai pihak baik instansi pemerintah maupun swasta
4. *Threats* (tantangan)
- a. Meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat Kabupaten Bantul. Khususnya pemilih untuk ikut

berpartisipasi memilih calon Bupati dan Wakil Bupati Bantul tahun 2015.

b. Penyusun Tujuan

Penyusun tujuan merupakan tahapan selanjutnya yang harus digunakan karena dengan tujuan yang jelas maka akan fokus pada kegiatan kampanye sosial yang dilaksanakan.

KPUD Kabupaten Bantul merancang susunan tujuan kampanye sudah diatur berdasarkan Undang-Undang KPU Bantul yang ditetapkan atau dimandatkan oleh KPU RI yang ditujukan untuk mengajak masyarakat Kabupaten Bantul untuk memilih pasangan calon Bupati dan Wakil Bupati Kabupaten Bantul 2015. Sebagaimana di jelaskan berikut :

Berdasarkan Undang-Undang No.8 Tahun 2015 yang diturunkan ke dalam PKPU Nomor 7 Tahun 2015 tentang kampanye pada pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur, Bupati dan Wakil Bupati, serta Walikota dan Wakil Walikota, kampanye pemilihan adalah kegiatan menawarkan visi, misi, dan program pasangan calon dan/atau informasi lainnya, yang bertujuan mengenalkan atau meyakinkan pemilih untuk memilih pasangan calon tertentu local (<http://www.kpud-bantulkab.go.id/hal/renstra-kpu> diakses pada tanggal 26 November 2016)

Sedangkan tujuan kampanye KPU Bantul sebagai wujud dari pendidikan politik masyarakat yang dilaksanakan secara bertanggung jawab. Pendidikan politik dimaksudkan untuk meningkatkan partisipasi

pemilihan dalam memilih. Selain mengatur makna dan tujuan kampanye, kedua regulasi tersebut juga mengatur tentang prinsip-prinsip dalam kampanye yang efisien, ramah lingkungan, akuntabel, nondiskriminasi, dan tanpa kekerasan.

Kemudian penyusunan anggaran KPUD Kabupaten Bantul untuk melaksanakan kampanye pemilihan kepada daerah (pilkada) serentak pada tahun 2015 berkaitan dengan pendanaan dalam pasal 200 ayat (1) UU Nomor 8 Tahun 2015 dinyatakan bahwa pendanaan untuk kegiatan pemilihan tahun 2015 dibebankan pada Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD) (Sumber : Dokumen KPUD Kabupaten Bantul 2015).

c. Identifikasi dan Segmentasi Sasaran

Identifikasi dan segmentasi sasaran merupakan proses perencanaan kampanye selanjutnya akan lebih mudah dan tidak ditujukan kepada semua orang agar melancarkan pelaksanaan kampanye tersebut.

KPUD Kabupaten Bantul memiliki beberapa target publik dan melakukan sosialisasi terhadap masyarakat yang sudah ditentukan agar pemilih mengetahui adanya pilkada yang dilaksanakan oleh KPU Kabupaten Bantul. Sebagaimana dijelaskan sebagai berikut :

“Dalam menentukan segmentasi sasaran KPUD Bantul, khususnya daerah Kabupaten Bantul lebih mengutamakan pada sasaran pemilih pemula yang baru mengetahui tentang pemilihan, ormas-ormas yang berada di Kabupaten Bantul, kemudian penyandang disabilitas yang berada di wilayah Kabupaten Bantul”(wawancara melalui Titik Istiyawatun

Khasanah, Ketua Divisi Sosialisasi 20 Oktober 2016 di KPUD Bantul).

d. Menentukan Pesan

Menentukan pesan adalah hal penting yang harus dilakukan dalam perencanaan kampanye. Pesan kampanye merupakan sarana yang akan membawa sasaran mengikuti apa yang diinginkan dari program kampanye.

Didalam sebuah kampanye, menentukan pesan merupakan hal yang sangat sangat penting untuk mensosialisasikan kampanye dalam meningkatkan partisipasi pemilih dalam pemilihan Bupati Bantul yang dilakukan oleh KPUD Kabupaten Bantul. Pesan yang sesuai harus mudah dipahami dan dimengerti oleh publik, pesan yang baik harus mengambil persepsi yang berkembang di masyarakat, harus mengubah persepsi masyarakat terhadap pesan tersebut, melakukan identifikasi terhadap publik, dan meyakinkan bahwa pesan sudah layak di sampaikan kepada publik. Sebagai mana yang dijelaskan oleh kepala divisi sosialisasi sebagai berikut :

“Dalam menyusun pesan kami biasanya memfokuskan kepada masyarakat yang sudah mempunyai hak pilihnya untuk memilih calon Bupati Bantul. Contohnya kita menyampaikan sosialisasi kepada masyarakat terkait dengan tahapan program kampanye dan seterusnya melalui berbagai media, kita juga melakukan pendidikan pemilih kepada seluruh elemen yang ada pada masyarakat bantul untuk membangun kesadaran masyarakat tentang

pentingnya mengikuti pemilihan kepada kepala daerah tersebut” (wawancara melalui Titik Istiyawatun Khasanah, Ketua Divisi Sosialisasi 20 Oktober 2016 di KPUD Bantul).

e. Strategi dan Taktik

Strategi merupakan pendekatan secara keseluruhan yang akan diterapkan dalam kampanye, yang dibuat berdasarkan analisis masalah dan tujuan yang telah ditetapkan. Strategi ini kemudian dituangkan secara lebih konkret dalam bentuk taktik. Sebagai mana yang dijelaskana oleh kepala divisi sosialisasi sebagai berikut :

“Strategi untuk membangun kesadaran masyarakatnya dengan melalui pertemuan tatap muka, memanfaatkan berbagai media, alurnya kita mensosialisaikan dulu tentang akan adanya pilkada di kabupaten bantul dengan cara kita membuat media media kecil seperti stiker, iklan layanan masyarakat di radio, televisi dengan memberi tau adanya pilkada pada tanggal 9 desember 2015, baru kemudian setelah masyarakat tau ada pilkada , kemudian dilengkapi dengan pertemuan tatap muka itu pendidikan pemilih, kenapa masyarakat harus mengikuti pilkada dan harus berpartisipasi dalam pemungutan suara pada pilkada itu dijelaskan melalui pertemuan tatap muka” (wawancara melalui Titik Istiyawatun Khasanah, Ketua Divisi Sosialisasi 20 Oktober 2016 di KPUD Bantul).

f. Alokasi Waktu dan Sumber Daya

Alokasi waktu dan sumber daya merupakan perencanaan waktu, tetapi ada hal lain yang harus diidentifikasi dengan jelas dan pasti yaitu sumber daya kampanye yang akan menyokong agar kampanye terlaksana dan selesai tepat pada waktunya. Secara umum, sumber daya pendukung

kampanye terbagi menjadi tiga, yaitu sumber daya manusia, dana operasional dan peralatan.

Dalam alokasi waktu pelaksanaan kegiatan kampanye tersebut dihadapi dengan keterbatasan waktu deadline, hal tersebut memerlukan rencana alokasi waktu dalam pelaksanaan suatu program kampanye yang tersusun secara rinci, spesifikasi terencana tepat tepat dengan masalah susunan jadwal waktu dan program kegiatan secara berimbang, yang berkaitan dengan kapan pelaksanaan kampanye, bagaimana pola dan jadwal waktu yang ditetapkan dan dalam rentang waktu berapa lama KPUD Bantul melakukan kampanye sebagai berikut yang dijelaskan Ibu Titik Istiyawatun Khasanah, Ketua Divisi Sosialisasi.

Dalam melakukan waktu pelaksanaan kampanye pihak KPUD Bantul, ketua divisi sosialisasi menjelaskan sebagai berikut :

“Dilakukan sejak tiga hari setelah pasangan calon ditetapkan pada tanggal 24 Agustus 2015 kemudian tanggal 27 Agustus itu sudah mulai kampanye dan semua jadwal kampanye sudah di tetepkan atau sudah diatur oleh regulasi yang ada mas, kemudian lebih lengkapnya entar di lihat di dokumen yang sudah kami susun mas” (wawancara melalui Titik Istiyawatun Khasanah, Ketua Divisi Sosialisasi 20 Oktober 2016 di KPUD Bantul).

Dalam pelaksanaan kampanye oleh pasangan calon dan tim kampanye, KPU Kabupaten Bantul telah menetapkan jadwal waktu dan lokasi

kampanye dalam pemilihan Bupati dan Wakil Bupati Bantul 2015, yang dimulai dari tanggal 27 Agustus 2015. Untuk pembagian waktu masing-masing pasangan calon secara bergantian mendapatkan alokasi yang sama. Penentuan jadwal ini dibuat dan dikonsultasikan dengan tim kampanye kedua pasangan calon sebelum KPU Kabupaten Bantul menetapkan SK.

KPU Kabupaten Bantul telah menetapkan keputusan Nomor 75/Kpts/KPU-Kab/Btl-013.329600/Tahun 2015 tentang penetapan jadwal waktu dan lokasi kampanye dalam pemilihan Bupati dan Wakil Bupati Bantul 2015.

Jadwal atau waktu kampanye dalam pemilihan Bupati dan Wakil Bupati Bantul Tahun 2015 di laksanakan oleh KPU Kabupaten Bantul dari tanggal 27 Agustus s.d 9 Desember secara bergantian dan libur kampanye pada tanggal 23 September s.d 24 September 2015 (Hari Raya Idul Adha), kemudian libur Tahun Baru Hijriah pada tanggal 14 Oktober dan masa tenang kampanye pada tanggal 6 Desember s.d 8 Desember 2015 yang berlokasi di Kabupaten Bantul (Sumber : Dokumen KPUD Kabupaten Bantul 2015).

Sedangkan sumber daya manusia (SDM) yang digunakan jasanya untuk mendukung program kampanye harus dihitung kemampuan dan usahanya.

“KPUD Bantul dalam penyelenggaraan pemilihan Bupati dan Wakil Bupati Bantul tahun 2015. KPU Kabupaten Bantul mengangkat Badan Ad Hoc sebagai pelaksana di lapangan. Badan Ad Hoc terdiri dari Panitia Pemilihan Kecamatan (PPK), Panitia Pemungutan Suara (PPS) di tingkat Desa, dan Kelompok Penyelenggaraan Pemungutan Suara (KPPS) yang bertugas di TPS. Badan Ad Hoc inilah yang berhadapan langsung dan menjadi pelayan pertama bagi publik. Mengingat strategisnya peran Badan Ad Hoc sangat penting bagi KPU Bantul Untuk memastikan sumber daya manusia (SDM) yang akan mengisi komposisi Badan Ad Hoc tersebut benar-benar harus mampu memikul tanggung jawab yang cukup berat. Sebagaimana halnya KPU, Badan Ad Hoc juga harus memiliki integritas, kapasitas, independensi, imparialitas, dan netralitas yang kuat” (wawancara melalui Titik Istiyawatun Khasanah, Ketua Divisi Sosialisasi 20 Oktober 2016 di KPUD Bantul).

g. Evaluasi dan Tinjauan

Evaluasi dan tinjauan merupakan salah satu bagian dari perencanaan kampanye yang tidak boleh terlupakan. Rencana evaluasi yang disusun oleh KPU Bantul agar pelaksanaan kampanye berjalan dengan baik, ketua divisi sosialisasi menjelaskan sebagai berikut :

“Dalam menyusun rencana evaluasi kita melihat sasaran kampanyenya, pesan apa yang berhasil untuk mempengaruhi masyarakat dan bagaimana kinerja badan Ad Hoc dalam menyampaikan pesan kepada masyarakat, itu baru rencana evaluasi kalau evaluasi program kampanye kita mengevaluasi keseluruhan kegiatan kampanye nya mas.” (wawancara melalui Titik Istiyawatun Khasanah, Ketua Divisi Sosialisasi 20 Oktober 2016 di KPUD Bantul).

2. Pelaksanaan Kampanye KPUD Bantul

Pelaksanaan kampanye adalah penerapan dan konstruksi rancangan program yang telah ditetapkan sebelumnya. Pelaksanaan kampanye harus sesuai dengan jadwal yang telah direncanakan dan ditetapkan sebelumnya, agar kampanye berjalan sesuai dengan jadwal dan terarah sehingga pelaksanaan kampanye sesuai dengan apa yang diharapkan oleh pihak pelaksana kampanye.

Usaha pelaksanaan kampanye KPUD Bantul dalam meningkatkan partisipasi pemilih dalam pemilihan Bupati Bantul periode 2015-2020 menggunakan dua jenis strategi kampanye dalam pelaksanaannya berdasarkan pada cara berkomunikasi.

a. Pelaksanaan strategi kampanye satu arah (*uni-directional campaign*)

Kampanye ini mengandalkan konsep penuh melalui media massa sebagai penyampaian pesan pelaksanaan strategi kampanye. Dalam pelaksanaan kampanye KPUD Bantul mengandalkan beberapa media agar kampanye yang direncanakan dapat menyampaikan pesan dengan baik dan terarah.

1) Pemasangan alat peraga kampanye (APK)

Alat peraga kampanye mencakup semua benda atau bentuk lain yang memuat visi, misi, program, symbol, tanda gambar pasangan calon yang dipasang untuk keperluan kampanye yang bertujuan untuk mengajak orang memilih pasangan calon tertentu yang difasilitasi oleh KPU Kabupaten Bantul yang didanai Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD). Desain dan materi dibuat dan dibiayai oleh tim pasangan calon, berdasarkan supervisi KPUD Kabupaten Bantul. Produksi dan pemasangan termasuk lokasi pemasangan dan pemeliharaan APK di fasilitasi oleh KPUD Kabupaten Bantul.

KPU Kabupaten Bantul memfasilitasi atau mencetak dan memasang alat peraga kampanye (APK) dengan rincian sebagai berikut :

Tabel 3.1

Alat Peraga Kampanye KPUD Bantul

No	Jenis APK	Jumlah	Keterangan
1	Baliho Ukuran : 2m x 3m	5 Buah tiap paslon	Dipasang di wilayah Kabupaten
2	Umbul-Umbul Ukuran : 1,15m x 5m	10 Buah tiap paslon	Dipasang di wilayah Kecamatan
3	Spanduk Ukuran : 60cm x 5m	2 Buah tiap paslon	Dipasang di wilayah Desa/Kelurahan

(Sumber : Dokumen KPUD Kabupaten Bantul 2015)

Lokasi pemasangan Alat Peraga Kampanye (APK) dalam pemilihan Bupati dan Wakil Bupati Bantul Tahun 2015 ditetapkan dalam keputusan KPU Kabupaten Bantul Nomor 68/Kpts/KPU-Kab/Btl-013.329600/Tahun 2015. Karena kondisi alam dan cuaca, terdapat beberapa lokasi pemasangan alat peraga kampanye pemilihan Bupati dan Wakil Bupati Bantul Tahun 2015 yang mengalami perubahan lokasi dan ditetapkan dengan keputusan KPU Kabupaten Bantul Nomor 87/Kpts/KPU-Kab/Btl-013.329600/Tahun 2015.

2) Penyebaran bahan kampanye kepada umum

Bahan kampanye mencakup semua benda atau bentuk lain yang memuat visi, misi, program pasangan calon, simbolik atau tanda gambar yang disebar untuk keperluan kampanye meliputi selebaran (*flyer*), brosur (*leaflet*), pamflet dan poster.

Desain dan materi bahan kampanye dibuat dan dibiayai oleh pasangan calon dan tim kampanye sesuai dengan ukuran yang telah ditentukan oleh KPU Kabupaten Bantul. Selain visi, misi dan program serta tanda gambar atau foto pasangan calon, materi juga dapat menampilkan tanda gambar partai politik atau gabungan partai politik atau foto pengurus partai politik.

KPU Kabupaten Bantul mencetak bahan kampanye paling banyak sejumlah kepala keluarga pada daerah pemilihan untuk setiap pasangan calon. Sesuai dengan mandate PKPU, bahan kampanye yang

sudah dicetak kemudian diserahkan kepada tim kampanye pasangan calon untuk disebarluaskan.

Table 3.2

KPU Kabupaten Bantul mencetak bahan kampanye dengan rincian sebagai berikut :

No	Jenis Bahan Kampanye	Jumlah
1	Poster Ukuran : 40cm x 60cm	5.851 x 3 lembar = 17.553 lembar untuk setiap paslon
2	Selebaran / <i>Flyer</i> Ukuran : 8.5cm x 21cm	5.851 x 15 lembar = 87.765 lembar untuk setiap paslon
3	Brosur / <i>Leaflet</i> Ukuran : 30cm x 21cm	5.851 x 10 lembar = 58.510 lembar untuk setiap paslon

(Sumber : Dokumen KPUD Kabupaten Bantul 2015)

3) Kampanye melalui leaflet, poster, baliho, spanduk dan stiker

Leaflet menjadi media kampanye yang efektif untuk melengkapi kampanye tatap muka dan kampanye lainnya. Melalui leaflet dapat disampaikan informasi tentang pemilihan secara lebih detail. sebagian informasi yang telah disampaikan melalui tatap muka bisa terus dibaca melalui leaflet. Jangkauannya relative lebih luas, masyarakat yang tidak mengikuti kampanye tatap muka bisa mendapatkan informasi melalui media ini. pada pemilihan Bupati dan Wakil Bupati Bantul tahun 2015 KPU Bantul membuat leaflet dalam tiga tema atau jenis, yaitu tahapan umum, pemutakhiran data pemilih, profil pasangan

calon Bupati dan Wakil Bupati tahun 2015 dan tata cara pemungutan suara.

Gambar 3.1
Leaflet Tahapan Pemilihan



(Sumber : Dokumen KPUD Kabupaten Bantul 2015)

Gambar 3.2
Leaflet Pemutakhiran Data Pemilih



(Sumber : Dokumen KPUD Kabupaten Bantul 2015)

Gambar 3.3
Masyarakat Membaca Leaflet KPU



(Sumber : Dokumen KPUD Kabupaten Bantul 2015)

Selain leaflet, KPU Bantul membuat dan mendistribusikan stiker yang berisi informasi hari pemungutan suara. Stiker dinilai cukup efektif sebagai media kampanye, biasanya masyarakat tidak akan membuang stiker yang sudah diterima, tetapi cenderung menempel di sebuah tempat. Dengan ditempel maka informasi dalam stiker akan semakin banyak dibaca oleh masyarakat.

Gambar 3.4
Stiker Informasi dan Ajakan



(Sumber : Dokumen KPUD Kabupaten Bantul 2015)

Menjelang hari pemungutan suara KPU Bantul melalui penyelenggaraan ad hoc mendistribusikan stiker ajakan memilih untuk

setiap kepala keluarga (KK). Stiker ini didistribusikan bersama dengan pendistribusian C6 (surat pemberitahuan memilih).

Sedangkan poster dibuat sebagai media kampanye pada hari pemungutan suara. Poster ditempel di 1768 TPS yang ada di Bantul. Terdapat 2 jenis informasi yang disajikan dalam poster, yaitu alur pemungutan suara atau denah TPS, dan biodata pasangan calon Bupati dan Wakil Bupati Bantul 2015.

Gambar 3.5
Denah Pemungutan Suara



(Sumber : Dokumen KPUD Kabupaten Bantul 2015)

Media kampanye lainnya berupa baliho. Media kampanye ini dinilai cukup efektif dalam menyajikan informasi bagi para pengguna

jalan. Baliho menyajikan informasi terkait dengan tahapan pemilihan dan pasangan calon Bupati dan Wakil Bupati Bantul tahun 2015. Terdapat 34 titik baliho ukuran 2x3 meter yang dipasang di 17 Kecamatan diseluruh Bantul. KPU Bantul juga memasang baliho berukuran besar di 8 titik strategis.

Gambar 3.6

Baliho Pengenalan Calon di 34 Titik



(Sumber : Dokumen KPUD Kabupaten Bantul 2015)

Gambar 3.7

Baliho Tahapan Pemilihan



(Sumber : Dokumen KPUD Kabupaten Bantul 2015)

Baliho yang berisi gambar pasangan calon selain sebagai media kampanye dimaksudkan juga untuk melengkapi terbatasnya jumlah baliho kampanye pasangan calon yang difasilitasi oleh KPU Bantul. Harapannya masyarakat akan semakin mengenal pasangan calon Bupati dan Wakil Bupati Bantul yang akan meraka pilih pada hari pemungutan suara.

Spanduk menjadi media kampanye lainnya, pada pemilihan Bupati dan Wakil Bupati Bantul tahun 2015 KPU Bantul memasang dua jenis spanduk. Spanduk pertama bertemakan pemutakhiran data pemilih. Spanduk ini dipasang di 75 desa di Kabupaten Bantul. Spanduk kedua bertemakan pengenalan pasangan calon Bupati dan Wakil Bupati Bantul tahun 2015. Spanduk ini dipasang di 17 Kecamatan se-Kabupaten Bantul.

Gambar 3.8

Spanduk Tema Pemutakhiran Data Pemilih di 75 Titik



(Sumber : Dokumen KPUD Kabupaten Bantul 2015)

Gambar 3.9

Spanduk Tema Pengenalan Pasangan Calon di 17 Titik



(Sumber : Dokumen KPUD Kabupaten Bantul 2015)

4) Iklan di media massa cetak dan elektronik

Iklan kampanye memuat informasi mengenai visi, misi, program, tanda gambar atau foto, audio visual pasangan calon, partai politik atau gabungan partai politik atau pengurus partai politik. Iklan dapat berisi pesan ajakan meyakinkan calon pemilih untuk memilih pasangan calon tertentu. Tulisan, suara, gambar yang bersifat naratif, grafis, karakter, melalui perangkat penerima pesan.

KPU Kabupaten Bantul memfasilitasi penayangan iklan kampanye pada media massa cetak, media massa elektronik, yaitu televisi dan radio dalam bentuk iklan komersial atau iklan layanan masyarakat. KPU Kabupaten Bantul menentukan dan menetapkan jumlah penayangan dan ukuran atau durasi iklan kampanye untuk setiap pasangan calon. KPU Kabupaten Bantul wajib memberikan kesempatan dan alokasi ruang atau waktu yang sama dan berimbang kepada setiap pasangan calon dalam menetapkan jadwal penayangan.

Materi iklan kampanye dibuat dan dibiayai oleh pasangan calon atau tim kampanye sesuai dengan ukuran dan durasi yang telah

ditentukan oleh KPU Kabupaten Bantul, sesuai peraturan dan etika periklanan. Penayangan iklan kampanye dilaksanakan selama 14 hari sebelum masa tenang. Pendanaan kampanye oleh KPU Kabupaten Bantul, difasilitasi oleh anggaran pendapatan dan belanja daerah (APBD).

Table 3.3

Tabel Jadwal Penayangan Iklan Kampanye di Media Cetak

No	Nama Media Cetak	Spesifikasi	Jadwal Penayangan	
			Hari Ke-1	Hari Ke-2
1	Kedaulatan Rakyat	½ Halaman Hitam Putih	23 November 2015	4 Desember 2015
2	Harjo	½ Halaman Hitam Putih	24 November 2015	4 Desember 2015
3	Kompas	½ Halaman Hitam Putih	27 November 2015	4 Desember 2015
4	Radar	1 Halaman Hitam Putih	22 November 2015	4 Desember 2015
5	Bernas	1 Halaman Hitam Putih	28 November 2015	4 Desember 2015
6	Sindo	1 Halaman Hitam Putih	25 November 2015	4 Desember 2015
7	Tribun	½ Halaman Hitam Putih	26 November 2015	4 Desember 2015

(Sumber : Dokumen KPUD Kabupaten Bantul 2015)

Tabel 3.4

Jadwal penayangan Iklan Kampanye di Media Televisi

No	Nama Media	Spesifikasi	Jadwal Penayangan		Keterangan
			Mulai	Akhir	
1	TVRI YOGYA	Durasi 30 detik 1 spot 1 pasangan calon	22 November 2015	5 Desember 2015	Ditayangkan secara berurutan paslon no. 1 dilanjutkan paslon no. 2 Satu hari tayang 10 kali

(Sumber : Dokumen KPUD Kabupaten Bantul 2015)

Table 3.5

Jadwal Penayangan Iklan Kampanye di Media Radio

No	Nama Media	Spesifikasi	Jadwal Penayangan		Keterangan
			Mulai	Akhir	
1	Radio Persatuan	Durasi 30 detik 1 spot 1 pasangan calon	22 November 2015	5 Desember 2015	Masing-masing menayangkan sesuai paslon no. 1
2	JIZZ FM	Durasi 30 detik 1 spot 1 pasangan calon	22 November 2015	5 Desember 2015	dilanjutkan paslon no. 2
3	Bantul Radio	Durasi 30 detik 1 spot 1 pasangan calon	22 November 2015	5 Desember 2015	Satu hari 10 kali tayang

(Sumber : Dokumen KPUD Kabupaten Bantul 2015)

5) Saluran kampanye melalui media sosial

a. Iklan kampanye melalui facebook (FB)

Melalui facebook (FB) KPU Bantul menginformasikan beragam momen penting dalam setiap tahapan dan disampaikan melalui media ini, tanggapan publik cukup efektif. Hal ini nampak

dari komentar maupun pernyataan “suka atau like” dari informasi maupun foto yang diposting oleh KPUD Bantul di facebook.

Gambar 3.10
Kampanye melalui Facebook



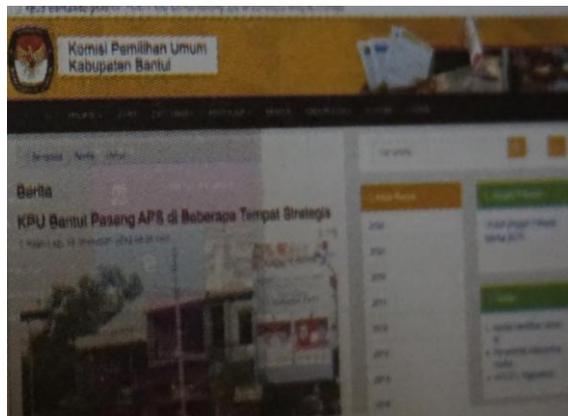
(Sumber : Dokumen KPUD Kabupaten Bantul 2015)

b. Iklan kampanye melalui website

Melalui website KPUD Bantul menyampaikan informasi setiap tahapan dalam bentuk yang cukup detail. Tanggapan publik dalam website cukup efektif, hal ini dilihat dari komentar maupun pertanyaan dari informasi yang diposting oleh KPUD Bantul

Gambar 3.11

Kampanye melalui Website



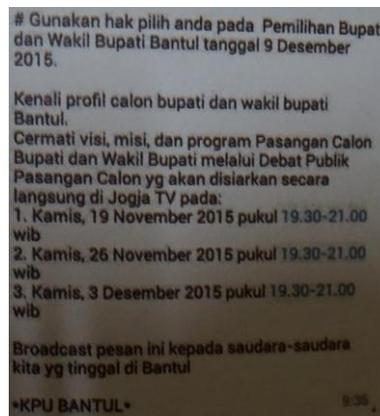
(Sumber : Dokumen KPUD Kabupaten Bantul 2015)

c. Informasi melalui what's up dan sms

What's up dan bbm menjadi media informasi yang cukup efektif bagi KPU Bantul, terutama dalam mensosialisasikan penyelenggaraan debat publik pasangan calon Bupati dan Wakil Bupati Bantul tahun 2015. Info ini disampaikan dari group ke group what's up yang dikelola oleh KPU Bantul.

Gambar 3.12

Kampanye melalui What's Up



(Sumber : Dokumen KPUD Kabupaten Bantul 2015)

Selain what's up KPU Bantul memanfaatkan sms sebagai salah satu media kampanye. Pemilihan sms ini diambil mengingat saat ini hampir seluruh elemen masyarakat hingga pelosok pedesaan di Kabupaten Bantul menggunakan sms sebagai salah satu media informasi. Tidak hanya kaum terpelajar dan para professional saja yang menggunakan sms. Tetapi juga kalangan petani, bakul pasar, hingga pengayuh becak.

Dalam hal inilah yang mendorong munculnya inisiatif untuk melakukan kampanye pemilihan melalui informasi yang disebarkan melalui sms (sms broadcast).

Terdapat dua tema kampanye dengan tiga kali pengiriman sms broadcast selama tahapan pemilihan. Tema pertama adalah kampanye pemuktahiran data pemilih untuk mengkampanyekan masa pengumuman dan tanggapan masyarakat terhadap DPS, serta pada pengumuman DPT dan pendaftaran DPTb-1.

Sedangkan tema kedua adalah ajakan memilih pada hari pemungutan suara. Masing-masing tema dikirim sebanyak 35.000 sms kepada publik Kabupaten Bantul.

Gambar 3.13

SMS Broadcast untuk Umum



(Sumber : Dokumen KPUD Kabupaten Bantul 2015)

Selain sms untuk publik, sms broadcast juga dirancang untuk memberikan informasi penting seputar teknis penyelenggaraan pemungutan dan penghitungan suara bagi penyelenggara *Ad Hoc* (KPPS). Terdapat tiga hal yang diinformasikan. Pertama terkait

pendirian TPS akses, kedua terkait kewajiban melayani pemilih dengan baik di TPS dan ketiga terkait pemberian salinan C1 kepada saksi dan PPL.

Gambar 3.14

SMS Broadcast untuk Penyelenggara (KPPS)



(Sumber : Dokumen KPUD Kabupaten Bantul 2015)

d. Kampanye melalui media videotron

Satu peluang media elektronik lainnya yang dirasa cukup efektif untuk melakukan kampanye adalah melalui videotron. Terdapat dua videotron yang dimanfaatkan oleh KPU Bantul untuk melakukan kampanye, yaitu di jalan Imogiri Timur dan perempatan Klodran Kecamatan Bantul. Tema yang di ambil adalah pemuktahiran data pemilih.

Gambar 3.15

Kampanye melalui Videotron di Klodran



(Sumber : Dokumen KPUD Kabupaten Bantul 2015)

Gambar 3.16

Kampanye melalui Videotron di Giwangan



(Sumber : Dokumen KPUD Kabupaten Bantul 2015)

e. Kampanye melalui media komunitas

Terdapat beberapa media komunitas di Kabupaten Bantul yang cukup strategis menjadi media informasi bagi masyarakat dimana media komunitas berada. Media ini efektif karena merupakan milik masyarakat dan keberadaannya sangat dekat dengan masyarakat.

Informasi yang disajikan berupa informasi yang bersifat local, menjadikan media ini cenderung diminati oleh masyarakat. Bentuk media komunitas yang ada di Bantul adalah radio komunitas, bulletin dan koran komunitas.

Keberadaan media komunitas menjadi cukup strategis menjadi bagian dari media kampanye. KPU Bantul mencoba mengoptimalkan potensi ini terutama dalam hal kampanye pemutakhiran data pemilih.

KPU Bantul mengundang para pegiat media komunitas kemudian menyampaikan informasi dan mengajak mereka untuk turut mengkampanyekan pemilihan melalui media komunitas. Kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal 13 Agustus 2015 dengan narasumber Komisioner KPU Bantul. Materi yang diberikan berkaitan dengan kampanye pemutakhiran data pemilih.

b. Pelaksanaan strategi kampanye yang bersifat dua arah (*bi-directional campaign*)

Kampanye ini sangat menekankan pentingnya interaksi dan dialog antar pribadi dengan komunikan atau sasaran. Hal ini dilakukan guna mengoptimalkan pesan-pesan yang disampaikan oleh media massa.

Dalam pelaksanaan kampanye KPUD Bantul mengandalkan beberapa interaksi dialog dengan komunikan atau sasaran agar kampanye yang direncanakan dapat menyampaikan pesan dengan baik dan terarah.

1) Debat publik atau debat terbuka

Debat publik atau debat terbuka adalah salah satu upaya menyebarluaskan profil, visi, misi serta program kerja pasangan calon Gubernur dan Wakil Gubernur, sehingga pemilih mendapat gambaran yang komprehensif dan akurat dalam menentukan pilihannya. Debat publik diselenggarakan selama tiga putaran.

Proses perjalanan debat berjalan dengan lancar. Hanya ada beberapa evaluasi terkait dengan internalisasi tat tertib yang disampaikan dalam setiap rapat koordinasi dengan tim pasangan calon.

Tabel 3.6

Jadwal Siaran Langsung dan Ulang Debat Publik Pemilihan Bupati dan Wakil Bupati Bantul Tahun 2015

Putaran	Siaran Langsung di Jogja TV	Siaran Ulang di TVRI Jogja	Siaran Ulang di ADI TV
1	Debat Calon Bupati Kamis, 19 November 2015 Pukul 19.30 s.d	Debat Calon Bupati Minggu, 22 November 2015 Pukul 17.30 s.d	Debat Calon Bupati Selasa, 24 November 2015 Pukul 14.00 s.d

	21.00 WIB	19.00 WIB	15.30 WIB
2	Debat Calon Wakil Bupati Kamis, 26 November 2015 Pukul 19.30 s.d 21.00 WIB	Debat Calon Wakil Bupati Minggu, 29 November 2015 Pukul 17.30 s.d 19.00 WIB	Debat Calon Wakil Bupati Selasa, 26 November 2015 Pukul 14.00 s.d 15.30 WIB
3	Debat Pasangan Calon Bupati dan Wakil Bupati Kamis, 3 Desember 2015 Pukul 19.30 s.d 21.00 WIB	Debat Pasangan Calon Bupati dan Wakil Bupati Sabtu, 5 Desember 2015 Pukul 17.30 s.d 19.00 WIB	Debat Pasangan Calon Bupati dan Wakil Bupati Sabtu, 5 Desember 2015 Pukul 14.00 s.d 15.30 WIB

(Sumber : Dokumen KPUD Kabupaten Bantul 2015)

Gambar 3.17

Debat Publik Pasangan Calon Bupati dan Wakil Bupati



(Sumber : Dokumen KPUD Kabupaten Bantul 2015)

2) Kampanye tatap muka

Kampanye tatap muka menjadi media yang cukup efektif untuk melakukan kampanye dan pendidikan pemilih. Sebagian besar

masyarakat di Kabupaten Bantul berada di wilayah pedesaan. Pada kultur masyarakat pedesaan yang cenderung tradisional ini, maka membutuhkan pertemuan tatap muka untuk mendapatkan informasi.

Pertemuan tatap muka selain efektif karena kebiasaan yang ada di masyarakat juga diperlukan untuk memperdalam materi kampanye maupun pendidikan pemilih. Kampanye melalui stiker, iklan layanan masyarakat dan melalui mobil keliling tidak cukup memberikan informasi yang lengkap.

Disinilah letak pentingnya pertemuan tatap muka, yaitu untuk menindak lanjuti kampanye informasi melalui media singkat seperti stiker, ILM, dan media lainnya. Kampanye pertemuan tatap muka ini dilakukan di hampir semua tahapan, meliputi tahapan umum, tahapan pencalonan, tahapan pemuktahiran data pemilih, hingga pemungutan dan penghitungan suara.

Pertemuan tatap muka juga menjangkau semua elemen masyarakat, mulai dari elemen keagamaan, pemilih pemula, perempuan, lansia, hingga penyandang disabilitas. Kampanye melalui tatap muka dilakukan di tingkat Kabupaten sampai dengan tingkat desa atau pedukuhan. Pada tingkat Kabupaten, kampanye tatap muka dilakukan oleh KPU Bantul, sedangkan pada tingkat Kecamatan, Desa dan Padukuhan dilakukan oleh penyelenggara *Ad Hoc* (PPK dan PPS). Kampanye tatap muka dilakukan dengan cara menyelenggarakan

kegiatan maupun masuk ke dalam pertemuan-pertemuan warga yang sudah ada dalam kegiatan kampanye tatap muka.

Gambar 3.18

Kampanye Pencalonan Untuk Partai Politik



(Sumber : Dokumen KPUD Kabupaten Bantul 2015)

Gambar 3.19

Kampanye Tatap Muka oleh PPS Sumberagung Kecamatan Jetis



(Sumber : Dokumen KPUD Kabupaten Bantul 2015)

Gambar 3.20

Kampanye Pemutakhiran Data Pemilih untuk Lansia



(Sumber : Dokumen KPUD Kabupaten Bantul 2015)

3) Kampanye kepada pemilih pemula

Pemilih pemula merupakan elemen pemilih yang cenderung membutuhkan perhatian khusus. Pemilih pemula adalah pemilih yang baru akan menggunakan hak pilihnya pertama kali. Terdapat 11.994 anak-anak yang termasuk dalam kategori usia pemilih pemula yang ada di Kabupaten Bantul yang telah memiliki hak pilih pada pemilihan Bupati dan Wakil Bupati Bantul tahun 2015.

Ketiadaan pengalaman mengikuti pemungutan suara dan minimnya informasi tentang pemilihan pada pemilih pemula akan menjadikan mereka cenderung kebingungan dan bahkan memutuskan untuk golput. Oleh karenanya penting bagi mereka untuk mendapatkan paparan informasi mengenai seputar pentingnya pemilihan bagi kehidupan masyarakat, informasi mengenai tahapan, mekanisme, dan proses pemilihan, profil pasangan calon, serta tata cara pemungutan suara.

Beberapa kegiatan untuk mengatasi situasi tersebut telah dilaksanakan oleh KPU Bantul selama masa tahapan berlangsung. Dengan menggandeng guru-guru PKN di sekolah-sekolah setingkat SLTA dirasa sebagai satu hal yang sangat penting dan efektif. Dengan memasukan pada mata pelajaran PKN para guru dapat sekaligus memberikan pendidikan pemilih kepada para siswa, terutama siswa kelas XII yang notebene telah memiliki hak pilihnya.

Upaya menggandeng guru-guru PKN dilakukan dengan beberapa kali pertemuan koordinasi dengan Dikmenof, Depag dan MGMP PKN, yaitu dengan melakukan pemberian informasi kepada guru PKN, pemberian informasi diselenggarakan pada 29 Oktober 2015 dengan menghadirkan Dr. Suranto (Dosen IP UMY) sebagai narasumber. Peserta yang hadir cukup banyak yaitu 80 sekolah yang terdiri dari SMA, SMK dan MA.

Kegiatan kampanye dan pendidikan pemilih diawali dengan seminar bagi pemilih pemula, kegiatan diselenggarakan pada awal tahapan. Kegiatan tersebut merupakan kerja sama KPU Bantul dengan jurusan Ilmu Pemerintahan UMY. Kegiatan yang dilaksanakan pada tanggal 19 Juni 2015 dihadiri oleh perwakilan pelajar SMA, SMK dan MA se-Kabupaten Bantul, kemudian diakhiri dengan pembacaan deklarasi pelajar SMA, SMK dan Ma se-Kabupaten Bantul mendukung suksesnya pemilihan pilkada 2015.

Kampanye bagi pemilih pemula dilaksanakan terkait dengan pemuktahiran data pemilih. Setidaknya di 4 Kecamatan yang dipantau oleh KPU Bantul, yaitu Imogiri, Piyungan, Sanden, PPK yang bertanggung jawab di wilayah tersebut mendatangi SMA, SMK dan MA di Kecamatan tersebut untuk mengkampanyekan mengenai tahapan dan pemutakhiran data pemilih. PPK juga datang dengan membawa laptop dan modem untuk mengecek secara langsung apakah para siswa telah terdaftar atau belum dalam daftar pemilih sementara.

Melengkapi kampanye dan pendidikan pemilih oleh para guru PKN. Pendidikan pemilih bagi pemula juga dilakukan melalui menjadi inspektur upacara di SMK, SMA dan MA yang tersebar di 17 Kecamatan di Bantul. Dengan membacakan amanat Ketua KPU Bantul yang berisikan pendidikan pemilih dan kampanye pemilihan, yaitu informasi tentang hari pemungutan suara, pasangan calon Bupati dan Wakil Bupati, serta ajakan untuk menjadi pemilih yang cerdas, tidak golput dan anti politik uang.

Kegiatan ini dilakukan secara serentak pada hari senin tanggal 16 November 2015. Tanggapan para siswan sangat bagus dan para siswa juga sangat menyimak dengan baik pesan-pesan yang di sampaikan oleh PPK.

Gambar 3.21

ToT Pendidikan Pemilih Pemula untuk Guru PKN



(Sumber : Dokumen KPUD Kabupaten Bantul 2015)

4) Kampanye kepada penyandang disabilitas

Kelompok masyarakat penyandang disabilitas, seperti halnya pemilih pemula sangat membutuhkan perhatian dan perlakuan khusus. Perbedaan kemampuan yang mereka miliki menjadikan akses mereka jauh lebih terbatas, sehingga membutuhkan perlakuan khusus. Kelompok disabilitas rungu wicara, daksa, netra, keterbelakangan mental dan semuanya memiliki akses terbatas dan membutuhkan

perlakuan khusus untuk bisa berpartisipasi dalam setiap tahapan pemilihan.

Hak para penyandang disabilitas untuk mendapatkan akses yang sama untuk bisa berpartisipasi aktif dalam pemilihan dan menjadi kewajiban KPU sebagai institusi negara untuk menyelenggarakan hak tersebut. KPU Bantul melakukan segenap upaya untuk memfasilitasi penyelenggaraan hak konstitusional pemilih penyandang disabilitas di Kabupaten Bantul. Upaya yang dilakukan adalah membuka akses informasi tentang pemilihan kepada para pemilih disabilitas dan mengupayakan terselenggaranya pemilihan akses bagi penyandang disabilitas.

Mengkampanyekan tahapan pemilihan kepada kelompok penyandang disabilitas merupakan salah satu bentuk upaya KPU Bantul dengan mengundang kelompok disabilitas, memberikan informasi terkait tahapan, mekanisme pemutakhiran data pemilih, serta tata cara pemungutan suara. Dalam setiap kampanye yang dilakukan KPU Bantul meminta kepada para penyandang disabilitas untuk turut berpartisipasi aktif dalam setiap tahapan pemilihan.

KPU Bantul meminta penyandang disabilitas untuk mencermati by name DPS yang sudah diumumkan dan memberikan masukan dan tanggapan apabila masih ada data yang salah maupun yang belum terdaftar sebagai pemilih.

Kampanye tatap muka dengan kelompok penyandang disabilitas tidak hanya dilakukan dengan memberikan ceramah searah. KPU Bantul juga mempertemukan mereka dengan para penyelenggara *Ad Hoc* (PPK). Hal ini dilakukan untuk memastikan adanya tindakan *real* pelayanan khusus terhadap kelompok penyandang disabilitas. Pertemuan dengan penyelenggara *Ad Hoc* dibagi dalam 4 wilayah, dengan maksud untuk mendekatkan lokasi pertemuan dengan tempat tinggal penyandang disabilitas. Dengan demikian harapan akses mereka akan menjadi lebih mudah.

Dalam pertemuan dengan penyelenggara *Ad Hoc*, penyandang disabilitas menyampaikan persoalan dan kebutuhan yang bisa difasilitasi oleh penyelenggara pemilihan. Bertemu secara langsung dengan penyelenggara *Ad Hoc* diharapkan memberikan pelayanan khusus kepada kelompok penyandang disabilitas akan terbangun dan kemudian ditindaklanjuti dengan tindakan *real*.

Gambar 3.22

Kampanye Pemutakhiran Data Pemilih untuk Kelompok Penyandang Disabilitas



Gambar 3.23



Gambar 3.24



(Sumber : Dokumen KPUD Kabupaten Bantul 2015)

5) Kampanye melalui pameran Bantul Expo

Bantul Expo merupakan momentum tahunan yang diselenggarakan oleh pemerintah Kabupaten Bantul. Kegiatan ini menampilkan stand-stand pameran, yang menginformasikan baik program dan pelayanan publik SKPD, bank, maupun memamerkan produk-produk kerajinan rakyat yang berada di Kabupaten Bantul. Setiap tahun pengunjung Bantul Expo sangat banyak, hal inilah KPU Bantul menjadikan Bantul Expo untuk dijadikan sebagai salah satu media kampanye pemilihan.

KPU Bantul memutuskan untuk mendirikan satu stand untuk menginformasikan tahapan pemilih kepada pengunjung. Bantul Expo menjadi media awal tahapan untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat bahwa Bantul akan memiliki hajat besar yaitu pemilihan Bupati dan Wakil Bupati Bantul tahun 2015. Informasi tentang tahapan umum dan pemutakhiran data pemilih menjadi materi utama dalam kampanye melalui Bantul Expo.

Gambar 3.25
Kampanye melalui Bantul Expo



Gambar 3.26



(Sumber : Dokumen KPUD Kabupaten Bantul 2015)

KPU Bantul sengaja menyediakan berbagai bentuk doorprize menarik untuk menarik kedatangan pengunjung. Upaya ini sangat berhasil dengan baik dilihat dengan banyaknya pengunjung stand menjadi indikator keberhasilan kegiatan ini. Selama tiga hari pameran yaitu pada tanggal 27-29 Juli 2015 ratusan pengunjung yang datang ke stand KPU Bantul dan terpapr informasi pemilihan. Leaflet menjadi media informasi yang cukup efektif dalam kegiatan ini.

Gambar 3.27

Penyerahan Doorprize Bantul Expo kepada Pemenang



(Sumber : Dokumen KPUD Kabupaten Bantul 2015)

6) Kampanye melalui kesenian tradisional

Kampanye melalui pementasan kesenian tradisional merupakan salah satu upaya menjadikan pemilihan Bupati dan Wakil Bupati Bantul tahun 2015 sebagai hajat seluruh masyarakat Bantul yang benar-benar dapat dirasakan dan disambut dengan penuh kegembiraan. Melalui pementasan kesenian diharapkan dapat menarik masa yang banyak, masyarakat yang menyaksikan pagelaran atau pementasan kesenian akan mendapatkan paparan informasi tentang pemilihan

Kesenian tradisional dipilih untuk menarik minat kehadiran masa , juga untuk turut melestarikan kesenian tradisi budaya lokal. KPU Bantul sebagai institusi publik sudah selayaknya melestarikan tradisi budaya lokal ini dan sekaligus menggunakannya sebagai media untuk mengkampanyekan pemilihan pilkada Bantul tahun 2015.

Kampanye melalui kesenian tradisional digelar di 17 Kecamatan di Kabupaten Bantul dengan PPK sebagai penyelenggara. Kampanye dilaksanakan secara serentak selama 2 hari, yaitu Sabtu dan Minggu tanggal 3-4 Oktober 2015. Pagelaran kesenian menampilkan berupa jatilan, ketoprak, gejog lesung dan tarian, reog wayang, hingga dagelan Jawa. Pengunjung yang hadir menyaksikan pagelaran cukup banyak. Di beberapa wilayah yang menggelar kesenian jatilan dan reog, mampu mendatangkan 500-1000 masyarakat. Di wilayah yang sepi pengunjung biasanya karena acaranya diselenggarakan pada malam hari.

Gambar 3.28

Kampanye melalui Pagelaran Kesenian Tradisional



(Sumber : Dokumen KPUD Kabupaten Bantul 2015)

Gambar 3.29

Kampanye melalui Pagelaran Kesenian Tradisional di Kecamatan Bantul



(Sumber : Dokumen KPUD Kabupaten Bantul 2015)

Gambar 3.30

Kampanye melalui Pagelaran Kesenian Tradisional di Kecamatan Banguntapan



(Sumber : Dokumen KPUD Kabupaten Bantul 2015)

- 7) Kampanye melalui pemanfaatan tradisi lokal, kunjungan ke pasar tradisional, rumah sakit dan melalui mobil keliling

Kegiatan ini dilaksanakan bersama dengan penyelenggaraan Ad Hoc, yaitu PPK dan PPS. informasi mengenai pemutakhiran data pemilih, mekanisme pemungutan suara, profil pasangan calon kemudian disampaikan kepada masyarakat melalui pertemuan kunjungan ini. dialog kecil seringkali terjadi pada setiap kali kunjungan.

Sebagai pendukung kampanye melalui penjelasan singkat, PPK dan PPS juga menyampaikan bahan kampanye seperti leaflet dan stiker. Di Kecamatan Piyungan PPK dan PPS berkunjung ke pasar tradisional dengan membawa mascot pemilihan (si gong) untuk menarik minat warga Bantul.

Selain kunjungan ke pasar penyelenggara ad hoc juga menggunakan mobil dengan cara berkeliling kampung untuk mengkampanyekan tahapan pemilihan. Tema yang diusung pada kampanye adalah pemutakhiran data pemilih dan mengingatkan serta mengajak warga untuk datang ke TPS menggunakan hak pilihnya pada rahu pahing tanggal 9 Desember 2015. Momentum tradisi lokal menjadi efektif untuk melakukan kampanye. Hal ini dilakukan oleh PPK Pajangan dengan grebeg selarong dan PPK Imogiri dengan kirab nguras enceh.

Gambar 3.31

Kampanye melalui Kunjungan ke Pasar Tradisional oleh PPK Piyungan



(Sumber : Dokumen KPUD Kabupaten Bantul 2015)

Gambar 3.32

Kampanye melalui Kunjungan ke Rumah Sakit Banguntapan



(Sumber : Dokumen KPUD Kabupaten Bantul 2015)

Gambar 3.33

Kampanye melalui Kirab Grebeg Selarong oleh PPK Pajangan



(Sumber : Dokumen KPUD Kabupaten Bantul 2015)

8) Kampanye melalui senam sehat ceria

Kegiatan ini dilaksanakan untuk mengkampanyekan tahapan pemilihan, pemutakhiran data pemilih, sekaligus untuk meluncurkan SMS Center, jingle, dan mascot pemilihan, kemudian kegiatan tersebut dilakukan sebelum senam dilaksanakan

Peserta senam terdiri dari Forkompinda, Bupati, SKPD, perwakilan ormas, KPU DIY, pemilih pemula, dan penyelenggara *Ad Hoc* (PPK dan PPS). Kegiatan ini diselenggarakan di pelataran goa selarong guwosari, Pajangan Bantul pada tanggal 18 September 2015.

Gambar 3.34

Kampanye melalui Senam Caria



(Sumber : Dokumen KPUD Kabupaten Bantul 2015)

9) Kampanye melalui SKPD Kabupaten Bantul

Dengan kantor Kasbangpol KPU Bantul menjadi narasumber pada sejumlah kegiatan pertemuan tatap muka, seperti pada pertemuan yang mengundang kelompok-kelompok perempuan, pemilih pemula, dan pertemuan rutin camat serta lurah desa. Dengan Satpol PP KPU Bantul menjadi narasumber untuk kampanye linmas di 75 desa di Bantul

Bagian humas memberikan kesempatan kepada KPU Bantul untuk menyampaikan informasi pemilihan melalui Talkshow Taman Gabusan di TVRI Yogyakarta. Demikian juga DPRD Kabupaten Bantul memberikan kesempatan kepada KPU Bantul untuk menyampaikan informasi pemilihan melalui talkshow di Jogja TV.

Gambar 3.35

Kampanye melalui Taman Gabusan



(Sumber : Dokumen KPUD Kabupaten Bantul 2015)

10) Kampanye dengan lembaga pemasyarakatan Bantul

Dalam rangka pemenuhan hak konstitusional warga negara, KPU Bantul bekerja sama dengan Lembaga Pemasyarakatan (LP) Bantul, KPU Bantul memberikan pemaparan informasi tentang pemilihan kepada 80 warga bantul binaan LP Bantul. Kegiatan ini diselenggarakan bekerjasama dengan pimpinan LP Bantul pada tanggal 1 Desember 2015 di aula LP Bantul

Gambar 3.36
Kampanye melalui LP Bantul



(Sumber : Dokumen KPUD Kabupaten Bantul 2015)

11) Kampanye dengan perguruan tinggi

a. Universitas Islam Indonesia Yogyakarta

KPU Bantul bekerjasama dengan Universitas Islam Indonesia Yogyakarta untuk dua hal, yaitu pembuatan video tutorial, kampanye dan pembuatan jingle pemilihan Bupati dan Wakil Bupati. Video tutorial digunakan untuk mendukung pelaksanaan bimbingan teknis pemutakhiran data dan daftar pemilih serta untuk digunakan sebagai pendukung kegiatan kampanye. Sementara jingle dibuat untuk menyemarakkan setiap kegiatan yang dilaksanakan dalam rangka pemilihan Bupati dan Wakil Bupati Bantul tahun 2015.

b. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Bersama dengan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, KPU Bantul bekerja sama melakukan kampanye dalam bentuk penyelenggaraan seminar pendidikan pemilih dan penyediaan narasumber kampanye. Seminar bertempat di Komplek Pemda II, diikuti oleh guru MGMP PKN dan perwakilan siswa SMA, SMK dan MA se-Kabupaten Bantul. Sebagai pematernya adalah Dr. Suranto (Ketua Jurusan Fisipol UMY), Hamdan Kurniawan,S.IP.MA (Ketua KPU DI Yogyakarta) dan Ketua Koalisi Pemilih Kritis Masduki,M.SI.MA

Untuk menunjang kegiatan seminar, telah dilaksanakan rapat koordinasi antara KPU, UMY, ketua OSIS SMA/SMK/MA, Dikmenof, Kemenag dan Pengurus MGMP PKN pada tanggal 3 dan 12 Juni 2015 bertempat di KPU Kabupaten Bantul. Sedangkan penyediaan narasumber kampanye dilakukan pada event-event kampanye yang diselenggarakan oleh KPU Bantul, seperti pada kampanye pemungutan dan penghitungan suara bagi perwakilan kelompok perempuan se-Kabupaten Bantul pada tanggal 15 November 2015 bertempat di Aula Kecamatan Pajangan, Aula Kecamatan Bambanglipuro dan Pendopo Bali Desa Wonokromo Pleret. Dalam hal ini UMY menyediakan narasumber yang

memaparkan materi pentingnya pemilihan Bupati dan Wakil Bupati Bantul tahun 2015 bagi kehidupan masyarakat Bantul.

Gambar 3.37

Seminar Pendidikan Pemilih Pemula



(Sumber : Dokumen KPUD Kabupaten Bantul 2015)

c. Mahasiswa

Selain dengan dosen, KPU Bantul juga bekerja sama melakukan kampanye dengan mahasiswa. Dengan mahasiswa Jurusan Ilmu Pemerintahan UMY, KPU Bantul menjadi narasumber pada acara kampanye pemilihan sebagai rangkaian kegiatan *social day* di Desa Bangunjiwo Kasihan Bantul.

Selain dengan mahasiswa UMY, KPU Bantul juga bekerja sama dengan mahasiswa KKN Universitas Negeri Yogyakarta

(UNY). KPU Bantul beberapa kali bersama-sama melakukan kampanye terkait tahapan dan pemutakhiran data pemilih. Kegiatan ini dilaksanakan di Jetis, Pundong dan Imogiri.

3. Evaluasi kegiatan kampanye

Evaluasi yang dilakukan oleh semua anggota KPUD Kabupaten Bantul dan Komisioner khususnya Ketua Divisi Sosialisasi yaitu :

1. *Factor input*, yaitu dilakukan dengan melihat pada kualitas perencanaan yang dibuat seperti analisis masalah, penyusunan tujuan, identifikasi dan segmentasi sasaran, menentukan pesan, strategi dan taktik, alokasi waktu dan sumber daya. Penetapan pesan yang dilakukan sudah tepat atau belum sampai, bagaimana proses evaluasi itu sendiri seperti apakah khalayak mempertimbangkan dan menerima pesan yang disampaikan, menjadi ukuran keberhasilan kampanye KPUD Bantul dalam meningkatkan partisipasi pemilih dalam pemilihan Bupati Bantul tahun 2015 bagi masyarakat khususnya pemilih pemula.
2. *Factor output*, merupakan bentuk gambaran evaluasi mengenai jumlah penerima pesan yang peduli dan berpartisipasi dalam kampanye KPUD Bantul dalam meningkatkan partisipasi pemilih dalam pemilihan Bupati Bantul tahun 2015 yang dilakukan oleh KPUD Bantul.

3. *Factor outcome*, factor ini memiliki beberapa tahapan diantaranya :
- a. Tahap pertama, kegiatan kampanye kognitif diarahkan untuk menciptakan perubahan pada tingkat pengetahuan. KPUD antul mencoba memberikan pengetahuan kepada masyarakat khususnya pemilih pemula mengenai pilkada Bupati dan Wakil Bupati Bantul 2015 yang dapat memicu berbagai masalah seperti menimbulkan kurangnya pengetahuan tentang pasangan calon, pengetahuan tentang pemilihan Bupati dan Wakil Bupati Bantul, tidak ikut berpartisipasi dalam pemilihan, tidak menggunakan hak pilihnya.
 - b. Tahapan kedua tahapan afektif, merupakan perubahan dalam sikap atau opini. Pada tahap ini masyarakat khususnya pemilih pemula diajak untuk ikut dan peduli dalam kampanye yang dilakukan oleh KPUD Bantul.
 - c. Tahapan terakhir tahapan konatif, merupakan kegiatan kampanye ditunjukkan untuk mengubah perilaku khalayak masyarakat khususnya pemilih pemulasecara kongkret. Pada tahapan ini KPUD Bantul mencoba untuk mengajak masyarakat khususnya pemilih pemula untuk menggunakan hak pilih nya dengan benar dan terarah agar pemilihan pilkada Bupati dan Wakil Bupati berjalan dengan lancar, adil dan aman.

B. Analisis Data

1. Strategi Perencanaan Kampanye KPUD Bantul dalam Meningkatkan Partisipasi Pemilih

a. Analisis Masalah

Langkah awal dalam melakukan suatu perencanaan analisis masalah hendaknya dilakukan secara terstruktur agar dapat diidentifikasi dengan jelas. Pengumpulan informasi yang berhubungan dengan permasalahan harus dilakukan secara objektif, tertulis dan memungkinkan untuk dilihat kembali setiap waktu (Gregory dalam Venus,2012:145). Dalam hal ini analisis sangat diperlukan, kita bisa melihat masalah sosial yang dihadapi, masalah sosial yang berkaitannya dengan meningkatkan partisipasi pemilih khususnya bagi pemilih pemula merupakan masalah yang dihadapi KPU Bantul, sehingga kita bisa mengetahui apa saja tindakan utama yang harus dilakukan dan juga mengetahui apa yang akan dikerjakan dalam mengawali kampanye.

Dalam penelitian ini, KPUD Bantul dalam melakukan analisis masalah masih kurang detail dan efektif untuk dalam hal mengetahui permasalahan yang ada di masyarakat tentang pentingnya menggunakan hak pilih pada pilkada Bupati 2015. Bahkan SWOT yang dibuat untuk mengetahui kelemahan dan kekurangan pada kampanye KPUD Bantul masih kurang cukup detail, seharusnya sebagai instansi pemerintah, KPUD Bantul harus

bisa lebih detail dalam menganalisis permasalahan yang berada di Kabupaten Bantul yang akan di gunakan dalam kampanye pilkada Bupati 2015,

Selanjutnya melalui analisis masalah menurut peneliti bahwa KPUD Bantul belum menentukan tindakan yang akan dilaksanakan yang berkaitan dengan kampanye yang akan dilakukan oleh KPU Bantul, setelah mengetahui masalah-masalah yang berkaitan dengan kampanye akan dapat meningkatkan partisipasi pemilih dalam pemilihan Bupati tahun 2015 dalam hal pelaksanaannya. KPUD Bantul dalam hal menganalisis masalah harus lebih di utamakan, apalagi dalam menyusun SWOT harus lebih detail, karena dengan menganalisis masalah perencanaan kampanye, KPUD Bantul akan dengan mudah dapat melancarkan semua tahapan pelaksanaan karena dengan analisis masalah yang di temukan dilapangan dapat meminimalisir hal-hal yang tidak diinginkan dalam pelaksanaan kampanye.

b. Penyusun Tujuan

Merancang tujuan kampanye sosial, merupakan tahapan selanjutnya setelah melakukan analisis lingkungan. Dengan adanya tujuan yang jelas maka arah kegiatan kampanye sosial akan fokus pada pencapaian tujuan tersebut. Tujuan pemasaran sosial harus realistis, untuk itu ada hal-hal yang perlu diperhatikan dalam merancang tujuan kampanye. (Gregory dalam Venus, 2012 : 145)

Dalam penelitian ini tentang penyusunan tujuan kampanye, KPUD Bantul masih kurang realistis karena tujuan yang akan dicapai merupakan tantangan untuk KPUD Bantul, karena tujuan KPUD Bantul belum disusun dengan jelas dan dituangkan dalam bentuk tertulis ataupun bersifat realistis. Temuan selanjutnya yang peneliti dapatkan dilapangan bahwa semua tujuan kampanye yang dilakukan oleh KPUD Bantul sangat terbatas atau terbentur oleh adanya Undang-Undang No.8 tahun 2015 yang diturunkan ke dalam PKPU No.7 tentang kampanye pada pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur, Bupati dan Wakil Bupati dan Walikota dan Wakil Walikota yang berisi tentang peraturan-peraturan diantaranya adalah kegiatan menawarkan visi, misi, dan program calon atau informasi lainnya yang bertujuan untuk mengenalkan dan menyakinkan pemilih untuk memilih pasangan calon tertentu.

Sedangkan tujuan anggaran yang diberikan dari APBD kepada KPUD Bantul terbentur juga oleh adanya regulasi dalam Undang-Undang No.44 tahun 2015 tentang pengelolaan dana kegiatan pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur, Bupati dan Wakil Bupati serta Walikota dan Wakil Walikota. adapapun yang peneliti temukan bahwa regulasi baru tersebut belum begitu sinkron dengan tahapan pemilihan misalnya belum ada uraian kegiatan yang berkaitan dengan fasilitas kampanye yang dilakukan oleh KPUD Bantul.

Seperti yang dijelaskan oleh Gregory dalam Venus sebelumnya bahwa penyusun tujuan harus jelas supaya arah kegiatan kampanye berjalan dengan baik, sedangkan KPUD Bantul dalam menyusun tujuannya terbentur oleh regulasi-regulasi yang telah dimandatkan oleh KPU RI dan mengakibatkan tidak terarahnya penyusunan tujuan KPUD Bantul untuk kampanye pilkada.

c. Identifikasi dan Segmentasi Sasaran

Identifikasi dan segmentasi sasaran dilakukan untuk menjawab pertanyaan *“who shall I talk to?”* Hal ini perlu dilakukan karena kampanye tidak bisa ditujukan kepada semua orang secara serabutan. Dengan melakukan identifikasi dan segmentasi sasaran maka proses perencanaan selanjutnya akan lebih mudah, hingga akhirnya akan melancarkan pelaksanaan kampanye (Gregory dalam Venus, 2012 : 148).

Peneliti melihat sasaran yang dilakukan oleh KPUD Bantul sudah cukup jelas dan efektif, karena KPUD Bantul telah jelas menargetkan sasaran utamanya kepada masyarakat khususnya kepada pemilih pemula. Temuan data yang peneliti dapatkan juga sudah melihat bahwa KPU Bantul dalam melakukan sasaran kampanye dengan cara menginformasikan atau mengkampanyekan ke berbagai acara di Kabupaten Bantul. Dengan sudah mengetahui sasaran utama dan

merancang kegiatan tersebut bahwa KPUD sudah cukup efektif dalam melakukan sasaran kegiatan kampanye.

Temuan peneliti yang di dapat bahwa KPUD sudah mengetahui sasaran yang paling potensial yang dalam istilah lainnya disebut sebagai *ultimate targets*. Dalam hal ini semua elemen masyarakat khususnya pemilih pemula merupakan segmentasi sasaran yang utama bagi KPUD Bantul yang bertujuan untuk meningkatkan partisipasi pemilih dalam pemilihan Bupati Bantul.

d. Menentukan Pesan

Perencanaan pesan adalah hal penting yang harus dilakukan dalam perencanaan kampanye. Pesan kampanye merupakan sarana yang akan membawa sasaran mengikuti apa yang diinginkan dari program kampanye, yang pada akhirnya akan sampai pada pencapaian tujuan kampanye (Gregory dalam Venus, 2012 : 148)

Dalam hal menentukan perencanaan pesan KPUD Bantul, peneliti melihat pesan yang ditentukan sudah cukup jelas dan efisien, karena pesan yang disusun telah fokus kepada masyarakat khususnya pemilih pemula yang sudah mempunyai hak pilihnya untuk memilih calon Bupati Bantul 2015, kemudian peneliti menemukan bahwa KPUD Bantul mencari celah untuk masuk dan mengubah persepsi terhadap pesan yang disampaikan kepada masyarakat khususnya pemilih pemula agar

diharapkan bisa menjadi pemilih yang bertanggung jawab dan tidak memihak kepada salah satu calon.

e. Strategi dan Taktik

Strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang akan diterapkan dalam kampanye, untuk lebih mudahnya dapat disebut sebagai *guiding principle* atau *the big idea*. Strategi akan dituangkan secara lebih konkret dalam bentuk taktik (Gregory dalam Venus, 2012 : 148)

Sesuai dengan temuan peneliti terhadap strategi dan taktik yang digunakan oleh KPUD Bantul sudah cukup efektif karena strategi dan taktik yang digunakan KPUD Bantul sudah membangun kesadaran masyarakat dengan melalui pertemuan tatap muka dan memanfaatkan berbagai semua media dengan memberi tau adanya pilkada Bupati 2015 yang diselenggarakan pada tanggal 9 Desember 2015.

f. Alokasi Waktu dan Sumber Daya

Kampanye selalu dilaksanakan dalam rentang waktu tertentu. Ada kalanya rentang waktu tersebut berasal dari pihak luar, misalnya rentang waktu kampanye untuk pemilu ditetapkan oleh pemerintah

Berkaitan dengan perencanaan waktu ini, ada hal lain yang harus diidentifikasi dengan jelas dan pasti yaitu sumber daya kampanye yang akan menyokong agar kampanye terlaksana dan selesai tepat pada waktunya. Secara umum, sumber daya pendukung kampanye terbagi

menjadi tiga, yaitu sumber daya manusia, dana operasional dan peralatan (Gregory dalam Venus, 2012 : 148)

Peneliti mendapatkan data bahwa alokasi waktu dan sumber daya yang dilakukan oleh KPUD Bantul sudah cukup efektif dan efisien yaitu dengan adanya penyesuaian waktu dengan berbagai pihak media dan sekolah, karena ketika melakukan kampanye supaya tidak terjadi benturan waktu dengan jadwal pelaksanaan kegiatan sekolah dan kegiatan media atau kegiatan-kegiatan lainnya.

Peneliti juga menemukan bahwa sumber daya pendukung kampanye KPUD Bantul sudah cukup baik dengan adanya sumber daya manusia yang membantu untuk kelancaran kampanye KPUD Bantul dilapangan. Besarnya kemampuan dan usaha yang dikeluarkan SDM sangat mempengaruhi kelancaran pelaksanaan kampanye, pengalokasian dana operasional hendaknya didasarkan pada efektivitas dan efisiensi. Hal ini berkaitan dengan kemampuan sumber daya manusia yang dimiliki oleh KPUD Bantul dalam melakukan kegiatan kampanye yang memiliki kualitas, integritas yang baik dalam melakukan kegiatan kampanye yang didukung oleh dana operasional yang akan digunakan ketika melakukan kampanye.

g. Evaluasi dan Tinjauan

Evaluasi dan tinjauan yang akan dilakukan terhadap program kampanye merupakan salah satu bagian dari perencanaan kampanye yang

tidak boleh terlupakan. Evaluasi berperan penting untuk mengetahui sejauhmana pencapaian yang dihasilkan (Gregory dalam Venus, 2012 : 148). Kampanye yang dilakukan oleh KPUD Bantul Hal ini berfungsi untuk kampanye yang berkelanjutan agar lebih baik,

Peneliti berpendapat bahwa evaluasi yang di laksanakan oleh KPUD Bantul sudah mencakup semua bagian kegiatan kampanye. Karena dalam rancangan evaluasinya melihat sasaran kampanyenya untuk siapa, pesan apa yang berhasil digunakan, pesan apa yang gagal dilaksanakan, dan juga mengevaluasi seluruh anggota yang terlibat dalam kegiatan kampanye pilkada Bupati 2015, terutamanya untuk Badan *Ad Hoc* dalam cara menyampaikan pesan ke masyarakat sampai atau tidaknya pesan yang di berikan.

2. Strategi Pelaksanaan Kampanye KPUD Bantul dalam Meningkatkan Pasrtisipasi Pemilih

a. Pelaksanaan strategi kampanye satu arah (*uni-directional campaign*)

Pelaksanaan strategi kampanye satu arah (*uni-directional campaign*) yaitu menerapkan kampanye dengan mengandalkan penuh media massa sebagai penyampaian pesan. Tidak terjadi dialog antar komunikator dengan komunikan disini, karena tindakan mempengaruhi komunikan hanya secara linier dari komunikator kepada komunikan melalui media massa (Scharmm dalam Venus, 2012:84).

Menurut peneliti KPUD Bantul sudah melakukan berbagai strategi kampanye melalui media massa diantaranya, yaitu pemasangan alat peraga kampanye (APK), penyebaran bahan kampanye kepada umum, kampanye melalui leaflet, poster, baliho, dan spanduk, iklan di media massa cetak dan elektronik, iklan kampanye melalui facebook, iklan kampanye melalui website, informasi melalui what's up dan sms, kampanye melalui media videotron, kampanye melalui media komunitas. Tetapi kampanye yang melalui media massa dirasa kurang cukup efektif. Karena adanya regulasi baru yang menghambat dalam kampanye itu sendiri. Sebagaimana dijelaskan sebagai berikut :

Pangaturan baru mengenai fasilitasi kampanye yang berbeda dengan pengaturan pada regulasi pilkada sebelumnya menjadikan persoalan tersendiri untuk KPUD Bantul. PKPU No. 7 tahun 2015 telah secara jelas mengatur tentang kewajiban KPU untuk memberikan fasilitasi kampanye seperti yang dijelaskan di atas dengan jumlah tertentu. Dalam implementasinya, jumlah media yang terbatas sebagaimana diatur dalam PKPU menjadikan situasi pemilihan menjadi berbeda dengan pilkada sebelumnya. Sedikitnya jumlah media yang ditempatkan dan digunakan menjadikan gaung pemilihan menjadi kecil dan tidak meriah, yang dikhawatirkan berpengaruh terhadap angka partisipasi pemilih. Peraturan tentang pemeliharaan berbagai media yang hanya dibebankan kepada

KPU Bantul, juga menjadikan problem tersendiri terkait daya tahan media yang berada dilapangan. Problem ini juga berkaitan erat dengan ketersediaan anggaran dalam melakukan fasilitasi berbagai media oleh KPUD Bantul.

Peneliti juga menemukan bahwa kampanye melalui berbagai media massa yang dilakukan oleh KPUD Bantul sangat terbatas, karena pesan yang disampaikan tidak ada *feedback* yang diterima oleh KPUD Bantul itu sendiri. Kampanye melalui media massa tidak bisa di ubah oleh KPUD Bantul karena sudah ditetapkan oleh regulasi yang dimandatkan kepada KPUD Bantul dari KPU Pusat, jadi dengan adanya batasan-batasan berkampanye melalui media massa menjadikan gaung pemilihan sangat kecil dan mengakibatkan angka partisipasi pemilih tidak banyak.

Kemudian bagi penyandang disabilitas sangat tidak memungkinkan untuk mencermati dan memahami kampanye yang dilakukan oleh KPUD Bantul melalui media massa karena keterbatasan mereka, maka dari itu kampanye yang dilakukan oleh KPUD Bantul melalui media massa dirasa sangat kurang efektif dan efisien dan tidak bisa sampai ke berbagai aspek masyarakat untuk menginformasikan tentang pilkada Bupati Bantul 2015.

b. Pelaksanaan strategi kampanye yang bersifat dua arah (*bi-directional campaign*)

Pelaksanaan strategi kampanye dua arah (*bi-directional campaign*) yaitu kampanye yang sering disebut *audience oriented campaign*, dimana dalam saluran kampanye sangat menekankan pentingnya interaksi dan dialog antar pribadi dengan komunikan atau sasaran khalayak. Hal ini dilakukan guna mengoptimalkan pesan-pesan yang disampaikan oleh media massa. Dalam kampanye jenis ini, saluran kampanye menjadi alat perantara bagi komunikator dengan kamunikan untuk saling mengemukakan pendapat. Hal ini bertujuan mampu menyebarkan pesan-pesan kampanye hingga tahapan penerimaan pesan tetap sasaran (Scharmm dalam Venus, 2012:84).

Menurut peneliti KPUD Bantul dalam menyebarkan pesan-pesan melalui tatap muka atau dialog dengan masyarakat langsung terkait pilkada Bupati Bantul 2015 tergolong lebih efektif dari pada menggunakan media massa karena sipatnya *real*. Beragam pesan dalam kampanye yang digunakan oleh KPUD Bantul dalam proses kampanye setiap tahapan dilakukan dengan maksimal. Hal ini dilakukan agar kampanye menjadi menarik dan efektif. Sehingga, masyarakat benar-benar memahami pentingnya pemilihan bagi kehidupan mereka, memahami tata

cara pemilihan dan pada akhirnya tergerak untuk menggunakan hak pilihnya pada hari pemungutan suara.

Peneliti melihat dengan adanya pendidikan pemilih menjadi bagian besar dalam upaya mendorong warga yang telah memiliki hak pilih untuk datang ke TPS supaya menggunakan hak pilihnya dengan cerdas. Memilih pasangan calon Bupati dan Wakil Bupati yang berkualitas baik, berkomitmen tinggi, berkapasitas baik dan berintegritas kuat. Melalui pendidikan pemilih, masyarakat didorong untuk menyadari pentingnya pemilihan bagi mereka dan menggunakan hak pilihnya dengan cerdas. Melalui pendidikan pemilih, masyarakat akan didorong untuk menyadari bahaya golput dan politik uang.

Selain pendidikan pemilih, peneliti melihat hal lainnya yang harus dilakukan dalam mendorong partisipasi pemilih adalah kampanye tentang tatacara pemilihan. Karena masyarakat yang sudah memenuhi syarat sebagai pemilih, tidak akan datang ke TPS dan menggunakan hak pilihnya dengan benar, manakala mereka tidak tahu dan mengerti teknis penyelenggaraan pemilih. Mereka akan mengabaikan ketika tidak mengetahui kapan dan dimana pemilihan diselenggarakan. Mereka akan keliru memberikan pilihan manakala tidak tahu tata cara memilih yang benar, mereka akan kebingungan menetapkan pilihannya pada pasangan calon dan bahkan memilih untuk tidak menggunakan hak pilihnya, manakala tidak mengetahui dan memahami profil pasangan calon yang akan

berlaga dalam pemilihan. Peneliti melihat disinilah pentingnya kampanye pemilihan bagi masyarakat khususnya bagi pemilih pemula agar mereka menggunakan hak pilihnya dengan benar dan baik.

Pelaksanaan kampanye dan pendidikan pemilih yang dilaksanakan oleh KPU Kabupaten Bantul dipayungi oleh peraturan perundang-undangan, dasar hukum pelaksanaan kampanye dan pendidikan pemilih tersebut adalah Undang-Undang Nomor 8 tahun 2015 tentang perubahan atas Undang-Undang Nomor 1 tahun 2015 tentang peraturan pemerintah pengganti Undang-Undang Nomor 1 tahun 2014 tentang pemilihan Gubernur, Bupati dan Walikota menjadi Undang-Undang yang diturunkan dalam PKPU Nomor 5 tahun 2015 tentang kampanye dan partisipasi masyarakat dalam pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur, Bupati dan Wakil Bupati dan/atau Walikota dan Wakil Walikota. Kedua regulasi tersebut telah secara rinci mengatur pelaksanaan kampanye dan pendidikan pemilih, mulai dari maksud dan tujuan, sasaran, materi, hingga metode kampanye.

Melalui kampanye tatap muka dengan penyandang disabilitas sangat efektif karena penyandang disabilitas bisa bertanya dan bisa mengenal lebih jauh terhadap tata cara untuk pemilihan yang baik dan benar, kemudian dengan memberikan pendidikan pemilih dipantau dengan secara langsung melalui anggota Badan *Ad Hoc*.

Peneliti juga mendapatkan data bahwa KPU Kabupaten Bantul bersama dengan segenap jajaran penyelenggara *Ad Hoc* hingga tingkat Desa, telah berupaya melakukan kampanye dan pendidikan pemilih untuk mendorong munculnya partisipasi pemilih dalam pemilihan Bupati dan Wakil Bupati tahun 2015. Berbagai kreasi kampanye dan pendidikan pemilih telah dilakukan selama tahapan pemilihan berlangsung. Berbagai upaya menggandeng banyak pihak juga telah dilakukan demi optimalnya kampanye dan pendidikan pemilih bagi masyarakat khususnya pemilih pemula.

3. Evaluasi Kegiatan Kampanye

Penerapan sistem evaluasi kampanye yang dilakukan oleh KPUD Bantul melalui tiga tahapan, yaitu faktor *input*, faktor *output*, dan juga faktor *outcome*. Ketiga tahapan evaluasi tersebut membahas mengenai perencanaan, pelaksanaan atau implementasi, dan hasil dari kampanye yang dilakukan. Ketiga tahapan evaluasi tersebut dilakukan oleh KPUD Bantul dengan berbagai pertimbangan, dan dijalankannya sesuai dengan konsep yang telah diusung. Evaluasi dibutuhkan oleh KPUD Bantul dalam menjalankan segala tahapan kampanye dikarenakan melalui evaluasi tersebut KPUD Bantul dapat menilai apakah strategi yang telah dijalankan berhasil dan kampanye yang dilakukan dapat diterima, dipahami, dan merubah perilaku masyarakat, dalam hal ini yaitu berpartisipasi dalam Pilkada Bantul periode 2015-2020.

a. Faktor *Input*

Melalui faktor *input* KPUD Bantul menerapkan evaluasi pada tahap perencanaan kampanye. Evaluasi dibutuhkan pada tahapan perencanaan oleh KPUD Bantul agar ketika kampanye diterapkan dapat berjalan sesuai dengan perencanaan. Pada tahapan evaluasi perencanaan ini terdapat empat aspek yang di evaluasi oleh KPUD Bantul, yaitu pada tahap analisis masalah, penyusunan tujuan kampanye, identifikasi dan segmentasi sasaran, menentukan pesan kampanye, serta evaluasi strategi dan taktik kampanye. Pada tahap evaluasi analisis masalah konsep evaluasi yang diusung oleh KPUD yaitu dengan sistem SWOT, yaitu melihat perencanaan pada analisis masalah dengan melihat kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman ketika sebuah kampanye diterapkan di masyarakat.

Peneliti melihat analisis SWOT digunakan oleh KPUD Bantul untuk mengevaluasi perencanaan kampanye pada tahapan analisis masalah bertujuan agar kampanye yang dilakukan dapat berjalan sesuai dengan rencana, dan melalui kampanye tersebut dapat membangun pemahaman, kesadaran, dan juga merubah perilaku masyarakat Bantul. Hal tersebut penting untuk dilakukan dikarenakan terlaksananya sebuah proses demokrasi, dalam hal ini Pilkada Bantul keberhasilannya berada di tangan masyarakat. Analisis SWOT yang digunakan dapat membantu KPUD Bantul dalam menetapkan sebuah indikator perencanaan kampanye. Pada

dasarnya analisis SWOT sendiri kerap digunakan dalam perencanaan marketing komunikasi dalam menempatkan posisi perusahaan dalam sebuah situasi.

KPUD Bantul menerapkan evaluasi tersebut juga memiliki tujuan untuk melihat posisi KPUD Bantul di masyarakat dalam hal merencanakan sebuah model kampanye. Evaluasi dalam model analisis SWOT yang dilakukan oleh KPUD Bantul menurut peneliti sudah cukup tepat, karena melalui keempat aspek yang terdapat pada metode analisis SWOT tersebut KPUD Bantul dapat menjalankan perencanaan kampanyenya dengan tepat, dan memiliki indikator yang terarah. Melalui analisis SWOT tersebut objek yang ditentukan dapat mewakili suara masyarakat Kabupaten Bantul, agar perencanaan kampanye yang ditetapkan oleh KPUD Bantul tidak salah sasaran.

Berikutnya dalam aspek penyusunan tujuan kampanye evaluasi yang dilakukan KPUD Bantul tidak banyak dapat melakukan evaluasi, karena hakekatnya penyusunan tujuan kampanye telah ditetapkan berdasarkan Undang-Undang yang berlaku terkait sistem kampanye KPU dalam mengenalkan calon Bupati. Sedangkan dalam hal evaluasi perencanaan pesan kampanye, KPUD Bantul dalam menetapkan pesan kampanyenya telah menentukan terlebih dahulu objek yang akan menerima pesan kampanye tersebut, agar pesan yang disampaikan dapat diterima dengan

baik oleh masyarakat. Tiga hal yang diharapkan oleh KPUD Bantul melalui pesan kampanye tersebut, yaitu agar masyarakat dapat memahami akan pentingnya berpartisipasi pada Pilkada, memiliki keinginan untuk menggunakan hak suaranya, dan yang terakhir yaitu bagaimana dapat merubah perilaku masyarakat yang awalnya tidak memiliki ketertarikan dalam menggunakan hak suaranya, hingga pada akhirnya menggunakan hak suaranya dalam memiliki calon Bupati Bantul periode 2015-2020.

Media yang menyalurkan pesan kampanye tersebut juga beragam, mulai dari memanfaatkan media iklan luar ruang, media cetak, media televisi, hingga komunikasi tatap muka melalui metode sosialisasi. Beragamnya alat kampanye yang digunakan oleh KPUD Bantul dikarenakan objek sasaran, dalam hal ini masyarakat Bantul memiliki keragaman, baik dari segi pemahaman, hingga tingkat akses media kampanye tersebut. Selain mengenalkan calon Bupati, melalui pesan kampanye tersebut KPUD Bantul juga menerapkan metode pembelajaran akan pentingnya politik dalam negara demokrasi. Hal ini mengajarkan kepada masyarakat bahwa politik tidak hanya pada tahapan memilih siapa calon Bupati, melainkan dapat melihat dampak yang akan ditimbulkan dari adanya proses politik tersebut.

b. Faktor *output*

Evaluasi pada tahapan ini dilakukan dalam pelaksanaan kampanye yang dilakukan oleh KPUD Bantul. Pentingnya sebuah evaluasi pada

pelaksanaan ataupun implementasi kampanye oleh KPUD Bantul untuk mengukur sudah sejauh mana keberhasilan dari kampanye yang dilakukan. Evaluasi pada tahapan faktor *output* yang dijalankan oleh KPUD Bantul selain melihat dari sisi keberhasilan pesan kampanye dapat diterima oleh masyarakat, namun dilihat juga dari *feedback* yang diberikan oleh masyarakat dalam menerima pesan tersebut. Utamanya pada pemilih pemula, yang memiliki hak suara relatif lebih besar. Pesan kampanye yang disampaikan KPUD Bantul kepada pemilih pemula yang masih awam dalam hal dunia politik menjadi tantangan tersendiri bagi KPUD Bantul. Penggunaan media kampanye sangat diperhatikan, karena tingkat akses media yang digunakan oleh pemilih pemula berbeda dengan masyarakat pada umumnya. Selain itu, penggunaan kalimat-kalimat pada pesan kampanye harus lebih muda dipahami oleh pemilih pemula.

c. Faktor *outcome*

Tiga hal yang menjadi acuan KPUD Bantul pada tahapan evaluasi faktor *outcome*, yaitu evaluasi yang melihat dari aspek kognitif, afektif, dan juga konatif masyarakat Kabupaten Bantul. Tahap pertama kognitif, KPUD Bantul melakukan evaluasi terkait dengan bagaimana kampanye yang dilakukan, baik itu dalam hal pesan kampanye, maupun media kampanye yang digunakan dapat menciptakan perubahan pada tingkat pengetahuan yang diterima oleh masyarakat Kabupaten Bantul. Faktor *outcome* memiliki dampak besar dalam tahapan evaluasi ini, karena

melalui tahapan evaluasi tersebut KPUD Bantul dapat menilai perubahan yang terjadi di masyarakat. KPUD Bantul dalam hal ini tidak hanya terfokuskan pada mengenalkan calon Bupati Bantul saja, melainkan juga memberikan edukasi pemahaman terkait pendidikan pemilih dan demokrasi kepada masyarakat. Pemahaman akan pentingnya pendidikan pemilih akan membawa pada kesadaran masyarakat untuk menggunakan hak suaranya pada Pilkada.

Tahapan kedua yaitu afektif, selain merubah pemahaman, evaluasi yang diterapkan oleh KPUD Bantul melalui kampanye yang dilakukannya yaitu juga turut mempengaruhi perubahan sikap dan membentuk opini di masyarakat terkait dengan pentingnya sebuah partisipasi politik masyarakat, dalam menciptakan suasana demokrasi yang damai, dan menghasilkan suatu keputusan yang sah dan tepat. Evaluasi pembentukan opini yang dilakukan oleh KPUD Bantul dalam hal ini yaitu dengan metode komunikasi tatap muka. Konsep tersebut dapat dikatakan cukup efektif, dikarenakan opini yang datang tertuju pada objek yang terarah dan dapat diukur keberhasilannya. Perubahan sikap masyarakat Bantul dianggap penting karena proses Pilkada dapat berhasil, faktor utama yang menentukan yaitu partisipasi masyarakat. Kebutuhan akan informasi dan juga edukasi terkait pendidikan pemilih dilakukan oleh KPUD Bantul dengan menasar pada tiga objek, yaitu pemilih pemula, organisasi-organisasi kemasyarakatan, dan juga kelompok difabel. Ketiga objek

tersebut dipilih oleh KPUD Bantul karena memiliki kebutuhan yang khusus dalam memahami dan membangun opini terkait dengan proses politik melalui Pilkada.

Tahapan terakhir pada evaluasi faktor *outcome* yaitu berada pada konatif, hal ini yang menentukan dari proses tahapan faktor *outcome* sebelumnya. Melalui tahapan ini KPUD Bantul dapat menyimpulkan apakah proses kampanye yang dilakukan dapat diterapkan oleh masyarakat dengan tepat, baik dari segi partisipasi untuk menggunakan hak suara, penerapan proses pemilihan dengan tepat, hingga menjaga demokrasi yang baik dalam proses Pilkada yang berlangsung. Tahapan pada faktor *outcome* konatif tersebut menjadi tolak ukur KPUD Bantul dalam menjalankan perencanaan kampanye untuk periode berikutnya, dari sini KPUD Bantul dapat melihat apakah media yang digunakan, pesan kampanye yang disampaikan, hingga teknik dan taktik strategi yang digunakan sudah tepat atau belum. Keberhasilan dari kampanye pada dasarnya diukur dari jumlah partisipasi masyarakat dalam menggunakan hak suaranya, namun jauh dari hal tersebut pendidikan politik dan demokrasi sepatutnya jangan sampai diabaikan. Karena melalui pendidikan pemilih dan demokrasi yang terarah, maka akan mengantarkan masyarakat untuk menerapkan pemahaman, dan pengetahuannya terkait politik dan demokrasi dengan menggunakan hak suaranya.

4. Faktor Pendukung dan Penghambat Keberhasilan KPUD Bantul dalam Meningkatkan Partisipasi Pemilihan Bupati Bantul 2015

Dalam pelaksanaan program kampanye pasti ada faktor pendukung dan penghambatnya. Adapun faktor pendukung adalah adanya kerja sama yang baik antara KPUD Bantul dengan instansi-instansi pemerintah dan Badan *Ad Hoc* sebagai pelaksana dilapangan. Badan *Ad Hoc* terdiri dari Panitia Pemilihan Kecamatan (PPK) dan Panitia Pemungutan Suara (PPS) ditingkat Desa, dan Kelompok Penyelenggara Pemungutan Suara (KPPS) yang bertugas di TPS. Badan *Ad Hoc* ini yang berhadapan langsung dan menjadi pelayan pertama bagi publik.

Sedangkan faktor penghambatnya adalah kegiatan kampanye dan publikasi melalui media massa yang masih kurang baik dari segi keefektifitasan dan totalitas dalam pelaksanaan kampanye yang masih terhitung kurang maksimal, serta masih kurangnya sumberdaya manusia untuk melakukan kampanye melalui program kampanye yang dilakukan sangat terbatas untuk wilayah Kabupaten Bantul yang luas. Selain itu juga masih banyak kendala-kendala kampanye seperti pada awal tahapan pada tahap persiapan, proses penyusunan program dan anggaran terbentur pada ketidakharmonisan antar regulasi, dalam hal ini PKPU dan Permendagri yang mengatur tentang keuangan. Akibatnya proses penyusunan program menjadi lama, bahkan kepastian penyelenggaraan pemilihan pun menjadi tidak jelas. Kemudian PKPU No. 7 tahun 2015 membuat fasilitas kampanye yang

menjadikan keterbatasan Alat Peraga Kampanye (APK) menjadi hambatan untuk KPUD Bantul mengingat keterbatasan APK juga memberi kontribusi kecil bagi ramainya pemilihan, demikian juga dengan pengenalan pasangan calon.