

LAPORAN HASIL PENELITIAN

**DAMPAK PEMBATAHAN KAMPANYE BAGI MASYARAKAT DALAM
MEMPEROLEH INFORMASI PASANGAN CALON KEPALA DAERAH
DALAM PILKADA TAHUN 2020 DI KABUPATEN KARO**

TIM PENELITIAN

Ahmad Razali, M.Sos

Fauzan Ismail, S.Sos

Ryan Parlindungan Nasution, S.Sos

Surya Utama Surbakti, S.Sos

Faisal Karim, S.Ikom

KERJASAMA KOMISI PEMILIHAN UMUM (KPU)

KABUPATEN KARO

DENGAN

YAYASAN KOLEKTIF ADICITA INDONESIA

2021

DAMPAK PEMBATASAN KAMPANYE BAGI MASYARAKAT DALAM MEMPEROLEH INFORMASI PASANGAN CALON KEPALA DAERAH DALAM PILKADA TAHUN 2020 DI KABUPATEN KARO

ABSTRAK

Studi ini mengkaji tentang dampak pembatasan kampanye bagi masyarakat dalam memperoleh informasi pasangan calon dalam Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) Kabupaten Karo Tahun 2020, yang bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis dampak pembatasan kampanye yang berlaku karena Covid-19 terhadap kepemiluan pada Pilkada Kabupaten Karo pada tahun 2020. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan jenis penelitian survei yang menggunakan metode deskriptif analisis. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan angket, wawancara, dan observasi. Teknik yang digunakan untuk menganalisis data menggunakan analisis kuantitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya hubungan atau pengaruh pembatasan kampanye terhadap dampak keterbatasan informasi yang diperoleh masyarakat, dimana pembatasan kampanye mempengaruhi kurangnya informasi tentang pasangan calon, informasi tentang latar belakang pasangan calon, informasi tentang visi dan misi pasangan calon, kurangnya informasi tentang *track record* pasangan calon, dan keputusan (dilema) dalam menentukan pilihan pasangan calon. Hal itu disebabkan karena adanya Pandemi Covid-19, sehingga aktivitas yang mengundang unsur keramaian tidak diperbolehkan dan jumlah orang dalam setiap kegiatan harus dibatasi.

Kata Kunci: Pemilihan Kepala Daerah, Pembatasan Kampanye, Keterbatasan Informasi

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur bersama kita panjatkan kehadiran Allah SWT, Tuhan Yang Maha Kuasa, atas seijin-Nya jugalah kita senantiasa diberikan kenikmatan untuk tetap dapat melaksanakan segala aktifitas dalam rangka ikut serta membangun kehidupan berbangsa dan bernegara yang senantiasa dilandasi nilai-nilai luhur sebagaimana yang termaktub dalam Pancasila utamanya nilai-nilai Ketuhanan Yang Maha Esa . Amin.

Rasa syukur yang mendalam juga dihaturkan atas selesainya Laporan Penelitian tentang “Dampak Pembatasan Kampanye bagi Masyarakat dalam Memperoleh Informasi Pasangan Calon Kepala Daerah dalam Pilkada 2020 di Kabupaten Karo”, sehingga akhirnya dapat disajikan kepada semua pihak yang terkait. Sebagaimana isi di dalamnya , laporan penelitian ini berisi studi dokumen, observasi, dan wawancara dengan menggunakan kuesioner serta diskusi kelompok terfokus yang dilakukan kurun waktu satu bulan ini oleh tim kajian dari Yayasan Kolektif Adicita Indonesia.

Kajian ini membuktikan bahwa dampak terhadap pembatasan kampanye dalam Pilkada Kabupaten Karo Tahun 2020 memiliki pengaruh yang besar terhadap informasi yang diterima oleh masyarakat Kabupaten Karo terhadap informasi pencalonan pasangan calon dalam Pilkada Kabupaten Karo Tahun 2020.

Dengan hasil yang sudah didapatkan di lapangan, kami berharap rekomendasi penelitian ini nantinya akan menjadi masukan yang berarti bagi KPU Kabupaten Karo dalam rangka mengambil sebuah keputusan kebijakan yang baik dalam pelaksanaan kampanye pada pilkada-pilkada yang akan datang. Lebih jauh Yayasan Kolektif Adicita Indonesia tetap berkomitmen untuk terus ikut mengawal keberlanjutan atas penelitian ini.

Akhirnya kepada semua pihak yang terlibat, utamanya masyarakat dan KPU Kabupaten Karo, kami menghaturkan ribuan terima kasih yang sebesar –besarnya

Fauzan Ismail, S.Sos

Direktur Eksekutif Yayasan Kolektif Adicita Indonesia

DAFTAR ISI

SAMPUL

ABSTRAK

KATA PENGANTAR i

DAFTAR ISI..... ii

DAFTAR TABEL vi

DAFTAR GAMBAR vii

DAFTAR LAMPIRANviii

BAB I PENDAHULUAN..... 1

1.1. Latar Belakang Masalah..... 1

1.2. Rumusan Masalah 4

1.3. Tujuan Penelitian 4

1.4. Manfaat Penelitian 4

BAB II LANDASAN TEORITIS..... 5

2.1. Pemilihan Kepala Daerah 5

2.1.1. Asas Pelaksanaan Pilkada 5

2.1.2. Tahap dan Peraturan Pilkada..... 7

2.1.3. Pilkada Serentak.....9

2.2. Kampanye Politik..... 10

2.2.1. Jenis-Jenis Kampanye 13

2.2.2. Fungsi dan Tujuan Kampanye..... 15

2.2.3. Pesan Kampanye 16

2.2.4. Khalayak Kampanye 17

2.2.5. Media Kampanye	18
2.2.6. Regulasi Kampanye.....	19
2.3. Pandemi Covid-19 Dalam Konsep	20
2.4. Kerangka Berpikir	23
2.7. Hipotesis Kajian	24
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	25
3.1. Metode dan Jenis Penelitian.....	25
3.2. Lokasi Penelitian.....	26
3.3. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	26
3.4. Populasi dan Sampel	27
3.5. Definisi Operasional Variabel	35
3.6. Teknik Analisa Data.....	29
3.7. Teknik Pengujian Instrumen	30
3.7.1. Uji Validitas	30
3.7.2. Uji Relibilitas	31
3.8. Uji Asumsi Klasik.....	32
3.8.1. Uji Normalitas	32
3.8.2. Uji Heteroskedastisitas	33
3.8.2. Uji Linieritas	33
3.9. Uji Hipotesis.....	34
3.9.1. Uji T Parsial	34
3.9.3. Uji Determinansi R	35
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	36

4.1 Gambaran Umum Kabupaten Karo.....	36
4.2 Kondisi Perekonomian Kabupaten Karo.....	40
4.3 Karakteristik Umum Responden	42
4.3.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	43
4.3.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	43
4.3.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Agama.....	44
4.3.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Suku	45
4.3.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	46
4.3.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	46
4.3.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	47
4.3.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran	48
4.3.9 Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Tinggal.....	48
4.3.10 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Mengikuti Pilkada	49
4.4. Persepsi Masyarakat Tentang Kampanye	50
4.4.1 Pemahaman Masyarakat terhadap Pilkada di Kabupaten Karo pada Tahun 2020	50
4.4.2 Pemahaman Masyarakat Apa Yang Dimaksud Dengan Kampanye	51
4.4.3 Pengetahuan Masyarakat Terkait Pembatasan Kampanye.....	52
4.4.4 Sumber Informasi Masyarakat Terkait Pembatasan Kampanye	52
4.5. Hasil Uji Instrumen	53
4.5.1. Hasil Uji Validitas.....	53
4.5.2. Hasil Uji Relibilitas.....	54
4.6. Uji Asumsi Klasik	55

4.6.1. Hasil Uji Normalitas.....	55
4.6.2. Hasil Uji Heteroskedasitas	57
4.6.3. Hasil Uji Linieritas	58
4.7. Hasil Uji Hipotesis	59
4.7.1. Hasil Uji T Parsial	59
4.7.2. Hasil Uji Determinasi	60
4.7.3. Persamaan Regresi	60
4.8. Pembahasan Hasil Penelitian	61
4.8.1. Pengaruh Pembatasan Kampanye bagi Masyarakat Dalam Memperoleh Informasi Pasangan Calon Kepala Daerah Dalam Pilkada Kabupaten Karo Tahun 2020.....	61
4.8.2. Pembahasan Hipotesis	65
BAB V PENUTUP.....	66
5.1 Kesimpulan	66
5.2 Saran.....	66
DAFTAR PUSTAKA	68
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Pengukuran Skala Likert
Tabel 3.2	Definisi Operasional Variabel
Tabel 4.1	Luas Daerah dan Ibukota Menurut Kecamatan di Kabupaten Karo pada Tahun 2020
Tabel 4.2	Jumlah Anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Menurut Partai Politik dan Jenis Kelamin di Kabupaten Karo Tahun 2020
Tabel 4.3	Jumlah Penduduk, Distribusi Persentase Penduduk, Kepadatan Penduduk, Rasio Jenis Kelamin Penduduk Menurut Kecamatan di Kabupaten Karo Tahun 2020
Tabel 4.4	Jumlah Penduduk Menurut Kecamatan dan Agama yang Dianut di Kabupaten Karo Tahun 2020
Tabel 4.5	Peranan PDRB Kabupaten Karo Menurut Lapangan Usaha (Persen), 2016—2020
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas
Tabel 4.7	Hasil Uji Reliabilitas
Tabel 4.8	Hasil Uji Normalitas
Tabel 4.9	Hasil Uji Heterokedastisitas
Tabel 4.10	Hasil Uji Linieritas
Tabel 4.11	Hasil Uji T Secara Parsial
Tabel 4.12	Hasil Uji Determinasi R
Tabel 4.13	Pembatasan Kampanye Dalam Pilkada Kabupaten Karo 2020 Menyebabkan Kurangnya Informasi Tentang Pasangan Calon
Tabel 4.14	Pembatasan Kampanye Dalam Pilkada Kabupaten Karo tahun 2020 Menyebabkan Kurangnya Informasi Tentang Latar Belakang Pasangan Calon Yang Bertarung
Tabel 4.15	Pembatasan Kampanye Dalam Pilkada Kabupaten Karo Tahun 2020 Menyebabkan Kurangnya Informasi Tentang Visi Dan Misi Pasangan Calon Yang Bertarung
Tabel 4.16	Pembatasan Kampanye Dalam Kabupaten Karo Tahun 2020 Menyebabkan Kurangnya Informasi Tentang Track Record Pasangan Calon Yang Bertarung
Tabel 4.17	Pembatasan Kampanye Dalam Kabupaten Karo Tahun 2020 Menyebabkan Dilema Dalam Menentukan Pilihan

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Berpikir
Gambar 4.1	Peranan PDRB Kabupaten Karo Menurut Lapangan Usaha (Persen), 2016—2020
Gambar 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin
Gambar 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia
Gambar 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Agama
Gambar 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Suku
Gambar 4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan
Gambar 4.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan
Gambar 4.8	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan
Gambar 4.9	Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran
Gambar 4.10	Karakteristik Responden Berdasarkan Kepemilikan Rumah
Gambar 4.11	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekwensi Mengikuti Pilkada
Gambar 4.12	Pemahaman Responden Seputar Pilkada
Gambar 4.13	Pemahaman Responden Apa Itu Kampanye
Gambar 4.14	Pengetahuan Responden Terkait Pembatasan Kampanye
Gambar 4.15	Sumber Informasi Tentang Pembatasan Kampanye
Gambar 4.16	Grafik PP Normalitas Data Penelitian
Gambar 4.17	Grafik Heterokesdastisitas

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner
Lampiran 2	Tabulasi Skor Kuesioner
Lampiran 3	Hasil SPSS
Lampiran	PKPU No. 13 Tahun 2020
Lampiran 5	Hasil Dokumentasi

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Indonesia adalah negara yang menganut sistem demokrasi, perwujudan demokrasi salah satunya adalah dengan diselenggarakan pemilihan umum. Dimana pemilihan tersebut melibatkan rakyat secara langsung dalam memilih seorang wakil rakyat. Sehingga perwujudan kedaulatan rakyat untuk menghasilkan wakil rakyat yang siap menerima aspirasi masyarakat untuk membangun daerah lebih baik, bertanggung jawab dan berkualitas dapat diraih.

Dalam pelaksanaan Pemilu berpegang pada asas-asas langsung, umum, bebas, rahasia, jujur dan adil sehingga Pemilu maupun Pilkada langsung dapat menjadi suatu sistem rekrutmen pejabat politik yang dapat memenuhi parameter demokrasi. Hal demikian juga berdampak dalam proses pemilihan kepala daerah dan wakil kepala daerah seperti yang diamanatkan UU NO. 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah. Dalam undang-undang tersebut menyatakan bahwa proses pemilihan kepala daerah dan wakil kepala daerah dilakukan secara langsung sebagaimana proses pemilihan Presiden dalam Pemilu Tahun 2004 yang lalu, sehingga tingkat keterlibatan publik dalam proses politik kenegaraan semakin lengkap.

Pemilihan Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah (Pilkada) langsung adalah wujud bagaimana sistem demokrasi beroperasi di Indonesia pada tingkat lanjut. Pilkada langsung kini menjadi sarana sentral sebagai bentuk eksistensi keterlibatan masyarakat turut serta dalam pembuatan keputusan politik di daerah. Sejak kali pertama dilaksanakan pada 2005, Pilkada langsung berusaha disempurnakan baik dari sisi pengaturan dan penyelenggaraannya agar lebih berkualitas.

Pada Sembilan (9) Desember 2020 lalu di Sumatera Utara telah diselenggarakan pemilihan kepala daerah (pilkada) serentak di Dua Puluh Tiga (23) kabupaten dan kota. Pilkada ini mengacu pada Undang- Undang (UU)

Nomor 6 tahun 2020 tentang Penetapan Perppu Nomor 2 tahun 2020 tentang Perubahan Ketiga Undang-undang Nomor 1 tahun 2015 tentang Penetapan Perppu Nomor 1 tahun 2014 tentang Pemilihan Gubernur, Bupati dan Walikota menjadi UU. Atau lebih dikenal dengan sebutan UU tentang Pilkada 2020 di Masa Pandemi Covid-19. Dua Puluh Tiga kabupaten dan kota tersebut meliputi Kabupaten Karo, Kota Binjai, Kota Medan, Kabupaten Asahan, Kabupaten Serdang Bedagai, Kota Pematang Siantar, Kabupaten Simalungun, Kota Tanjung Balai, Kabupaten Pakpak Bharat, Kabupaten Labuhan Batu Utara, Kabupaten Labuhan Batu, Kabupaten Labuhan Batu Selatan, Kabupaten Toba Samosir, Kabupaten Samosir, Kabupaten Humbang Hasundutan, Kota Sibolga, Kabupaten Mandailing Natal, Kabupaten Tapanuli Selatan, Kota Gunung Sitoli, Kabupaten Nias, Kabupaten Nias Utara, Kabupaten Nias Barat, Kabupaten Nias Selatan. Sedangkan pada tingkat nasional, Pilkada diselenggarakan di 270 daerah (9 provinsi, 224 kabupaten, dan 37 kota pada 32 provinsi).

Kabupaten Karo menjadi salah satu daerah yang menyelenggarakan Pilkada serentak tahun 2020. Namun, pilkada tahun 2020 ini mempunyai tantangan yang sangat besar karena masih dalam suasana berjangkitnya Pandemi Covid-19. Tantangan ini meliputi, kekhawatiran pertama masalah kesehatan, kedua keselamatan masyarakat untuk terlibat langsung dalam tahapan pilkada, terutama saat tahapan kampanye.

Tahapan kampanye akan menjadi titik krusial yang rawan risiko penyebaran virus. Kemudian tantangan yang ketiga adalah, proses sosialisasi KPU kepada publik dan kandidat pada masa Pilkada 2020. Semua pihak tentu berharap jangan sampai pesta demokrasi ini justru menjadi kemunculan klaster-klaster baru Covid-19 akibat kurangnya sosialisasi dan penegakan hukum.

Menurut Ketua Tim Pakar Gugus Tugas Percepatan Penanganan Covid-19, Wiku Adisasmito, bahwa New Normal merupakan perubahan perilaku untuk tetap menjalankan aktivitas secara normal, tetapi ditambah dengan menerapkan protokol kesehatan guna mencegah terjadinya penularan Covid-19. Antara lain, dengan cara mengurangi berbagai kegiatan di luar rumah, bekerja dari rumah,

belajar di rumah bukan lagi di sekolah, bahkan beribadah juga dilakukan di rumah. Ini merupakan beberapa bentuk perubahan baru yang kini harus dilakukan oleh semua orang dalam rangka memutus rantai penyebaran Covid-19.

Kampanye adalah suatu aktivitas komunikasi, ditinjau dari aspek kajian komunikasi, Alat Peraga Kampanye (APK), bahan kampanye, maupun iklan kampanye adalah sarana bagi para pasangan calon untuk memperkenalkan diri, serta mempersuasi para khalayak untuk memilihnya dalam Pilkada. Cangara dalam Damsar (2010), membuat batasan dari pengertian kampanye politik sebagai aktivitas komunikasi yang ditujukan untuk memengaruhi orang lain agar ia memiliki wawasan, sikap dan perilaku sesuai dengan kehendak penyebar atau pemberi informasi. Menurut Hasrullah (2014), bagi para kandidat yang ingin mendapatkan publikasi yang luas, maka iklan telah menjadi alat promosi, baik soal sosok diri maupun program kerja yang akan dikerjakan jika terpilih dalam Pemilu. Iklan telah menjadi “senjata yang ampuh” tidak saja untuk memperkenalkan diri tapi pengaruhnya sampai pada perubahan perilaku (behavior) pemilih untuk memutuskan memilih kandidat.

Disamping dari pentingnya fungsi kampanye sebagai media menyampaikan ataupun mendapat informasi kepemiluan, kini muncul masalah dalam tahapan ini. Sejak WHO menetapkan Pandemi Covid-19 sebagai pandemi global, hal ini berdampak kepada tahapan kepemiluan kampanye.

Adapun dampak dari pandemi Covid-19 adalah munculnya peraturan-peraturan baru yang menyangkut tahapan kepemiluan. Salah satu peraturan tersebut, yakni pembatasan kampanye bagi calon-calon yang berkompetensi untuk memenangkan pilkada. Tahapan kampanye pada pilkada serentak tahun 2020 dimulai pada 26 September sampai dengan 5 Desember 2020. Metode kampanye dalam pilkada masa pandemic telah diatur dalam pasal 58 PKPU Nomor 13 Tahun 2020. Pasal tersebut menjelaskan mengenai partai politik, pasangan calon dan tim kampanye pasangan calon lebih mengutamakan metode kampanye dengan pertemuan terbatas, pertemuan tatap muka dan dialog dengan menggunakan media sosial dan media daring (PKPU RI, 2020a). Penegasan kembali mengenai

metode kampanye yaitu Pasal 63 yang menjelaskan bahwa kegiatan lain yang tidak melanggar larangan kampanye dan ketentuan perundang-undangan dilaksanakan dalam bentuk kampanye melalui media sosial dan media daring.

Sebagaimana ditulis diatas bahwa tahapan kampanye memiliki fungsi penting bagi masyarakat untuk mewujudkan partisipasi politiknya. Melalui tahapan kampanye masyarakat mendapatkan informasi kepemiluan seperti informasi tentang pasangan calon, visi-misi calon, latar belakang calon, dan *track record* calon. Lewat informasi tersebut masyarakat memiliki bahan dan pertimbangan untuk menetapkan pilihan politiknya. Dengan adanya pembatasan kampanye dapat berakibat pada minimnya informasi tentang pasangan calon Bupati dan Wakil Bupati yang diterima dan yang dapat diakses masyarakat. Oleh karena itu, melalui penjabaran di atas peneliti tertarik untuk mengkaji **Dampak Pembatasan Kampanye bagi Masyarakat dalam Memperoleh Informasi Pasangan Calon Kepala Daerah dalam Pilkada Tahun 2020 di Kabupaten Karo.**

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan Uraian latar belakang diatas, maka peneliti hendak mengemukakan rumusan masalah yakni Bagaimana dampak pembatasan kampanye bagi masyarakat dalam memperoleh informasi pasangan calon pada Pilkada serentak tahun 2020 di Kabupaten Karo?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka penelitian ini dilakukan dengan tujuan yaitu Untuk mengetahui dampak pembatasan kampanye bagi masyarakat dalam memperoleh informasi pasangan calon pada Pilkada serentak tahun 2020 di Kabupaten Karo.

1.4. Manfaat Penelitian

Secara teoritik penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk menambah khazanah dalam bidang politik terhusus kepemiluan. Secara praktik diharapkan dapat bermanfaat sebagai bahan masukan dan rekomendasi bagi penyelenggara pemilu khususnya Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kabupaten Karo dalam menyelenggarakan kegiatan politik, baik itu Pemilu maupun Pilkada.

BAB II

LANDASAN TEORITIS

2.1 Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada)

Pemilihan umum/ pemilihan kepala daerah adalah salah satu pilar dalam demokrasi. secara tidak langsung demokrasi di Indonesia mengandung arti bahwa yang menjalankan kedaulatan adalah wakil-wakil rakyat. Untuk menentukan siapa yang berwenang mewakili rakyat, dilaksanakan pemilu. dalam pemilihan umum/ pemilihan kepala daerah diharapkan wakil-wakil rakyat yang benar-benar mewakili aspirasi keragaman kondisi serta keinginan dari rakyat yang memilihnya. Dalam sistem politik pemilu mengandung 3 pranata secara keseluruhan yang menghubungkan dengan demokrasi yaitu: (Rahardjo & Dawan, 1996)

- a. Persaingan yakni apakah setiap orang diperbolehkan untuk mengajukan diri sebagai calon yang mewakili rakyat.
- b. Peran serta politik (partisipasi politik) yakni rakyat ikut serta dalam proses seleksi wakil atau pemimpin mereka dan memilih mereka sebagai pemimpin untuk semuanya.
- c. Kebebasan politik dan kebebasan sipil yang mewujudkan dalam kebebasan menyatakan pendapat, kebebasan pers, kebebasan berserikat dan berkumpul yang menjadi dasar persaingan dan peran.

2.1.1 Asas Pelaksanaan Pilkada

Pemilihan umum dilaksanakan atas dasar efektif dan efisien berdasarkan asas yaitu:

- a. Langsung, yaitu rakyat sebagai pemilih mempunyai hak untuk memberikan suaranya secara langsung sesuai dengan kehendak hati nuraninya tanpa perantara.
- b. Umum, yaitu mengandung makna menjamin kesempatan yang berlaku menyeluruh bagi bagi semua warga Negara tanpa diskriminasi berdasarkan suku, ras, golongan, dan jenis kelamin, pekerjaan dan status sosial.
- c. Bebas, yaitu setiap warga Negara yang berhak memilih bebas menentukan pilihan tanpa tekanan dan paksaan dari siapa saja.

- d. Rahasia, yaitu dalam memberikan suaranya, pemilih dijamin bahwa pilihannya tidak akan diketahui oleh siapapun dan dengan jalan apapun.
- e. Jujur dalam penyelenggaraan pemilu baik itu aparat pemerintah, peserta pemilu, pemantau pemilu, pemilih serta semua pihak terkait harus jujur sesuai dengan peraturan perundang-undangan.
- f. Adil, yaitu dalam penyelenggaraan pemilu setiap peserta pemilu mendapat perlakuan yang sama serta bebas dari kecurangan pihak manapun (bhataremedia.com).

Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah, menyebutkan bahwa Pemerintahan Daerah adalah pelaksanaan fungsi-fungsi pemerintahan daerah yang dilakukan oleh lembaga pemerintahan daerah yaitu Pemerintah Daerah dan Dewan Perwakilan Rakyat (DPRD). Sementara itu, yang dimaksudkan dengan Kepala Daerah menurut UU ini adalah Kepala Pemerintahan Daerah yang dipilih secara demokratis. Pemilihan secara demokratis terhadap Kepala Daerah tersebut, dengan mengingat bahwa tugas dan wewenang DPRD menurut Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2003 tentang Susunan dan Kedudukan Majelis Permusyawaratan Rakyat, Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan Perwakilan Daerah, dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah, menyatakan antara lain bahwa DPRD tidak memiliki tugas dan wewenang untuk memilih Kepala daerah dan Wakil Kepala daerah, maka atas dasar hal tersebut pemilihan secara demokratis dalam Undang-undang ini dilakukan oleh rakyat secara langsung (Al-Fairi: Jurnal Aspirasi).

Dengan ditetapkannya Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah, Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah mempunyai peran yang sangat strategis dalam rangka pengembangan kehidupan demokrasi, keadilan, pemerataan, kesejahteraan masyarakat, memelihara hubungan yang serasi antara Pemerintah dan Daerah serta antar Daerah untuk menjaga keutuhan Negara Kesatuan Republik Indonesia. Oleh karena itu, diperlukan figur Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah yang mampu mengembangkan inovasi, berwawasan kedepan dan siap melakukan perubahan ke arah yang lebih baik.

Pasal 56 Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004, sebagai landasan yuridis formal pemilihan kepala daerah dan wakil kepala daerah menyebutkan bahwa:

1. Kepala daerah dan wakil kepala daerah dipilih dalam satu pasangan calon yang dilaksanakan secara demokratis berdasarkan asas langsung, umum, bebas, rahasia, jujur dan adil.
2. Kepala daerah dan wakil kepala daerah dipilih dalam satu pasangan calon yang dilaksanakan secara demokratis berdasarkan asas langsung, umum, bebas, rahasia, jujur dan adil.

2.1.2 Tahapan dan Peraturan Pilkada

Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur, Bupati dan Wakil Bupati, serta Walikota dan Wakil Walikota dilaksanakan setiap 5 (lima) tahun sekali secara serentak di seluruh wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia. Tahapan-tahapan dalam Pemilihan Kepala Daerah Pemilihan diselenggarakan melalui 2 (dua) tahapan yaitu tahapan persiapan dan tahapan penyelenggaraan (Undang-undang No 8 Tahun 2015 Pasal 5 ayat 1-4).

1. Tahapan persiapan meliputi:
 - a. Perencanaan program dan anggaran;
 - b. Penyusunan peraturan penyelenggaraan Pemilihan;
 - c. Perencanaan penyelenggaraan yang meliputi penetapan
2. Tahapan penyelenggaraan meliputi:
 - a. Pengumuman pendaftaran pasangan Calon Gubernur dan Calon Wakil Gubernur, pasangan Calon Bupati dan Calon Wakil Bupati, serta pasangan Calon Walikota dan Calon Wakil Walikota;
 - b. Pendaftaran pasangan Calon Gubernur dan Calon Wakil Gubernur, pasangan Calon Bupati dan Calon Wakil Bupati, serta pasangan Calon Walikota dan Calon Wakil Walikota;
 - c. Penelitian persyaratan Calon Gubernur dan Calon Wakil Gubernur, Calon Bupati dan Calon Wakil Bupati, serta Calon Walikota dan Calon Wakil Walikota;

- d. Penetapan pasangan Calon Gubernur dan Calon Wakil Gubernur, pasangan Calon Bupati dan Calon Wakil Bupati, serta pasangan Calon Walikota dan Calon Wakil Walikota;
- e. Pelaksanaan Kampanye;
- f. Pelaksanaan pemungutan suara;
- g. Penghitungan suara dan rekapitulasi hasil penghitungan suara;
- h. Penetapan calon terpilih;
- i. Penyelesaian pelanggaran dan sengketa hasil Pemilihan; dan
- j. Pengusulan pengesahan pengangkatan calon terpilih.

Peraturan-peraturan yang diatur dalam undang-undang antara lain (Undang-undang No 8 Tahun 2015, pasal 1):

- 1. Dalam pilkada Calon Bupati dan Calon Wakil Bupati, Calon Walikota dan Calon Wakil Walikota adalah peserta Pemilihan yang diusulkan oleh partai politik, gabungan partai politik, atau perseorangan yang didaftarkan atau mendaftar di Komisi Pemilihan Umum Kabupaten/Kota.
- 2. Partai Politik adalah organisasi yang bersifat nasional dan dibentuk oleh sekelompok warga negara Indonesia secara sukarela atas dasar kesamaan kehendak dan cita-cita untuk memperjuangkan dan membela kepentingan politik anggota, masyarakat, bangsa dan negara, serta memelihara keutuhan Negara Kesatuan Republik Indonesia berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.
- 3. Dalam Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur, Bupati dan Wakil Bupati, serta Walikota dan Wakil Walikota Pemilih adalah penduduk yang berusia paling rendah 17 (tujuh belas) tahun atau sudah/pernah kawin yang terdaftar dalam Pemilihan.

Dalam hal memilih pada Pemilihan kepala daerah diatur sebagai berikut (Undang-undang No 8 Tahun 2015, Pasal 57 ayat 1-4):

- 1. Untuk dapat menggunakan hak memilih, warga Negara Indonesia harus terdaftar sebagai Pemilih.
- 2. Dalam hal Warga Negara Indonesia tidak terdaftar sebagai Pemilih sebagaimana dimaksud pada ayat (1), pada saat pemungutan suara

menunjukkan Kartu Tanda Penduduk Elektronik, kartu keluarga, paspor, dan/atau identitas lain sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

3. Untuk dapat didaftar sebagai Pemilih, warga Negara Indonesia sebagaimana dimaksud pada ayat (1) harus memenuhi syarat:
 - a. Tidak sedang terganggu jiwa/ingatannya; dan/atau
 - b. tidak sedang dicabut hak pilihnya berdasarkan putusan
4. Warga negara Indonesia yang tidak terdaftar dalam daftar Pemilih dan pada saat pemungutan suara tidak memenuhi syarat sebagaimana dimaksud pada ayat (2) atau ayat (3), yang bersangkutan tidak dapat menggunakan hak memilihnya.

2.1.3 Pilkada Serentak

Pilkada serentak adalah pemilihan kepala daerah yang dilakukan secara bersamaan dalam waktu yang sama di beberapa wilayah. Sejak DPR menyetujui bahwa pelaksanaan pemilihan kepala daerah (Pilkada) secara serentak dilakukan pada 09 Desember 2015. Pada akhirnya bangsa ini berhasil keluar dari kemelut politik, debat panjang soal langsung tidaknya penyelenggaraan pilkada serentak. Keputusan DPR menyudahi itu dengan menegaskan bahwa pilkada tetap dilaksanakan secara langsung dan serentak. Pada 17 Februari 2015, DPR mengesahkan UU No. 1 Tahun 2015 dan yang saat ini telah diubah menjadi Undang-undang Republik Indonesia Nomor 8 tahun 2015 tentang Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur, Bupati dan Wakil Bupati, Wali Kota dan Wakil Walikota disahkan.

Bagi mereka yang menekuni demokrasi dan pemilu, ini soal apa yang oleh Brian C. Smith dan Secara equity, dan local responsiveness yang menjadi pertarungan setiap daerah. Ketiganya menjadi tolok ukur untuk melihat sejauh mana pemerintahan di daerah berjalan. Bahwa untuk memperkuat demokrasi di aras lokal, Pilkada serentak merupakan mekanisme untuk melahirkan pemerintahan daerah yang mampu menciptakan akuntabilitas di daerahnya, kesetaraan hak warga dalam berpolitik serta bagi penguatan demokrasi nasional.

Serentak memberikan makna tersendiri bagi reformasi “bebas-rahasia”, KPU selalu bekerja keras untuk menciptakan kepemiluan kita. Bayangkan, ada 269 daerah terdiri atas 9 pilkada. Dalam mendorong kondisi itu, transpa provinsi, 36 kota, dan 224 kabupaten yang serentak memilih kepala daerahnya. Dan setiap warga, dihari yang sama akan prinsip kami yang saban hari kami terus perjuangkan.memilih kepala daerahnya masing masing. Ini membutuhkan fokus dan ketekunan yang sangat besar. Pelaksanaannya dilakukan dalam tiga tahap:

- a. Tahap pertama pada Desember 2015
- b. Tahap kedua pada Februari 2016
- c. Tahap ketiga pada Juni 2018
- d. Tahap keempat Desember 2020

Komisioner Komisi Pemilihan Umum (KPU) RI, Arief Budiman, dalam Acara Rapat Koordinasi (Rakor) Persiapan dan Pengelolaan Anggaran Pemilihan Serentak Tahun 2015 menjelaskan bahwa tujuan dilaksanakannya pemilihan kepala daerah serentak supaya tercipta efektivitas dan efisiensi anggaran. Tujuan dilaksanakannya pemilukada serentak adalah terciptanya efektivitas dan efisiensi. Kalau pemilihan gubernur, bupati, walikota itu dilaksanakan bersamaan, itu tentu bisa menghemat anggaran.

2.2. Kampanye Politik

Dalam upaya untuk merubah pola pikir dan perilaku dalam masyarakat tentu perlu adanya sebuah kegiatan kampanye yang bertujuan untuk mendorong masyarakat dalam perubahan tersebut. Kampanye menurut kamus umum bahasa Indonesia adalah gerakan atau tindakan serentak untuk mengadakan aksi. Kampanye adalah alat untuk menyebarkan informasi dan meningkatkan kesadaran, untuk meningkatkan kepedulian dan perubahan perilaku dari target audiens. Kampanye juga dapat dilihat sebagai alat advokasi kebijakan untuk menciptakan tekanan publik pada aktor-aktor kunci, misalnya peneliti/ilmuan, media massa, dan pembuat kebijakan.

Kampanye politik sesungguhnya merupakan salah satu bentuk pengejewantahan dari komunikasi politik. Untuk dapat menyusun sebuah kampanye politik yang efektif, maka terlebih dahulu harus memahami komunikasi

politik, sebagai sesuatu yang penting dan harus dimiliki oleh para kandidat, elit politik, atau tim sukses. Komunikasi politik menjadi kunci bagi para kandidat dalam menyampaikan pesan-pesan politiknya kepada massa atau pendukungnya.

Liliweri (2011: 712) mendefinisikan kampanye sebagai satu usaha yang terorganisasi untuk mengejar perubahan sosial public. Yang terpenting dalam kampanye politik adalah aktivitas berencana yang terorganisasi secara baik yang bertujuan melindungi para kandidat agar mereka dapat melangkah dengan lapang menuju kursi legislatif atau eksekutif. Nimmo (2010: 173) menjelaskan bahwa suatu kampanye politik merupakan serangkaian latihan atau kegiatan yang berkesinambungan dalam mengkreasikan, atau mengkreasi ulang, dan mengirimkan tanda simbol melalui proses komunikasi.

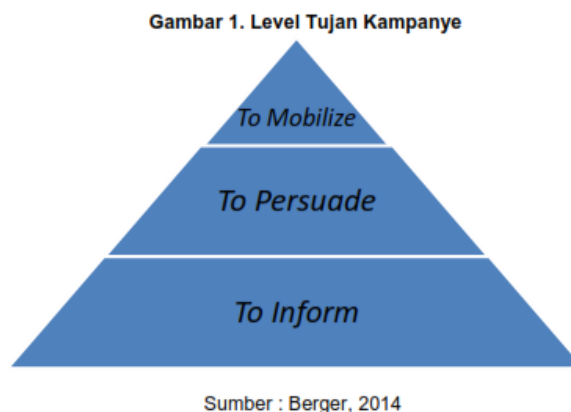
Rogers dan Storey dalam Venus mendefinisikan kampanye sebagai rangkaian tindakan komunikasi yang terencana dengan tujuan menciptakan efek tertentu pada sejumlah besar khalayak yang dilakukan secara berkelanjutan pada kurun waktu tertentu, serta menyimpulkan bahwa untuk suksesnya sebuah kampanye biasanya ditandai oleh empat hal, salah satunya adalah kampanye lewat media akan lebih mudah meraih keberhasilan bila disertai dengan penyebaran personel kampanye untuk menindaklanjuti secara interpersonal (Venus, 2012: 7).

Kampanye adalah aktivitas komunikasi yang ditujukan untuk mempengaruhi orang lain agar ia memiliki wawasan, sikap, dan perilaku sesuai dengan kehendak atau keinginan penyebar atau pemberi informasi. Menurut Imawan dalam Cangara mengartikan kampanye sebagai upaya persuasif untuk mengajak orang lain yang belum sepaham atau belum yakin pada ide-ide yang kita tawarkan, agar mereka bersedia bergabung dan mendukungnya (Cangara, 2014: 23). Dengan demikian ide-ide yang dilontarkan oleh partai politik atau kandidat haruslah yang terbaik dalam kemasan yang lebih cerdas, kreatif yang mampu memberikan efek pengaruh kepada khalayak yang menjadi sasaran kampanye.

Pengaruh bisa terjadi dalam bentuk perubahan pengetahuan (*knowledge*), sikap (*attitude*) dan perilaku (*behavior*). Pada tingkat pengetahuan, pengaruh bisa terjadi dalam bentuk perubahan persepsi dan perubahan pendapat (*opinion*).

Adapun yang dimaksud dengan perubahan sikap, ialah adanya perubahan internal pada diri seseorang yang diorganisasi dalam bentuk prinsip, sebagai hasil evaluasi yang dilakukannya terhadap suatu obyek. Dalam banyak hal, terutama yang berkaitan dengan kepercayaan atau ideologi, orang berubah sikap karena melihat bahwa apa yang tadinya dipercaya tidak benar, oleh karena itu ia berubah sikap untuk mengganti kepercayaannya. Sementara yang dimaksud dengan perubahan perilaku ialah perubahan yang terjadi dalam bentuk tindakan. Ostergaard dalam Venus (2012) mengemukakan hal yang sama bahwa ketiga aspek tersebut dapat disingkat dengan istilah 3A sebagai kependekan dari *awareness* (penyadaran), *attitude* (perubahan sikap), dan *action* (mengikuti/ melakukan).

Hasil kampanye dapat dibentuk dalam tiga kelompok besar yaitu untuk menginformasikan (*to inform*), untuk mempersuasi (*to persuade*) dan untuk memobilisasi (*to mobilize*) kearah perubahan perilaku yang jelas (Berger, 2014: 132). Secara khusus kampanye memiliki suatu level tujuan, tujuan terendah adalah menyebarkan informasi kepada target populasi, sedangkan tujuan tertinggi dan orientatif adalah memobilisasi, sebagaimana gambar dibawah ini:



Evaluasi efektifitas suatu kampanye sangat tergantung dari maksud yang ingin dicapai oleh organisasi pelaksana kampanye, dimana tingkat keefektifannya berbeda-beda dari individu hingga masyarakat. Kampanye yang berusaha mengubah hasil ditingkat individu akan berfokus kepada pengetahuan, sikap atau perilaku. Mayoritas data evaluasi menyatakan bahwa kampanye mampu melaksanakan pengaruh sedang hingga kuat atas hasil kognitif, lebih sedikit

pengaruh akan hasil sikap dan lebih sedikit lagi pengaruhnya atas hasil berperilaku (Berger, 2014: 187). Selanjutnya proporsi hasil-hasil berperilaku cenderung bervariasi dengan faktor-faktor seperti dosis informasi, durasi efektifitas kampanye, pemaduan sistem komunikasi massa dan sistem komunikasi interpersonal, serta pemaduan strategi-strategi perubahan sosial (penguatan edukasi dan penerapan teknis).

Kampanye pada pemilihan kepala daerah menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2015 tentang Pemilihan Gubernur, Bupati dan Walikota adalah bahwa kampanye pemilihan yang selanjutnya disebut kampanye adalah kegiatan untuk meyakinkan pemilih dengan menawarkan visi, misi, dan program calon Gubernur dan calon Wakil Gubernur, calon Bupati dan calon Wakil Bupati, serta calon Walikota dan calon Wakil Walikota. Sedangkan alat peraga kampanye adalah semua benda atau bentuk lain yang memuat visi, misi dan program pasangan calon, simbol, atau tanda gambar pasangan yang dipasang untuk keperluan kampanye yang bertujuan untuk mengajak memilih pasangan tertentu, yang difasilitasi oleh KPU Provinsi/KIP Aceh dan KPU/KIP Kabupaten/Kota yang didanai Anggaran Pendapatan Belanja Daerah.

Pengertian kampanye Pilkada sesuai undang-undang Pilkada dan kaitannya dengan pengertian kampanye Pemilu, maka dapat dinyatakan bahwa kampanye pada konteks Pilkada ini adalah kampanye yang memiliki jangka waktu tertentu, baik yang dilaksanakan oleh KPU Kabupaten maupun oleh pasangan calon sesuai dengan petunjuk peraturan perundang-undangan. Kampanye sesungguhnya adalah penyampaian visi, misi dan program oleh calon atau pasangan calon serta partai politik dalam rangka memberikan pendidikan politik bagi masyarakat pemilih.

2.2.1. Jenis-Jenis Kampanye

Kampanye mempunyai berbagai macam bentuk, untuk dapat membedakan antara kampanye sosial dan kampanye komersil ataupun perbedaan kampanye politik, maka perlu mengetahui jenis atau tipe kampanye, bentuk atau gaya kampanye yang dipakai, serta model kampanye yang digunakan. Berbagai jenis maupun tipe kampanye pada dasarnya ditentukan oleh motivasi yang

melatarbelakangi diselenggarakannya sebuah kampanye. Motivasi inilah yang menentukan kemana arah kampanye tersebut digerakkan dan dengan tujuan apa. Menurut beberapa sumber, jenis-jenis kampanye yaitu (Nimmo, 2009: 48-49);

a. *Product Oriented Campaigns*

Kampanye yang berorientasi pada produk, umumnya terjadi di lingkungan bisnis, berorientasi komersial, seperti peluncuran produk baru. Kampanye ini biasanya sekaligus bermuatan kepentingan untuk membangun citra positif terhadap produk barang yang diperkenalkan ke publiknya.

b. *Candidate Oriented Campaigns*

Kampanye ini berorientasi pada kandidat, umumnya dimotivasi karena hasrat untuk kepentingan politik. Contoh: Kampanye Pemilu, Kampanye Penggalangan dana bagi partai politik.

c. *Ideologically or cause oriented campaigns*

Jenis kampanye ini berorientasi pada tujuan-tujuan yang bersifat khusus dan seringkali berdimensi sosial atau *Social Change Campaigns* (Kotler), yakni kampanye yang ditujukan untuk menangani masalah- masalah sosial melalui perubahan sikap dan perilaku publik yang terkait. Contoh: Kampanye AIDS, Keluarga Berencana dan Donor Darah

d. Jenis Kampanye yang sifatnya menyerang (*attacking campaign*)

1) Kampanye Negatif

Menyerang pihak lain melalui sejumlah data atau fakta yang bisa diverifikasi dan diperdebatkan.

2) Kampanye hitam (*Black campaign*)

Kampanye yang bersifat buruk atau jahat dengan cara menjatuhkan lawan politik untuk mendapatkan keuntungan.

Sedangkan Keputusan Komisi Pemilihan Umum (KPU) N0. 35 Tahun 2004 Tentang Kampanye Pemilihan Umum Presiden dan Wakil Presiden mengatur semua jenis atau bentuk kampanye. Ada 9 jenis kampanye yaitu:

- a. Debat publik / debat terbuka antar calon
- b. Kegiatan Lain yang tidak melanggar peraturan perundang-undangan
- c. Pemasangan alat peraga di tempat umum

- d. Penyebaran bahan kampanye kepada umum
- e. Penyebaran melalui media cetak dan media elektronik
- f. Penyiaran melalui radio dan atau televisi
- g. Pertemuan Terbatas
- h. Rapat umum
- i. Tatap muka dan dialog

2.2.2. Fungsi dan Tujuan Kampanye

Kampanye dilakukan dengan tujuan untuk menciptakan suatu efek tertentu kepada masyarakat dengan melalui proses komunikasi.

A. Fungsi Kampanye

Secara garis besar kampanye memiliki fungsi sebagai penyalur informasi bagi masyarakat, menurut Venus (2012, hal. 9) terdapat empat fungsi kampanye, yaitu sebagai berikut:

1. Sebagai sarana yang dapat merubah pola pikir masyarakat,
2. Menggugah kesadaran dan pendapat masyarakat terhadap suatu permasalahan tertentu,
3. Mengembangkan usaha dan membujuk khalayak untuk membeli produk yang dipasarkan
4. Membangun sebuah citra positif di masyarakat.

B. Tujuan Kampanye

Kampanye merupakan sebuah kegiatan yang dilakukan secara tersusun dan terencana, penyelenggara kampanye biasanya dilakukan oleh lembaga atau organisasi, oleh karena itu kampanye memiliki tujuan yang sangat beragam dan berbeda. Namun dalam secara umum tujuan kampanye adalah untuk menggugah suatu masalah tertentu dengan menyampaikan suatu gagasan atau pesan sehingga masyarakat dapat menyukai, simpati, peduli, dan mau melakukan tindakan sesuai dengan pesan yang dikampanyekan.

Apapun ragam dan tujuan kampanye yang ingin dicapai selalu melibatkan aspek pengetahuan (knowledge), sikap (attitude), perilaku (Behavioural). Menurut Ostergaard dalam Venus (2012, hal. 10), menyatakan bahwa ketiga aspek tersebut dikenal dengan istilah 3A yaitu *awareness*, *attitude*, dan *action*, dimana aspek

tersebut berkaitan dengan sebuah target of influence yang harus dicapai secara bertahap agar suatu kondisi perubahan yang ingin dicapai dapat tercipta. Dalam konsep Ostergaard terdapat beberapa tahapan yang harus dilakukan untuk mencapai suatu tujuan kampanye, antara lain:

1. Memunculkan kesadaran dari masyarakat tentang sebuah masalah untuk menarik perhatian dan memberikan informasi dari produk atau gagasan yang dikampanyekan.
2. Melakukan perubahan dalam ranah sikap untuk memunculkan rasa simpati, rasa suka, dan kepedulian mengenai masalah yang dikampanyekan.
3. Merubah perilaku masyarakat, yang dimana ada perubahan tindakan tertentu dari sasaran kampanye, yang dimana tindakan tersebut dapat dilakukan satu kali atau dapat berkelanjutan sehingga dapat merubah perilaku sasaran secara permanen

2.2.3. Pesan Kampanye

Kampanye bermula dari suatu gagasan yang nantinya akan dibentuk kedalam pesan yang disampaikan kepada khalayak. Pfau dan Perrot mengatakan dalam Venus (2012, hal. 71), bahwa dalam pembuatan pesan harus hati-hati agar tidak menciptakan boomerang effect yang dapat mengganggu tercapainya tujuan, oleh karena itu setiap kampanye hadir para perancang pesan yang sensitif dan kreatif, yang mampu mengidentifikasi karakteristik target dan memiliki kreativitas dalam menyusun pesan yang menjadi sasaran utama.

Pesan-pesan tersebut dapat disampaikan dalam berbagai bentuk mulai dari poster, spanduk, baliho (billboard), pidato, diskusi, iklan, hingga selebaran. Adapun bentuknya, pesan-pesan selalu menggunakan simbol, baik verbal maupun non verbal, yang diharapkan dapat memancing respons khalayak (Venus, 2009: 70).

Integritas suatu pesan itu sendiri akan dipengaruhi oleh semua hal yang menjadi penentu bahwa pesan itu ditanggapi secara baik atau tidak dilihat dari:

1. Format. Pesan harus disampaikan menggunakan kata-kata yang tepat, bahkan jenis huruf yang detail dan terperinci, sedangkan pesan yang serius

menggunakan huruf serif. Mungkin juga menggunakan bantuan visual yang tepat untuk pesan kampanye tersebut.

2. Tone (Nuansa). Pesan harus memberikan perhatian khusus terhadap suasana hati, yaitu suasana atau gaya yang ingin digambarkan yang tersirat dalam pesan tersebut.
3. Konteks. Konteks dalam pesan itu pun juga penting dalam mengundang tanggapan dari para audiens.
4. Waktu. Pesan yang hendak kita sampaikan hendaknya bersifat baru karena jika informasi tersebut sudah berlalu akan sia-sia.
5. Pengulangan. Hal ini membuat informasi lebih mudah diterima dan dicerna. Namun, hindari pengulangan yang membuat pesan tersebut menjadi tidak bernilai lagi (Gregory, 2014: 96-97).

Definisi-definisi di atas dapat disimpulkan bahwa pesan dapat berupa apapun bisa berupa kata-kata / ucapan maupun tulisan yang sama-sama memiliki tujuan adalah menyampaikan maksud itu sendiri secara efektif yang didukung dari cara penyampaian pesan.

2.2.4. Khalayak Kampanye

Menurut McQuail & Windahl (1993) mendefinisikan khalayak sasaran sebagai sejumlah besar orang yang pengetahuan, sikap dan perilakunya akan diubah melalui kegiatan kampanye.

Masa kini pun semua pelaku kampanye sudah menyadari bahwa khalayak sasaran kampanye adalah suatu yang vital saat ini. Pengetahuan tentang khalayak akan membimbing pelaku kampanye dalam merancang “pesan apa”, “untuk siapa”, disampaikan “melalui media apa” dan “siapa yang cocok untuk menyampaikannya”. Singkatnya pemahaman tentang khalayak akan menentukan bagaimana kampanye dilaksanakan dan apa hasil yang akan dicapai (Venus, 2009: 98).

Komunikasi adalah publik yang menjadi sasaran dalam komunikasi baik itu secara komunikasi langsung ataupun komunikasi tidak langsung. Secara langsung atau disebut tatap muka diklasifikasikan sebagai berikut:

- a. Komunikasi antarpersonal (*interpersonal communication*) adalah komunikasi antar komunikator dengan seorang komunikan yang dialogis, mudah, dan efektif untuk mempengaruhi dan mengubah sikap seseorang.
- b. Komunikasi kelompok (*group communication*), hampir menyerupai antarpersonal tapi melibatkan komunikan yang lebih banyak.
- c. Komunikasi media massa (*mass media communication*), yaitu komunikasi yang melalui media massa sebagai mediatornya dan sudah dijelaskan sebelumnya (Ruslan, 2008: 31-32).

Definisi di atas memberikan kesimpulan bahwa komunikan adalah suatu hal yang vital untuk diperhatikan secara tepat untuk mendapatkan hasil yang diinginkan keefektifan komunikasi kampanye dapat ditingkatkan secara signifikan

Komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih, dengan maksud mengubah tingkah mereka (Mulyana, 2007: 69). Komunikasi adalah proses pengiriman informasi, ide, dan sikap dari seseorang kepada orang lainnya. Dimana mereka berkomunikasi yang terdiri dari communicator, sebagai pemberi pesan, dan receiver sebagai penerima pesan (Wilcox, 2013: 170).

Kedua definisi di atas menyimpulkan bahwa komunikasi itu adalah sebuah proses dimana partisipannya membuat dan bertukar informasi dengan orang lainnya yang bertujuan untuk mendapatkan pemahaman pesan dan mengubah sikap penerima.

2.2.5. Media Kampanye

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), media adalah alat (sarana) komunikasi seperti koran, majalah, radio, televisi, film, poster, dan spanduk. Secara etimologi kata media merupakan bentuk jamak dari medium yang berasal dari Bahasa latin medius yang berarti tengah.

Dari kedua pengertian tersebut maka dapat disimpulkan bahwa media merupakan sebuah jembatan yang berfungsi untuk mengantarkan pesan atau informasi dari komunikator (pemberi pesan) ke komunikan (penerima pesan). Media juga dapat melipat gandakan informasi dan memiliki kemampuan untuk

mempersuasi target yang terkait dengan mempengaruhi sikap, pendapat, dan perilaku.

Menurut Mcquail dalam Venus (2012, hal. 84), ada beberapa jenis perubahan yang dapat terjadi karena penggunaan media, yaitu:

1. Dapat menyebabkan perubahan yang diinginkan atau tidak diinginkan.
2. Dapat menciptakan perubahan kecil.
3. Dapat memperlancar atau menghambat perubahan.
4. Dapat memperkuat apa yang sudah ada.

Media massa merupakan saluran utama dari kegiatan kampanye, tetapi ada hal lain yang menjadi keterbatasan dari institusi media, terkadang pesan tidak diterima oleh khalayak melalui media melainkan melalui orang lain yang menjadi sumber informasinya. Orang akan menjadikan media massa sebagai sumber informasinya bila menurutnya berguna dan sesuai dengan dirinya. Oleh karena itu untuk menciptakan kampanye yang efektif adalah dengan mengkombinasikan antara media massa dan melibatkan masyarakat secara langsung dalam proses kampanye agar efek yang ditimbulkan menjadi lebih kuat.

Menurut Venus (2012, hal. 92), efektivitas media kampanye dapat tercapai dengan:

1. Menggunakan banyak sumber untuk menjangkau khalayak.
2. Memasukan kegiatan kampanye kedalam komunitas yang lebih besar.
3. Tetap bersandar pada prinsip kesegeraan dalam meraih khalayak.

2.2.6. Regulasi Kampanye

Berdasarkan pasal 26 ayat 1 PKPU 11/2020 bahan kampanye adalah pakaian, penutup kepala, alat makan/ minum, kalender, kartu nama, pin, alat tulis, payung dan.atau stiker. Namun karena kondisi Covid-19 menyebabkan terdapat beberapa bahan tambahan dalam berkampanye ke masyarakat. Berdasarkan pasal 60 ayat 3 PKPU 10 Tahun 2020 terdapat beberapa bahan tambahan kampanye yaitu alat pelindung diri yang terdiri atas: masker, sarung tangan, pelindung wajah (face shield) dan/atau Cairan antiseptic berbasis alcohol (handsanitizer). Hal tersebut merupakan upaya yang dilakukan oleh pemerintah untuk menekan angka

penyebaran virus Covid-19 dengan membuat peraturan terkait kampanye ditengah pandemic (PKPU RI, 2020b).

Selain itu, berdasarkan pasal 88 C PKPU 13/2020 Kampanye yang dilarang pada masa pandemic covid-19 yaitu kegiatan kebudayaan berupa pentas seni, panen raya, dan/atau konser music, rapat umum, kegiatan olahraga berupa gerak jalan santai, dan/atau sepeda santai, kegiatan sosial berupa bazar, dan/atau donor darah, perlombaan, peringatan hari ulang tahun partai politik. (PKPU RI, 2020c).

2.3. Pandemi Covid-19 Dalam Konsep

WHO (*World Health Organization* atau Badan Kesehatan Dunia) telah resmi mendeklarasikan bahwa virus corona (Covid-19) sebagai pandemi pada tanggal 9 Maret 2020. Dalam hal ini, dapat diartikan bahwa virus corona telah menyebar meliputi area geografis yang luas di dunia. Jika merujuk kepada istilah, tentu menggambarkan bahwa istilah pandemi memang terkesan menakutkan. Namun, sebenarnya tidak ada kaitannya dengan tingkat keparahan penyakit maupun jumlah korban yang terinfeksi virus tersebut, melainkan lebih pada penyebarannya yang meluas.

Secara umum, virus corona memberikan gejala yang ringan atau sedang, seperti demam dan batuk, dan mayoritas dapat sembuh dalam beberapa minggu. Namun, untuk sebagian orang yang rentan dan berisiko tinggi (kelompok lanjut usia, orang dengan masalah kesehatan menahun seperti penyakit jantung, tekanan darah tinggi, atau diabetes), virus ini dapat menjadi masalah kesehatan yang serius. Yang mana, kebanyakan korban Covid-19 ini memang berasal dari kelompok rentan dan berisiko itu. Jika merujuk pada laman resmi Gugus Tugas Covid-19 Republik Indonesia, dijelaskan bahwa penting bagi semua orang untuk memahami cara mengurangi risiko, mengikuti perkembangan informasi dan tahu apa yang dilakukan bila mengalami gejala. Dengan demikian, kita bisa melindungi diri dan orang lain.

Faktor penentu keberhasilan menghadapi pandemi ini adalah tidak hanya karena adanya aturan sebagai legalitas dan kepastian hukum yang dikeluarkan oleh pemerintah, tetapi melainkan ada faktor lain seperti penegakan hukum, aspek

kepatuhan hukum dan partisipasi masyarakat, kesadaran masyarakat dalam mengikuti prosedur atau protokol kesehatan yang ditetapkan, dan sebagainya. Dalam penelitian ini, peneliti akan menghubungkan fokus penyelesaian Covid-19 dalam sektor politik, mengenai bagaimana upaya pemerintah dan penyelenggara pemilihan umum dalam menyukseskan penyelenggaraan Pilkada dibawah bayang-bayang pandemi Covid-19. Tentu saja, aspek pelaksanaan prosedur protokol kesehatan dalam pelaksanaan Pilkada Serentak 2020 menjadi fokus penting untuk mencegah terjadinya kluster penularan covid-19 dalam Pilkada Serentak 2020 ini.

Covid-19 atau *Corona Virus Disease* tahun 2019 merupakan penyakit menular yang disebabkan oleh coronavirus jenis baru. Coronavirus (CoV) adalah keluarga besar dari virus yang bisa menyebabkan berbagai gejala ringan hingga berat. Dari segi gejalanya, keluarga virus ini seringkali menyerang di sistem pernapasan manusia. Setidaknya, terdapat dua jenis coronavirus yang juga pernah menyerang masyarakat Indonesia dan kasus penyebarannya cukup tinggi, yakni *East Respiratory Syndrome Coronavirus* (SARS-CoV) dan *Severe Acute Respiratory Syndrome Coronavirus* (SARS-CoV). Dan akhir-akhir ini, muncul coronavirus baru yang dinamakan dengan penyakit COVID-19. Menurut WHO (2020) berdasarkan panduan Surveilans Global, definisi COVID-19 dapat diklasifikasikan menjadi tiga bagian yakni: (Handayani, 2020: 122-123)

1. Kasus terduga atau suspect case,
2. Kasus probable atau probable case, dan
3. Kasus terkonfirmasi atau pasien yang sudah terbukti positif melalui tes laboratorium.

Sementara di Indonesia definisi klasifikasi kasus COVID-19 ini dibedakan menjadi: (1) pasien dalam pengawasan atau PdP, (2) orang dalam pemantauan atau OdP, dan (3) orang tanpa gejala atau OTG (Kementerian Kesehatan RI, 2020).

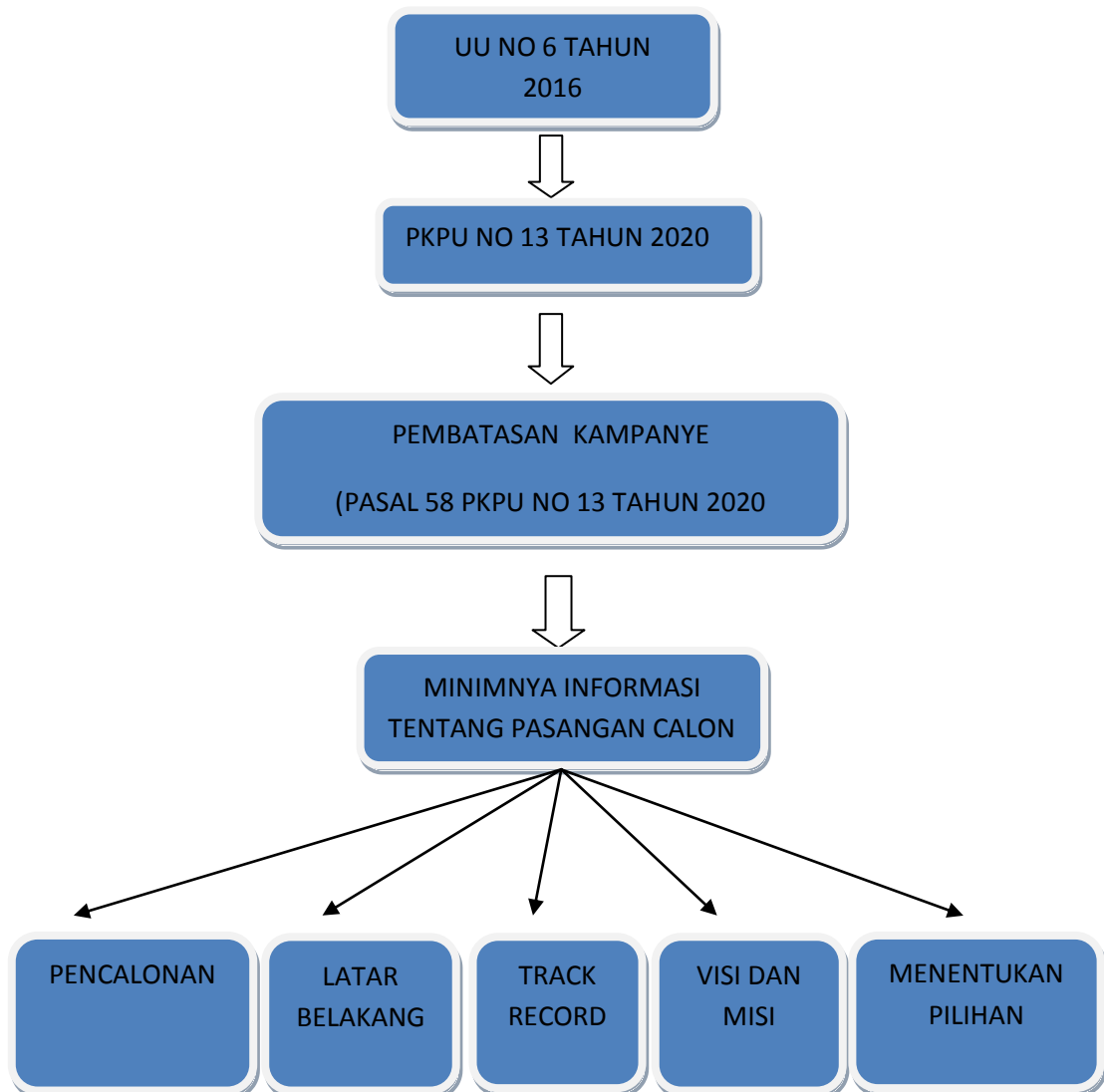
Menurut Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, adapun gejala umum yang akan dirasakan oleh penderita ketika terpapar COVID-19 adalah demam dengan suhu tubuh melebihi 38 derajat Celsius, timbul gejala batuk, sesak napas yang teramat hingga membutuhkan perawatan intens di rumah sakit.

Meskipun begitu, setiap gejala yang muncul akan berbeda bagi setiap penderita. Apalagi pada beberapa kasus, gejala bisa diperberat ketika penderita merupakan kalangan usia lanjut serta mempunyai riwayat klinis penyakit penyerta lainnya atau komplikasi penyakit lain misalnya, penyakit paru obstruktif menahun, diabetes, kolesterol tinggi, penyakit jantung. Pun penyebaran virus corona ini akan cepat mengenai seseorang ketika memiliki daya tahan tubuh yang lemah.

Selain perihal gejala, rupanya penyebaran COVID-19 atau virus corona ini tergolong sangat mudah. Salah satu penelitian menyebutkan bahwa dari 1 pasien positif bisa menularkan 3 orang di sekitarnya pada masa inkubasi (Salazar, 2020). Menurut Gugus Tugas Percepatan Penanganan COVID-19 (2020) dalam Ikfina (39: 2020) data pasien COVID-19 jika diklasifikasikan menurut jenis kelamin di Indonesia menunjukkan bahwa jumlah pasien laki-laki yang terinfeksi kasus virus corona lebih tinggi jika dibandingkan dengan perempuan. Begitupun dengan penelitian lainnya yang dilakukan oleh Begley (2020) dalam Ikfina (40: 2020) bahwa adanya kerentanan yang dihadapi oleh laki-laki berkaitan dengan adanya pola pergerakan pihak laki-laki yang lebih banyak dan tinggi berada di luar rumah daripada pihak perempuan yang lebih terbatas. Ditambah, selama masa pandemi ini, jika dibandingkan dengan laki-laki, perempuan lebih disiplin dalam menjalani protokol kesehatan seperti menerapkan physical distancing, rajin mencuci tangan, dan menggunakan masker dibandingkan dengan laki-laki.

2.4. Kerangka Berfikir

Gambar 2.1
Kerangka Berfikir



2.5. Hipotesis Kajian

Hipotesis merupakan suatu ide untuk mencari fakta yang dikumpulkan. Hipotesis adalah sesuatu pernyataan sementara atau dengan yang paling memungkinkan yang masih harus dicari kebenarannya. Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

1. Pembatasan kampanye berpengaruh terhadap keterbatasan informasi yang diterima masyarakat tentang latar belakang pasangan calon dalam Pilkada Kabupaten Karo Tahun 2020.
2. Pembatasan kampanye berpengaruh terhadap keterbatasan informasi yang diterima masyarakat tentang track record pasangan calon dalam Pilkada Kabupaten Karo Tahun 2020.
3. Pembatasan kampanye berpengaruh terhadap keterbatasan informasi yang diterima masyarakat tentang visi dan misi pasangan calon dalam Pilkada Kabupaten Karo Tahun 2020.
4. Pembatasan kampanye berpengaruh terhadap keterbatasan informasi yang diterima masyarakat tentang pencalonan dalam Pilkada Kabupaten Karo Tahun 2020.
5. Pembatasan kampanye berpengaruh menyebabkan masyarakat dilema dalam menentukan pilihan dalam Pilkada Kabupaten Karo Tahun 2020.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Metode dan Jenis Penelitian

Dalam penyusunan penelitian ini penulis menggunakan metode deskriptif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang digunakan apabila hasil penelitian baik berupa objek/ fenomena yang akan dideskripsikan atau digambarkan ke dalam bahasa (Manurung, 2018: 37).

Termasuk didalamnya bagaimana unsur-unsur yang ada dalam variabel penelitian itu berinteraksi satu sama lain dan apa pula produk interaksi yang berlangsung (Siagian, 2011: 52). Melalui penelitian deskriptif kuantitatif, penulis ingin membuat gambaran menyeluruh tentang Dampak Pembatasan Kampanye Terhadap Keterbatasan Informasi Pasangan Calon di Kabupaten Karo pada Pilkada tahun 2020.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan menggunakan analisis deskriptif. Sugiyono (2013) menyatakan bahwa penelitian menggunakan metode penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang mempunyai data berupa angka-angka dan analisisnya juga menggunakan statistik. Sedangkan analisis deskriptif merupakan penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan, atau penghubung dengan variabel lain. Dalam penelitian ini yang diteliti adalah Dampak Pembatasan Kampanye Terhadap Keterbatasan Informasi Pasangan Calon di Kabupaten Karo pada Pilkada tahun 2020. Untuk mengetahui dampaknya diperlukan skor berupa angka-angka yang menentukan dampak yang mempengaruhinya. Skor tersebut diperoleh dari jawaban masyarakat Kabupaten Karo pada kuisioner. Analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan Dampak Pembatasan Kampanye Terhadap Keterbatasan Informasi Pasangan Calon di Kabupaten Karo pada Pilkada tahun 2020

3.2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini berlangsung di Kabupaten Karo yang dilakukan dengan studi lapangan pada lokasi penelitian. Selain itu, untuk mengakuratkan analisis penelitian juga dilakukan di Kantor Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kabupaten Karo yaitu untuk mengambil data dan informasi Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) tahun 2020.

3.3. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua, yaitu:

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari responden yang terpilih pada lokasi penelitian. Data primer diperoleh dengan memberikan daftar pertanyaan ataupun kuesioner yang dibagikan kepada responden.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder. Sumber data sekunder dapat membantu memberi keterangan, atau data pelengkap. Pengumpulan data sekunder dilakukan dengan melakukan studi pustaka atau yang lainnya yang relevan dengan masalah yang diteliti.

Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan cara mengumpulkan data berdasarkan temuan di lapangan (primer) melalui angket/ kuesioner dan menggunakan data sekunder sebagai studi pustaka. Angket/ kuesioner adalah teknik pengumpulan data dengan menyerahkan daftar pertanyaan untuk diisi oleh responden (Hasan, 2002: 83). Pada penelitian ini skala pengukuran angket/ kuesioner yang digunakan adalah Skala Likert. Skala Likert terdiri dari pilihan jawaban Sangat Tahu (ST), Tahu (T), Ragu-ragu (RG), Tidak Tahu (TT), dan Sangat Tidak Tahu (STT).

Tabel 3.1
Pengukuran Skala Likert

No.	Jawaban	Skor
1	Sangat Tahu (ST)	4
2	Tahu (T)	3
3	Tidak Tahu (TT)	2
4	Sangat Tidak Tahu (STT)	1

3.4. Populasi dan Sampel

Secara sederhana, populasi dapat didefinisikan sebagai sekumpulan benda, peristiwa, objek, ataupun individu yang akan dikaji pada suatu penelitian (Siagian, 2011: 155). Populasi adalah wilayah generalisasi yang terjadi dari objek atau subjek yang menjadi kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi sangat berkenaan dengan data dan merupakan totalitas semua nilai yang mungkin, baik hasil hitung maupun pengukuran kuantitatif dan kualitatif pada karakteristik tertentu mengenai sekumpulan objek yang lengkap.

Pemilih yang selanjutnya dianggap sebagai populasi dalam pemilihan kepala daerah yakni masyarakat dengan usia minimal 17 tahun. Berdasarkan data yang diperoleh, Daftar Pemilihan Tetap (DPT) KPU Asahan pada Pilkada tahun 2020 ditetapkan sebanyak 509.511 jiwa.

Sampel dapat didefinisikan sebagai sebagian dari populasi yang dipilih dengan menggunakan prosedur tertentu sehingga diharapkan bisa mewakili populasi. Dalam penelitian ini, penulis menentukan sampel dengan menggunakan rumus Slovin dengan presisi 10%, yakni (Martono, 2010: 66):

$$n = \frac{N}{N(d)^2 + 1}$$

Keterangan:

n : jumlah sampel

N : jumlah populasi

d : presisi 10% (derajat kepercayaan 90%)

Berdasarkan rumus di atas, maka dapat diketahui sampel penelitian ini adalah:

$$n = \frac{N}{N(d)^2 + 1}$$

$$n = \frac{270.719}{270.719(0,01)^2 + 1}$$

$$n = 199,9630 \text{ dibulatkan } 200$$

3.5. Definisi Operasional Variabel

Defenisi Operasional Variabel adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari obyek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Defenisi operasional variabel yang akan digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3.2

Defenisi Operasioanal Variabel

Variabel	Defenisi Operasional Variabel	Dimensi	Indikator Variabel	Skala Pengukuran
Pembatasan Kampanye	Pembatasan kampanye yang dilakukan oleh KPU Kota Binjai	Pembatasan	Pembatasan Jumlah Peserta Kampanye Pembatasan	Skala Likert
			Waktu	

	dalam Pilkada Kota Binjai Tahun 2020		Kampanye Pembatasan Tempat Kampanye Pembatasan	
			Jumlah/Besar Bingkisan Kampanye	
Informasi Yang Diterima Masyarakat	Informasi Yang Diterima Masyarakat tentang pasangan calon pada Pilkada Kota Binjai Tahun 2020	Informasi	Informasi Tentang Latar Belakang Calon Informasi	Skala Likert
			Tentang Track Record Calon	
			Informasi Tentang Visi dan Misi Calon Informasi Pencalonan Menentukan Pilihan	

3.6. Teknik Analisis Data

Penelitian ini bersifat asosiatif dengan tujuan mencari hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya dengan menggunakan analisa kuantitatif. Dalam penelitian ini digunakan pendekatan kuantitatif, data yang terkumpul dikelompokkan menurut kebutuhan, untuk melihat data-data yang bisa mempengaruhi dan berpengaruh terhadap objek yang diteliti, dengan langkah-langkah sebagaimana yang dikemukakan Nasution (2008):

a. Reduksi Data

Data yang didapat dari lapangan masih berbentuk uraian atau laporan yang terperinci yang akan terasa sulit bila tidak direduksi, dirangkum hal-hal pokok,

difokuskan pada hal-hal yang penting untuk dicari polanya. Jadi laporan lapangan sebagai bahan mentah disingkat, direduksi lebih sistematis sehingga lebih mudah dikendalikan.

b. Display Data

Untuk dapat melihat secara keseluruhan pada bagian-bagian tertentu pada penelitian dengan menggunakan tabel, grafik penelitian dan peta agar penulis dapat menguasai data.

c. Pengambilan Keputusan dan Verifikasi

Penulis mencari makna data yang dikumpulkan. Untuk itu peneliti mencari pola, tema, persamaan, hal-hal yang sering timbul, hipotesis dan lain sebagainya. Dari data yang diperoleh sejak mulanya diambil kesimpulan. Kesimpulan itu mula-mula relatif, kabur, diragukan akan tetapi dengan bertambahnya data maka kesimpulan itu menjadi lebih tepat dalam penyelesaian masalah dan penyelesaian cara bertindak.

Dalam menganalisis, peneliti mula-mula mengumpulkan data kuesioner yang telah disebarkan kepada responden, kemudian peneliti menghitung satu persatu dan mengklasifikasi kuesioner itu sehingga diketahui berapa jumlah persentase yang dihasilkan. Setelah itu, peneliti memadukan hasil kuesioner dengan menggunakan analisa kuantitatif dan dibantu dengan menggunakan teori yang bersangkutan dengan permasalahan yang diteliti.

3.7. Teknik Pengujian Instrumen

3.7.1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner (Ghozali. 2009). Kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Pengujian validitas instrumen dimaksudkan untuk mendapatkan alat ukur yang shahih dan terpercaya. Untuk mengetahui validitas angket digunakan nilai hasil angket yang disusun oleh peneliti. Dalam penelitian ini setiap butir item

diuji validitasnya dengan rumus korelasi *product moment* dari Pearson dengan angka kasar, yaitu sebagai berikut (Arikunto, 2010: 213):

$$r_{xy} = \frac{N \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{N \sum x^2 - (\sum x)^2\} \{N \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan:

r_{xy} : Koefisien korelasi antara variable x dan y

X: Nilai masing-masing item

Y: Nilai total

$\sum xy$: Jumlah perkalian antara variable x dan y

$\sum x^2$: Jumlah kuadrat variable X

$\sum y^2$: Jumlah kuadrat variable Y

N: Jumlah subjek

Dengan nilai signifikan (α) = 5%, setiap butir pernyataan dinyatakan valid apabila nilai $r_{hitung} > r_{table}$. Namun sebaliknya, jika nilai $r_{hitung} < r_{table}$, maka item soal tersebut dinyatakan tidak valid.

3.7.2. Uji Reliabilitas

Menurut Arikunto (2010: 221), reliabilitas menunjuk pada satu pengertian bahwa suatu instrument cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrument tersebut sudah baik. Pengujian reabilitas dengan teknik *alpha* dilakukan untuk jenis data angket atau bentuk uraian. Adapun rumus *alpha* sebagai berikut (Arikunto, 2010: 231):

$$r_{11} = \left(\frac{k}{(k-1)} \right) \left(\frac{V_t - \sum pq}{V_t} \right)$$

Keterangan:

r_{11} : Reliabilitas instrument

k: Banyakny butir pertanyaan

V_t : Varians total

p: Proporsi subjek yang menjawab benar pada sesuatu butir

q: Proporsi subjek yang menjawab salah pada sesuatu butir

Dalam bukunya, Sujarweni (2014) menjelaskan bahwa uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir atau item pertanyaan dalam kuesioner penelitian. Adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji reliabilitas adalah sebagai berikut:

- a) Jika nilai Cronbach's Alpha $> 0,60$ maka kuesioner dinyatakan reliable atau konsisten.
- b) Sementara sebaliknya, jika nilai Cronbach's Alpha $< 0,60$ maka kuesioner dinyatakan tidak reliable atau tidak konsisten.

3.8. Uji Asumsi Klasik

3.8.1. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah pengujian tentang kenormalan distribusi data. Penggunaan uji normalitas karena pada analisis statistik parametik, asumsi yang harus dimiliki oleh data adalah bahwa data tersebut harus terdistribusi secara normal. Maksud data terdistribusi secara normal adalah bahwa data akan mengikuti bentuk distribusi normal (Ashari P. B., 2005:231).

Uji normalitas bisa dilakukan dengan dua cara. Yaitu dengan "*Normal P-P Plot*" dan "*Tabel Kolmogorov Smirnov*". Sumbu diagonal grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya. Dasar pengambilan keputusan:

- a. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- b. Jika data menyebar jauh garis diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas (Ghozali, 2007:110- 112).

Dasar pengambilan keputusan Uji normalitas dengan "*Tabel Kolmogorov Smirnov*"

- a. Jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka nilai residual terdistribusi secara normal.
- b. Jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka nilai residual tidak terdistribusi secara normal.

3.8.2. Uji Heteroskedastitas

Pengujian ini digunakan untuk melihat apakah variabel pengganggu mempunyai varian yang sama atau tidak. Heteroskedastisitas mempunyai suatu keadaan bahwa varian dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain berbeda (Ghozali, 2007:70).

Pada penelitian ini uji heteroskedastisitas dilakukan dengan dua cara yaitu dengan metode *Glejser* dan dengan metode *Scatter Plot*. Apabila nilai signifikansi antara variabel independen dengan absolut residual lebih besar dari $> 0,05$ maka tidak terjadi masalah Heteroskedastisitas. Dan gambar *Scatter Plot* dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas apabila memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

- a. Titik-titik data menyebar di atas atau di sekitar angka 0
- b. Titik-titik tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja
- c. Penyebaran titik-titik data tidak membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali.
- d. Peyebaran titik-titik data tidak berpola.

3.8.3. Uji Linieritas

Uji linieritas bertujuan untuk menguji apakah keterkaitan antara dua variabel yang bersifat linier. Perhitungan linieritas digunakan untuk mengetahui prediktor data peubah bebas berhubungan secara linier atau tidak dengan peubah terikat. Uji linieritas dilakukan dengan menggunakan analisis variansi terhadap garis regresi yang nantinya akan diperoleh nilai F_{hitung} .

Nilai F yang diperoleh kemudian dikonsultasikan dengan Nilai F_{tabel} pada taraf signifikan 5%. Kriterianya apabila nilai F_{hitung} lebih kecil atau sama dengan F_{tabel} pada taraf signifikan 5% maka hubungan antara variabel bebas dikatakan linier. Sebaliknya, apabila F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} pada , maka hubungan variabel bebas terhadap variabel terikat tidak linier (Burhan Nurgiyantoro, 2012:296).

3.9. Uji Hipotesis

3.9.1. Uji T Parsial

Peneliti pada penelitian ini menggunakan uji t untuk mengetahui pengaruh antara satu variabel independen (parsial) terhadap variabel independen. Dengan menggunakan dua ketentuan yaitu:

1. Dengan membandingkan t hitung dan t tabel.
 - a. Apabila $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$, maka ada pengaruh antara variabel X masing-masing dengan variabel Y. (H_0 ditolak dan H_1 diterima).
 - b. Apabila $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$, maka tidak ada pengaruh antara variabel X masing-masing dengan variabel Y. (H_0 diterima dan H_1 ditolak).

Cara mencari t tabel adalah dengan menggunakan rumus:

$$t_{\text{tabel}} = t(a/2 ; n-k-1)$$

a = Tingkat Kepercayaan 0,05

n = Jumlah Responden

k = Jumlah Variabel Independen

$$t_{\text{tabel}} = t(a/2 ; n-k-1)$$

$$= t(0,025 ; 100-3-1)$$

$$= t(0,025 ; 96)$$

$$= 1,98498 = 1,985$$

Jadi t tabel untuk penelitian ini adalah 1,985 ini diperoleh dari rumus di atas dengan melihat distribusi nilai t tabel statistik.

2. Dengan menggunakan angka signifikansi

- a. Apabila angka signifikansi $< 0,05$ maka H_1 diterima dan H_0 ditolak.
- b. Apabila angka signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

3.9.2. Uji Determinasi R

Penulis pada penelitian ini menggunakan uji determinasi untuk mengetahui seberapa jauh suatu model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi adalah di antara nol dan satu. Apabila nilainya mendekati nol berarti kemampuan variabelvariabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2007:97).

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Kabupaten Karo

Secara Geografis letak Kabupaten Karo berada diantara 2,500–3,190 Lintang Utara dan 97,550–98,380 Bujur Timur dengan luas 2.127,25 Km² atau 2,97 persen dari luas Propinsi Sumatera Utara. Kabupaten Karo terletak pada jajaran Bukit Barisan dan sebagian besar wilayahnya merupakan dataran tinggi. Dua gunung berapi aktif terletak di wilayah ini sehingga rawan vulkanik.

Wilayah Kabupaten Karo berada pada ketinggian 200 – 1.500 M di atas permukaan laut. Ada pun batas wilayah Kabupaten Karo sebagai berikut:

- ❖ Sebelah utara berbatasan dengan Kabupaten Langkat dan Kabupaten Deli Serdang,
- ❖ Sebelah selatan dengan Kabupaten Dairi dan Kabupaten Samosir,
- ❖ Sebelah timur dengan Kabupaten Deli Serdang dan Kabupaten Simalungun
- ❖ Sebelah barat dengan Propinsi Nangroe Aceh Darusalam.

Ibukota kabupaten karo adalah kabanjahe, dengan luas sebesar 44,65 km². Kecamatan terluas di kabupaten karo adalah kecamatan mardinding dengan persentase luas sebesar 12,56%. Sementara kecamatan terkecil yang ada di kabupaten karo adalah berastagi dengan persentase luas sebesar 1,43%. Wilayah tertinggi di kabupaten karo terletak pada kecamatan naman teran, sedangkan wilayah terendahnya terletak di kecamatan laubaleng.

Tabel 4.1
Luas Daerah dan Ibukota Menurut Kecamatan di Kabupaten Karo pada Tahun 2020

No.	Kecamatan	Ibukota Kecamatan	Luas Total Area (km ² /sq.km)	Persentase terhadap Luas Kabupaten
1	Mardinding	Mardinding	267,11	12,56

2	Laubaleng	Laubaleng	252,60	11,87
3	Tigabinanga	Tigabinanga	160,38	7,54
4	Juhar	Perangin-angin	218,56	10,27
5	Munte	Munte	125,64	5,91
6	Kutabuluh	Kutabuluh	195,70	9,20
7	Payung	Payung	47,24	2,22
8	Tiganderket	Tiganderket	86,76	4,08
9	Simpang Empat	Ndokum Siroga	93,48	4,39
10	Naman Teran	Naman	87,82	4,13
11	Merdeka	Merdeka	44,17	2,08
12	Kabanjahe	Kabanjahe	44,65	2,10
13	Berastagi	Berastagi	30,50	1,43
14	Tigapanah	Tigapanah	186,84	8,78
15	Dolat Rayat	Dolat Rayat	32,25	1,52
16	Merek	Garingging	125,51	5,90
17	Barusjahe	Barusjahe	128,04	6,02
	Karo	Kabanjahe	100	100

Sumber: BPS, Kabupaten Karo Dalam Angka 2021

Secara Administrasi Kabupaten Karo terdiri dari 17 Kecamatan dan 269 Desa / kelurahan (259 Desa dan 10 Kelurahan). Pusat Pemerintahan Kabupaten Karo berada di Kabanjahe. Dari 5 Daerah Pemilihan, 35 orang telah terpilih menjadi Anggota DPRD Kabupaten Karo dengan dominasi laki-laki. 8 orang diantaranya berasal dari Partai Demokrasi Perjuangan Indonesia, 5 orang berasal dari Partai Gerakan Indonesia Raya, dan sisanya berasal dari Partai Nasional Demokrat, Partai Golongan Karya, Partai Demokrat, Partai Amanat Nasional, Partai Hati Nurani Rakyat, Partai Keadilan dan Persatuan Indonesia dan Partai Persatuan Indonesia.

Tabel 4.2
Jumlah Anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Menurut Partai Politik
dan Jenis Kelamin di Kabupaten Karo Tahun 2020

No	Partai Politik	Laki-Laki	Perempuan	Jumlah
1	Partai Nasional Demokrat	2	2	4
2	Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan	4	4	8
3	Partai Golongan Karya	4	0	4
4	Partai Gerakan Indonesia Raya	4	1	5
5	Partai Demokrat	1	2	3
6	Partai Amanat Nasional	3	0	3
7	Partai Hati Nurani Rakyat	3	0	3
8	Partai Keadilan dan Persatuan Indonesia	2	0	2
9	Partai Persatuan Indonesia	2	0	2
	Jumlah Total	25	10	35

Sumber: BPS, Kabupaten Karo Dalam Angka 2021

Menurut hasil Sensus Penduduk tahun 2020, Jumlah Penduduk Kabupaten Karo pada tahun 2020 adalah 404.998 jiwa. Penduduk Kabupaten Karo paling banyak mendiami kecamatan Berastagi, sementara kecamatan yang paling sedikit penduduknya adalah kecamatan Dolat Rayat. Jika dibandingkan dengan luas wilayah Kabupaten Karo, kepadatan penduduk Kabupaten Karo pada tahun 2020 sebesar 190 jiwa/Km².

Tabel 4.3
Jumlah Penduduk, Distribusi Persentase Penduduk, Kepadatan Penduduk,
Rasio Jenis Kelamin Penduduk Menurut Kecamatan di Kabupaten Karo
Tahun 2020

No.	Kecamatan	Jumlah Penduduk	Persentase Penduduk	Rasio Jenis Kelamin
1	Mardingding	19.954	4,93	100,02
2	Laubaleng	20.652	5,10	96,63

3	Tigabinanga	22.395	5,53	98,87
4	Juhar	14.787	3,65	98,38
5	Munte	22.909	5,66	96,31
6	Kutabuluh	12.602	3,11	94,99
7	Payung	12.249	3,02	94,46
8	Tiganderket	14.555	3,59	95,95
9	Simpang Empat	21.355	5,27	97,11
10	Naman Teran	14.622	3,61	98,37
11	Merdeka	15.580	3,85	98,80
12	Kabanjahe	73.581	18,17	98,40
13	Berastagi	48.244	11,91	99,79
14	Tigapanah	34.263	8,46	95,92
15	Dolat Rayat	9.848	2,43	97,79
16	Merek	22.746	5,62	100,72
17	Barusjahe	24.656	6,09	95,34
	Kabupaten Karo	404.998	100	97,80

Sumber: BPS, Kabupaten Karo Dalam Angka 2021

Menurut Departemen Agama Kabupaten Karo, pada tahun 2020 ada terdapat sebanyak 229 Mesjid, dan sebanyak 766 Gereja Protestan, Gereja Katolik 149, Pura 6, Vihara 4, dan Klenteng 1 buah Sedangkan penduduk yang menganut agama islam berjumlah 104.860, penduduk yang menganut agama protestan berjumlah 235.616 serta 61.051 penduduk menganut agama katolik.

Tabel 4.4
Jumlah Penduduk Menurut Kecamatan dan Agama yang Dianut di
Kabupaten Karo Tahun 2020

No.	Kecamatan	Islam	Protestan	Katolik	Hindu	Buddha	Lainnya
1	Mardingding	4 657	11 924	3 313	12	0	83
2	Laubaleng	5 522	12 502	2 597	1	1	106
3	Tigabinanga	7 230	11 468	3 612	3	0	139

4	Juhar	2 061	8 566	4 798	33	1	97
5	Munte	5 144	14 240	3 678	1	5	201
6	Kutabuluh	2 738	8 386	1 451	35	1	63
7	Payung	3 556	6 492	2 652	3	0	60
8	Tiganderket	5 876	8 199	1080	9	0	28
9	Simpang Empat	5 525	15 472	1 733	0	1	51
10	Naman Teran	6 398	7 046	1 029	0	0	37
11	Merdeka	5 405	8 149	1 744	0	0	37
12	Kabanjahe	21 181	40 317	8 388	29	838	133
13	Berastagi	20 068	21 337	4 448	10	751	177
14	Tigapanah	3 876	23 677	7 195	0	17	50
15	Dolat Rayat	2 089	6 273	1 285	0	17	6
16	Merek	1 260	16 465	4 427	1	8	53
17	Barusjahe	2 274	15 103	7 621	1	0	88
	Kabupaten Karo	104 860	235 616	61 051	138	1 640	1 409

Sumber: BPS, Kabupaten Karo Dalam Angka 2021

4.2. Kondisi Perekonomian Kabupaten Karo

PDRB Kabupaten Karo atas dasar harga berlaku (ADHB) pada tahun 2020 mencapai 20,974,57 miliar rupiah, sedangkan PDRB atas dasar harga konstan (ADHK) sebesar 14,261,47 miliar rupiah. Selama lima tahun terakhir menunjukkan pertumbuhan yang melambat, pada tahun 2017 – 2018 menunjukkan pertumbuhan yang melambat, namun pada tahun 2018 hingga 2019 pertumbuhannya mengalami akselerasi dan terkontraksi pada tahun 2020.

Struktur Lapangan Usaha sebagian Masyarakat Kabupaten Karo terlihat dari lapangan usaha Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan. Hal tersebut terlihat

dari besaran peranan lapangan usaha Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan terhadap pembentukan PDRB Kabupaten Karo dalam 5 (lima) tahun terakhir. Sumbangan terbesar pada tahun 2020 masih dihasilkan oleh lapangan usaha Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan yaitu sebesar 53,72 persen; diikuti oleh Perdagangan Besar dan Eceran; Reparasi Mobil dan Sepeda Motor sebesar 10,57 persen ; Konstruksi sebesar 7,43 persen ; Administrasi Pemerintahan, Pertahanan dan Jaminan Sosial Wajib sebesar 6,12 persen; dan. Sementara peranan lapangan usaha yang lainnya masih di bawah 6 (enam) persen.

Tabel 4.5
Peranan PDRB Kabupaten Karo Menurut Lapangan Usaha (Persen),
2016—2020

NO	Lapangan Usaha/Industri	2106	2017	2018	2019	2020
1	Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan	55,04	54,95	54,17	53,27	53,72
2	Pertambangan dan Penggalian	0,23	0,22	0,23	0,22	0,21
3	Industri Pengolahan	3,37	3,54	3,66	3,71	3,71
4	Pengadaan Listrik dan Gas	0,07	0,07	0,07	0,07	0,07
5	Pengadaan Air, Pengolahan Sampah, Limbah dan Daur Ulang	0,08	0,08	0,08	0,08	0,08
6	Konstruksi	7,13	7,31	7,47	7,62	7,43
7	Perdagangan Besar dan Eceran; Reparasi Mobil dan Sepeda Motor	10,38	10,51	10,51	10,75	10,57
8	Transportasi dan Pergudangan	4,63	4,42	4,55	4,61	4,52
9	Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum	2,60	2,54	2,58	2,63	2,56
10	Informasi dan Komunikasi	0,71	0,72	0,75	0,76	0,79
11	Jasa Keuangan dan Asuransi	1,38	1,35	1,37	1,38	1,35
12	Real Estat	3,32	3,35	3,40	3,47	3,50
13	Jasa Perusahaan	0,20	0,20	0,21	0,21	0,20
14	Administrasi Pemerintahan, Pertahanan dan Jaminan Sosial Wajib	5,91	5,88	5,99	6,09	6,12

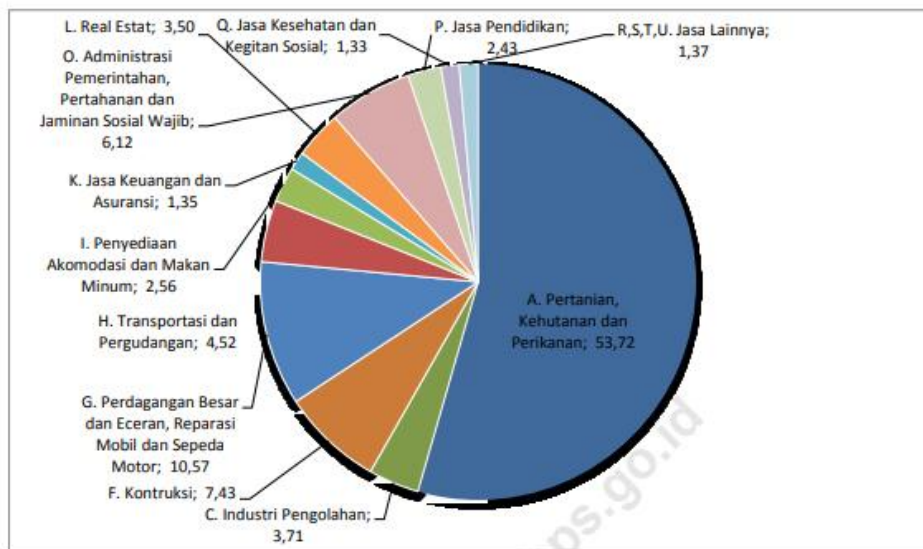
15	Jasa Pendidikan	2,34	2,29	2,34	2,43	2,43
16	Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial	1,29	1,26	1,29	1,31	1,33
17	Jasa lainnya	1,31	1,32	1,35	1,39	1,37
18	PDRB	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Sumber: BPS, PDRB Kabupaten Karo Tahun 2020

Lapangan usaha Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan memberi kontribusi terbesar terhadap PDRB pada tahun 2020 sebesar 53,72 persen. Sementara kontribusi lapangan usaha Pengadaan Air, Pengelolaan Sampah, Limbah dan Daur Ulang serta lapangan usaha Pengadaan Listrik dan Gas memberi kontribusi terkecil terhadap PDRB, yaitu masing – masing bernilai sebesar 0,08 persen dan 0,07 persen.

Gambar 4.1

Peranan PDRB Kabupaten Karo Menurut Lapangan Usaha Tahun 2020 (Persen)



4.3. Karakteristik Umum Responden

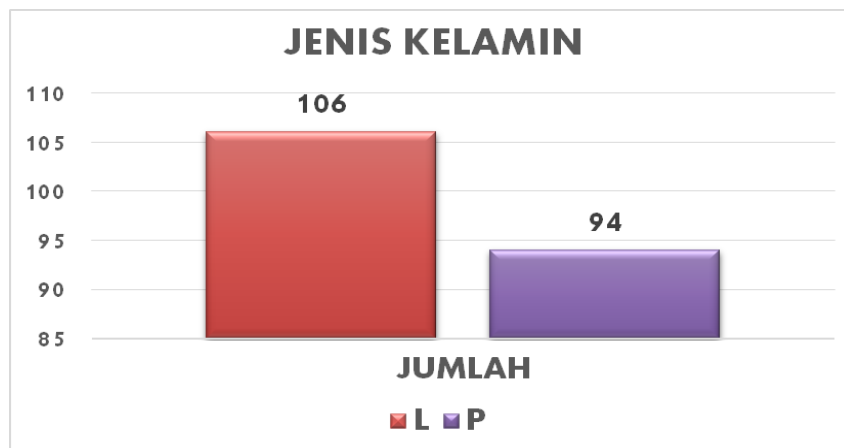
Penelitian ini telah dilaksanakan pada bulan April 2021, dengan cara menyebar kuesioner (Lampiran) ke beberapa responden. Berdasarkan kerangka berpikir metode penelitian, dimana menggunakan ketetapan rumus Slovin dalam

menghitung populasi sampel ditetapkan sebanyak 200 sampel penelitian dengan alpha 10% (derajat kepercayaan 90%). Pada bagian ini, penulis kemudian menjabarkan karakteristik umum dari para responden yang telah dijadikan objek berdasarkan jawaban responden pada lembar kuesioner.

4.3.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat ditunjukkan pada gambar berikut ini:

Gambar 4.2
Jenis Kelamin Responden



Berdasarkan karakteristik jenis kelamin responden pada gambar di atas, terlihat bahwa responden laki-laki sebanyak 106 orang dengan presentase 53% dan responden perempuan yaitu sebanyak 94 orang dengan presentase sebesar 49%. Dengan presentase pria sebanyak 53% menunjukkan bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini adalah pria.

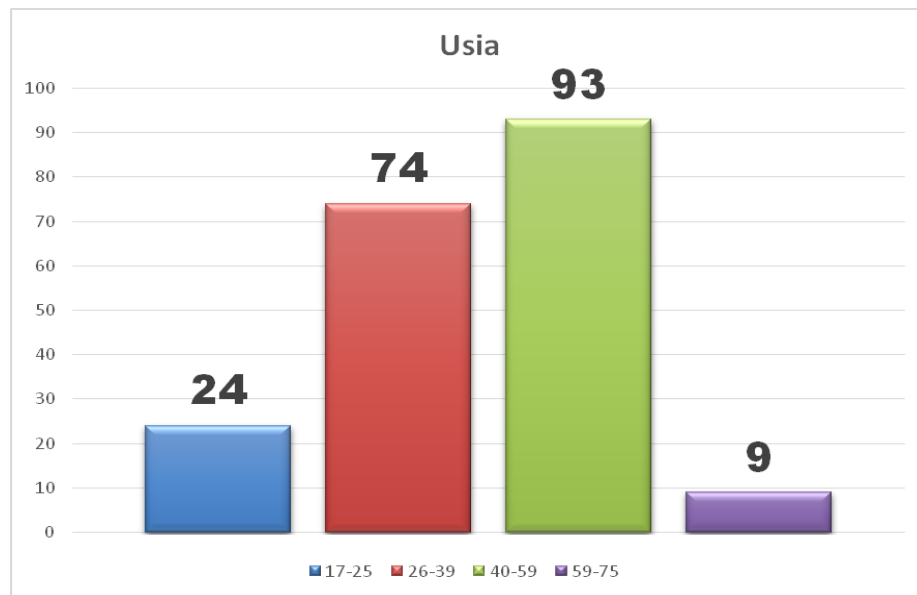
4.3.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Adapun umur responden yang boleh mengisi kuesioner adalah minimal 17 tahun dan maksimal adalah 75 tahun. Penentuan ini berdasarkan usia terendah masyarakat yang diperbolehkan untuk turut serta memilih adalah 17 tahun. Pembatasan usia maksimal 75 tahun adalah berdasarkan analisis peneliti bahwa responden dengan usia ini masih sanggup melaksanakan interaksi (komunikasi)

dengan baik, meskipun masih terdapat beberapa kendala di lapangan terkait responden dengan usia maksimal tersebut.

Keragaman responden berdasarkan usia dapat ditunjukkan pada gambar berikut ini:

Gambar 4.3
Usia Responden



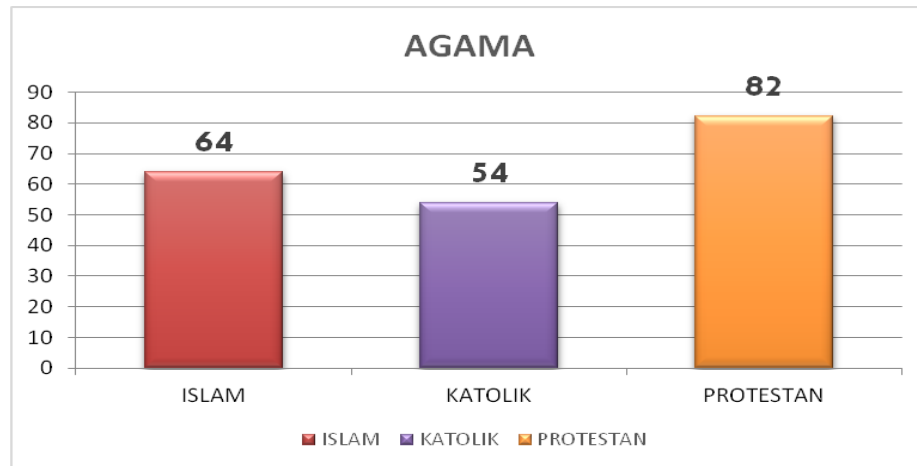
Berdasarkan gambar di atas, usia responden diklasifikasikan kepada 4 kategori dan memperoleh hasil sebagai berikut: 17 – 25 tahun (24 orang/12%), 26 – 39 tahun (74 orang/ 37%), 40 – 59 tahun (93 orang/ 46.50%), dan 60 – 75 tahun (9 orang/ 4.50%).

4.3.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Agama

Klasifikasi pertanyaan terkait agama responden mengacu pada Undang-undang No 1 Tahun 1965 yang menjelaskan agama yang diakui di Indonesia ada enam, yakni: Islam, Kristen (Protestan), Katolik, Hindu, Budha, dan Konghuchu.

Keragaman responden berdasarkan agama dapat ditunjukkan pada gambar berikut ini:

Gambar 4.4
Agama Responden

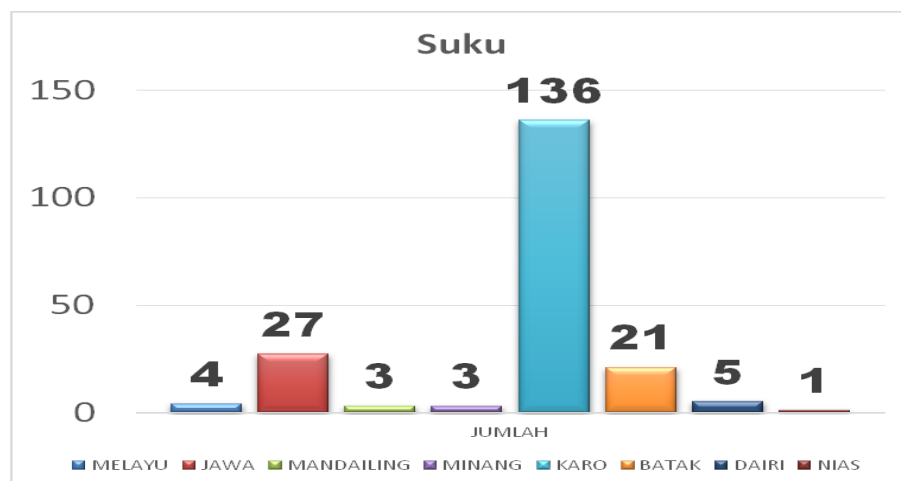


Dari gambar di atas dapat dilihat bahwa dari total 200 responden sebanyak 64 orang beragama Islam, 82 orang beragama Protestan, 54 orang beragama Katolik, dan tidak ada untuk penganut Hindu, Buddha dan Konghucu.

4.3.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Suku

Mengingat Indonesia adalah negara yang multi etnis, keragaman suku menjadi salah satu bagian yang ikut mempengaruhi pilihan politik. Oleh karenanya, suku responden menjadi salah satu pertanyaan yang kami ajukan. Keragaman responden berdasarkan suku dapat ditunjukkan pada gambar di bawah ini:

Gambar 4.5
Suku Responden

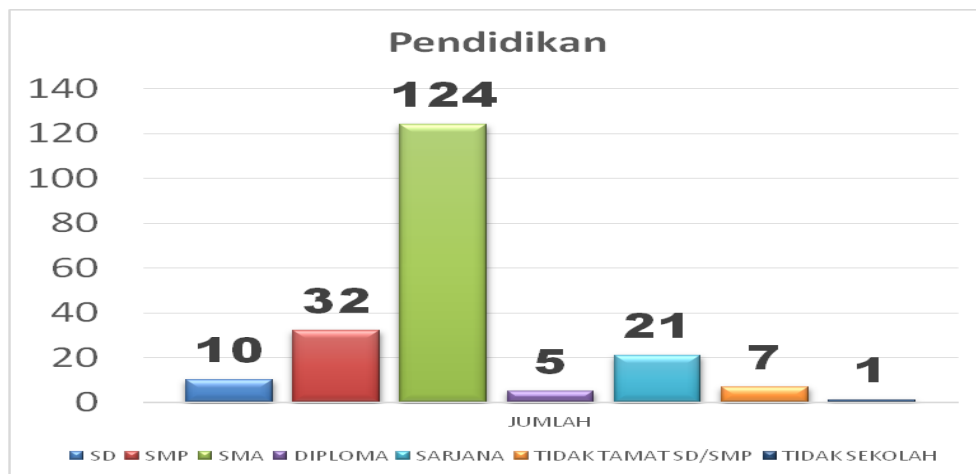


Dari gambar di atas dapat dilihat bahwa dari total 200 responden sebanyak 4 orang bersuku Melayu, 27 orang bersuku Jawa, 3 orang bersuku Mandailing, 3 orang bersuku Minang, 136 orang bersuku Karo, 21 orang bersuku Batak, 5 orang bersuku Dairi, 1 orang bersuku Nias.

4.3.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Keragaman responden berdasarkan tingkat pendidikan dapat ditunjukkan pada gambar di bawah ini:

Gambar 4.6
Pendidikan Responden

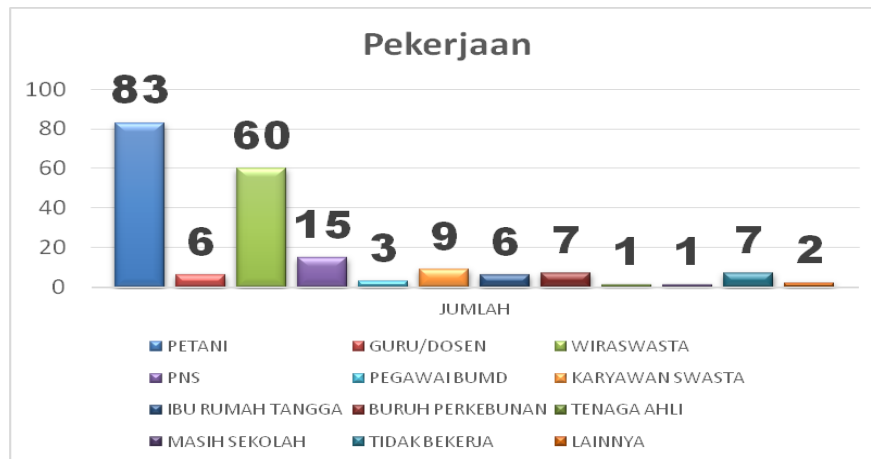


Dari gambar di atas diperoleh informasi pendidikan responden antara lain: SD (10 orang), SMP (32 orang), SMA (124 orang), Diploma (5 orang), Sarjana (21 orang), Tidak Tamat SD/SMP (7 orang) dan Tidak Sekolah (1 orang).

4.3.6. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Keragaman responden berdasarkan tingkat pekerjaan dapat ditunjukkan pada gambar di bawah ini:

Gambar 4.7
Pekerjaan Responden

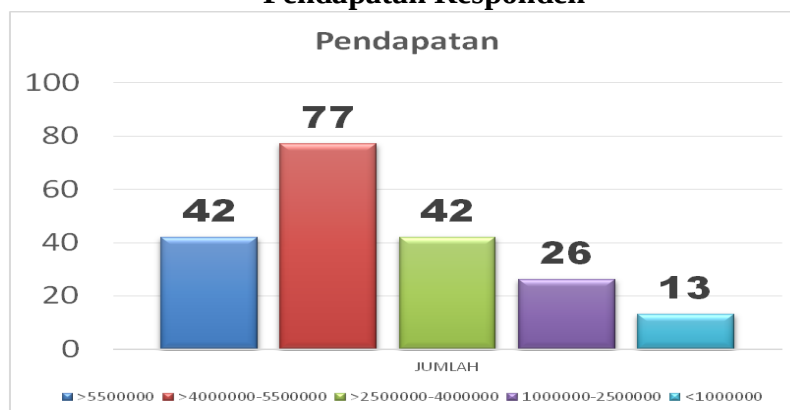


Berdasarkan gambar di atas, karakteristik pekerjaan responden antara lain: Petani (83 orang), Guru/Dosen (6 orang), Wiraswasta/Pedagang (60 orang), PNS (15 orang), Pegawai BUMN/BUMD (3 orang), Karyawan Perusahaan (9 orang), Ibu Rumah Tangga (6 orang), Buruh Perkebunan (7 orang), Tenaga Profesional (1 orang), Masih Sekolah (1 orang), Tidak Bekerja (7 orang), Lainnya (2 orang). Perilaku/kebiasaan kerja biasanya akan memberikan pengaruh terhadap karakter seseorang.

4.3.7. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

Keragaman responden berdasarkan tingkat pendapatan dapat dilihat pada gambar di bawah ini:

Gambar 4.8
Pendapatan Responden

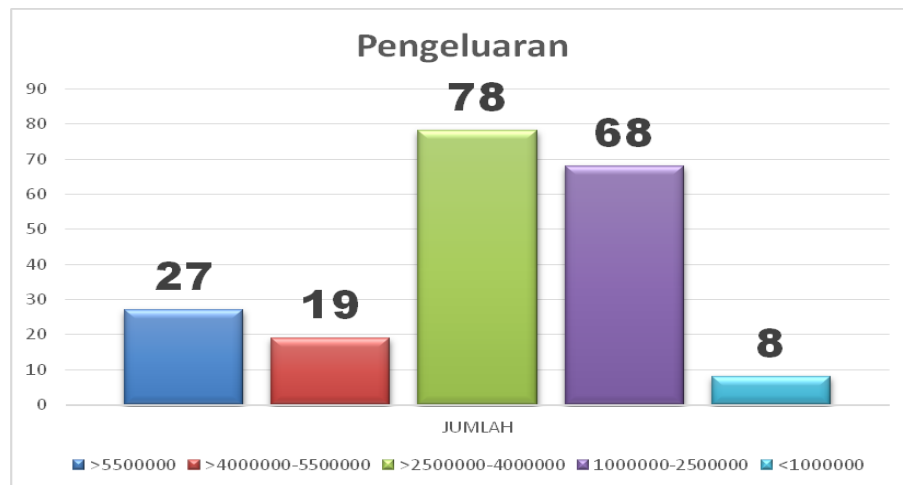


Dari gambar di atas diperoleh informasi pendapatan responden antara lain: > 5.500.000 (42 orang), > 4.000.000 - 5.500.000 (77 orang), > 2.500.000 - 4.000.000 (42 orang), > 1.000.000 - 2.500.000 (26 orang), < 1.000.000 (13 orang). Pendapatan responden pada umumnya ikut mempengaruhi perilaku politik masyarakat khususnya dalam peregelaran Pilkada dan Pemilu.

4.3.8. Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran

Keragaman responden berdasarkan tingkat pengeluaran dapat dilihat pada gambar di bawah ini:

Gambar 4.9
Pengeluaran Responden

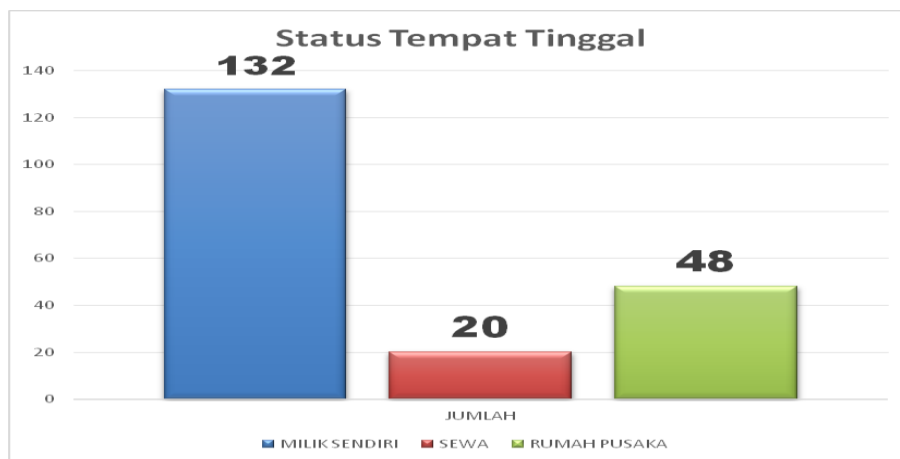


Dari gambar di atas diperoleh informasi pengeluaran responden antara lain: > 5.500.000 (27 orang), > 4.000.000 - 5.500.000 (19 orang), > 2.500.000 - 4.000.000 (78 orang), > 1.000.000 - 2.500.000 (68 orang), < 1.000.000 (8 orang). Pengeluaran responden termasuk juga turut mempengaruhi perilaku politik masyarakat khususnya dalam peregelaran Pilkada dan Pemilu.

4.3.9. Karakteristik Responden Berdasarkan Kepemilikan Rumah

Keragaman responden berdasarkan kepemilikan rumah dapat dilihat pada gambar di bawah ini:

Gambar 4.10
Kepemilikan Rumah Responden

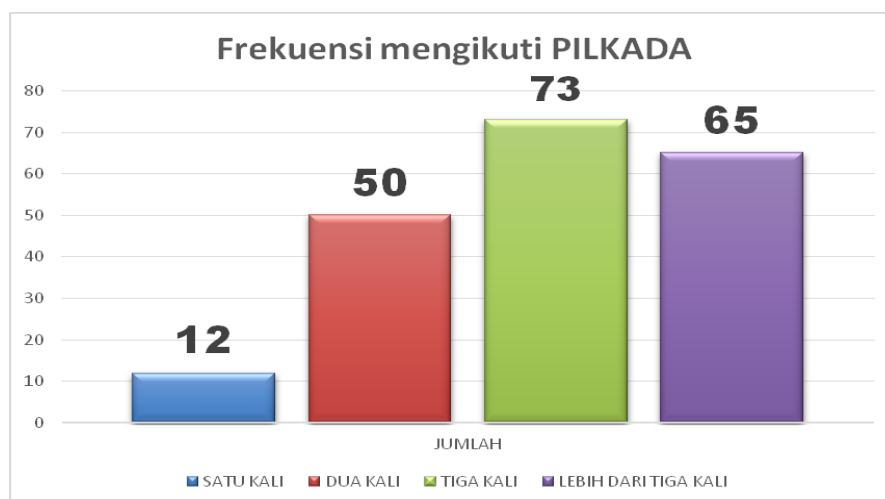


Dari gambar di atas yang diolah dari jawaban 200 orang responden, ditemukan informasi bahwa sebanyak 132 responden dengan status rumah milik sendiri, 20 responden dengan status rumah sewa, dan 48 responden dengan status rumah keluarga.

4.3.10. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Mengikuti Pilkada

Keragaman responden berdasarkan frekuensi mengikuti Pilkada dapat dilihat pada gambar di bawah ini:

Gambar 4.11
Frekuensi Mengikuti Pilkada Responden



Dari gambar 10 di atas yang diolah dari jawaban 200 orang responden, ditemukan informasi bahwa sebanyak 22 responden telah mengikuti 1 kali Pilkada, 50 responden mengikuti 2 kali Pilkada, 73 responden mengikuti 3 kali Pilkada, 65 responden mengikuti lebih dari 3 kali Pilkada. Frekuensi masyarakat dalam mengikuti Pilkada bisa menjadi salah satu indikator kesadaran politik masyarakat khususnya dalam memberikan hak suaranya pada Pilkada khususnya dalam memilih calon Bupati dan Wakil Bupati.

4.4. Persepsi Masyarakat Tentang Kampanye

Pentingnya mengetahui pemahaman responden seputar kampanye berdasarkan beberapa poin pertanyaan yang telah kami ajukan didalam kuesioner merupakan sebuah indikator dalam mengukur tingkat partisipasi pemilih dalam mengikuti Pilkada. Beberapa diantaranya yaitu seputar tahapan-tahapan pelaksanaan Pilkada, keterlibatan dalam sosialisasi oleh KPU, pengetahuan dan informasi umum seputar kampanye, hingga akhirnya pada keputusan responden untuk memilih. Berikut ini merupakan pendeskripsian beberapa hal yang merupakan wujud pengetahuan singkat responden mengenai Pilkada di Kabupaten Karo.

4.4.1. Pemahaman Masyarakat Terhadap Pilkada di Kabupaten Karo

Gambar 4.12

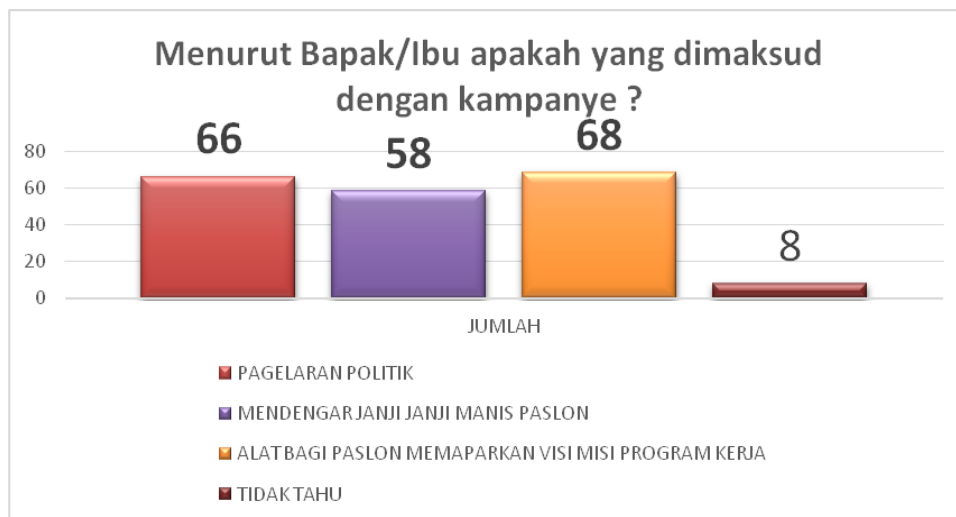
Pemahaman Responden Seputar Pilkada



Grafik di atas berkaitan dengan pemahaman responden terkait apa yang dimaksud dengan Pilkada. Sebagaimana diatur pada pasal 1 ayat 1 Undang-Undang No 8 Tahun 2015 bahwa pilkada merupakan Pemilihan Kepala Daerah. Dari grafik di atas, dapat kita lihat bahwa dari 200 responden, sebanyak 179 responden menjawab benar yaitu Pemilihan Kepala Daerah, sementara yang lainnya menjawab salah, yakni 2 responden menjawab Pemilihan Kepala Desa, dan 14 responden menjawab Pemilihan Presiden. Sehingga bisa kita simpulkan bahwa mayoritas responden mengetahui apa itu Pilkada.

4.4.2. Pemahaman Masyarakat Yang Dimaksud Dengan Kampanye

Gambar 4.13
Pemahaman Masyarakat Apa itu Kampanye

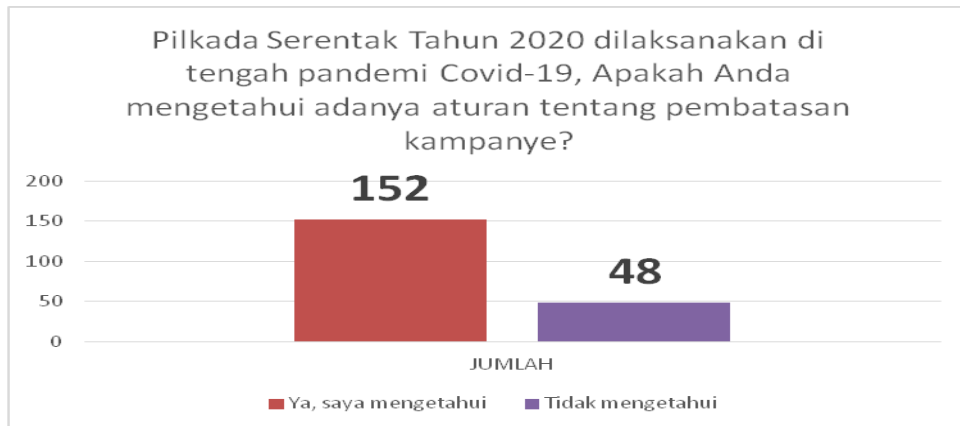


Grafik di atas menjabarkan bagaimana pemahaman masyarakat tentang apa itu kampanye pada saat pilkada. Dapat dilihat dari grafik di atas bahwa 66 responden mempersepsikan kampanye adalah pegelaran politik, 58 responden mendengar janji-janji manis paslon, kemudian 68 responden menjawab alat bagi paslon memaparkan visi-misi program kerja paslon dan 8 responden menjawab tidak tahu. Berdasarkan banyaknya jumlah responden yang mengatakan alat bagi paslon dalam memaparkan visi-misi dan program kerjanya, dapat disimpulkan bahwa peran tahapan kampanye selama ini sangat berperan penting bagi masyarakat dalam memperoleh informasi pasangan calon dalam penyelenggaraan Pilkada Kabupaten Karo tahun 2020

4.4.3. Pilkada Serentak Tahun 2020 dilaksanakan di tengah pandemi Covid-19, Apakah Anda mengetahui adanya aturan tentang pembatasan kampanye?

Gambar 4.14

Pengetahuan Masyarakat Terkait Pembatasan Kampanye

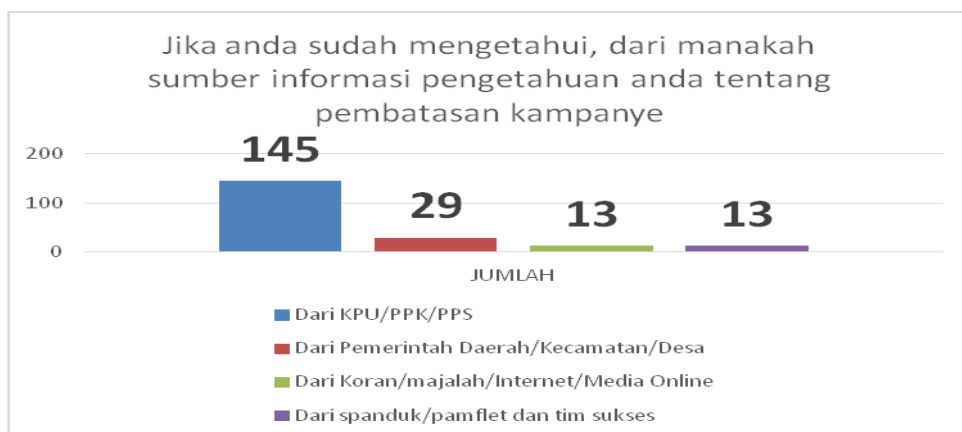


Grafik di atas menjabarkan informasi tentang pengetahuan masyarakat terkait aturan pembatasan kampanye pada pilkada serentak tahun 2020. Dapat dilihat dari grafik tersebut bahwa 152 responden mengatakan bahwa mereka mengetahui, sementara 48 responden lainnya mengatakan tidak mengetahui. Berdasarkan hasil grafik tersebut, dapat disimpulkan bahwa adanya peraturan pembatasan kampanye pada pilkada Kabupaten Karo tahun 2020 mayoritas masyarakat mengetahuinya.

4.4.4. sumber informasi pengetahuan anda tentang pembatasan kampanye

Gambar 4.15

Sumber Informasi Tentang Pembatasan Kampanye



Grafik di atas menjabarkan tentang sumber informasi pengetahuan masyarakat terkait peraturan pembatasan kampanye pada pilkada kabupaten Karo tahun 2020. Dapat dilihat dari grafik tersebut bahwa sebanyak 145 responden mengatakan bahwa dari KPU/PPK/PPS telah berperan dalam mensosialisasikan terkait peraturan pembatasan kampanye kepada pemilih pada Pilkada tahun 2020, sementara 29 responden mengatakan dari pemerintah daerah/kecamatan/desa, lalu 13 responden mengatakan dari Koran/Majalah/Internet/Media Online dan 13 responden lainnya menjawab dari spanduk/pamflet dan tim sukses paslon. Berdasarkan hasil grafik tersebut, dapat disimpulkan bahwa KPU sangat berperan dalam mensosialisasikan peraturan pembatasan kampanye.

4.5. Hasil Uji Instrumen

4.5.1. Hasil Uji Validitas

Hasil uji validitas terhadap ke-10 item pernyataan tentang Dampak Pembatasan Kampanye Terhadap Keterbatasan Informasi Yang Diterima Masyarakat Terhadap Pasangan Calon Dalam Pilkada Kabupaten Karo Tahun 2020 dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.6

Hasil Uji Validitas

No	Item pertanyaan	r -hitung validitas Corrected Item-	r -tabel	Kesimpulan
Pembatasan Kampanye				
1	Batas1	.689	0.361	Valid
2	Batas2	.451	0.361	Valid
3	Batas3	.408	0.361	Valid
4	Batas4	.464	0.361	Valid
5	Batas5	.697	0.361	Valid
Keterbatasan Informasi				

1	Info1	.654	0.361	Valid
2	Info2	.448	0.361	Valid
3	Info3	.432	0.361	Valid
4	Info4	.511	0.361	Valid
5	Info5	.716	0.361	Valid

Sumber : Hasil penelitian 2021 (data diolah)

Tabel 4.6 memperlihatkan bahwa ke-10 item pernyataan tentang Dampak Pembatasan Kampanye Terhadap Keterbatasan Informasi Yang Diterima Masyarakat Terhadap Pasangan Calon Dalam Pilkada Kabupaten Karo Tahun 2020 memiliki nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{table} (0.361) sehingga dapat disimpulkan bahwa ke-10 item pernyataan adalah valid.

4.5.2. Uji Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas terhadap ke-2 variabel penelitian memperlihatkan hasil sebagai berikut :

Tabel 4.7

Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	r_{hitung}	r_{tabel}	Kesimpulan
1	Pembatasan Kampanye	0.764	0.6	Reliabel
2	Keterbatasan Informasi	0.772	0.6	Reliabel

Sumber : Hasil penelitian 2021 (data diolah)

Tabel 4.7 memperlihatkan bahwa variabel penelitian memiliki nilai r_{hitung} reliabilitas X= 0.793 an Y = 0.772 seluruhnya lebih besar dari 0.6, sehingga dapat disimpulkan bahwa ke-2 variabel penelitian adalah reliabel.

4.6. Uji Asumsi Klasik

4.6.1. Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data penelitian berdistribusi normal dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov dan grafik PP Plot dengan hasil sebagai berikut :

Tabel 4.8

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		200
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.08371442
Most Extreme Differences	Absolute	.088
	Positive	.084
	Negative	-.088
Test Statistic		.088
Asymp. Sig. (2-tailed)		.135^c

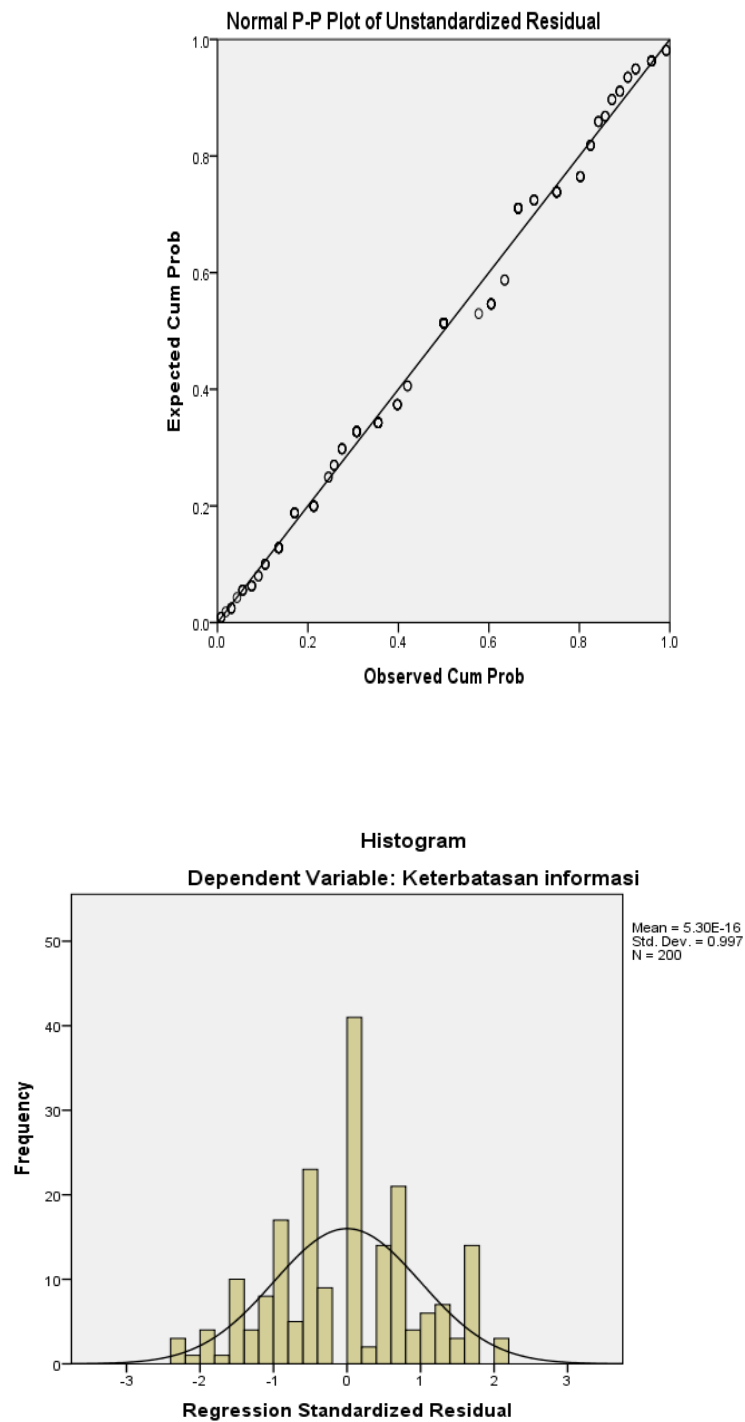
a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Tabel 4.8 memperlihatkan bahwa nilai residual probabilitas (asyp.sig. 2-tailed) adalah 0.135, lebih besar dari sig- α (0.05), sehingga dapat disimpulkan

bahwa data penelitian berdistribusi secara normal. Hal yang sama juga dikonfirmasi oleh grafik P-P normalitas berikut :



Gambar 4.16 Grafik PP Normalitas Data Penelitian

Grafik di atas memperlihatkan bahwa titik titik data tersebar di sepanjang garis diagonal membentuk simetris kiri dan kanan. Hal ini mengindikasikan bahwa data penelitian berdistribusi normal.

4.6.2. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Data penelitian yang baik adalah tidak mengandung gejala heterokedastisita. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas, sebaliknya jika berbeda disebut heteroskedastisitas dengan hasil sebagai berikut :

Tabel 4.9

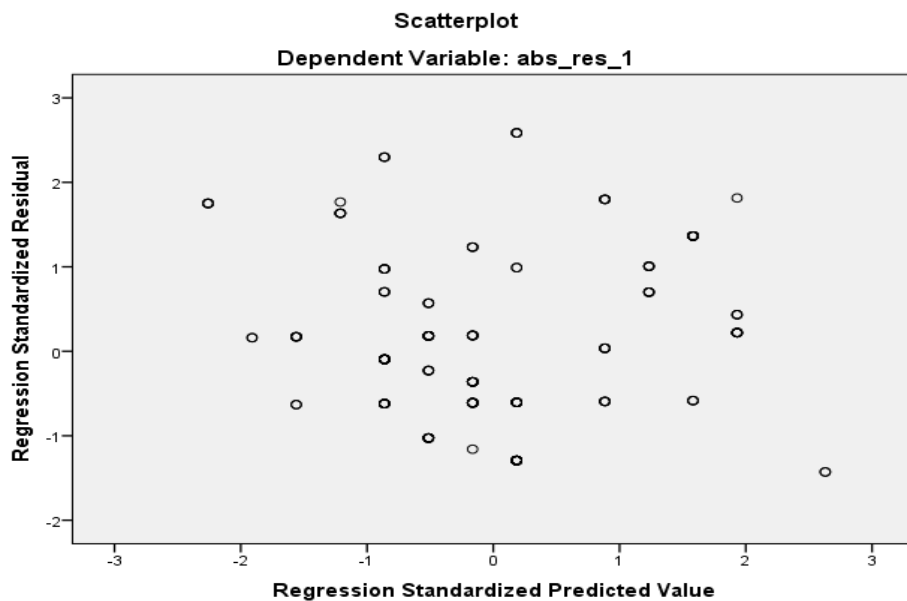
Hasil Uji Heterokedastisitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.054	.551		5.540	.000
Pembatasan Kampanye	-.080	.031	-.181	-2.587	.110

a. Dependent Variable: abs_res_1

Tabel 4.9 memperlihatkan bahwa nilai asymp.sig (2-sided) setiap variabel adalah 0.110 dimana ke-4 variabel bebas memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 sehingga hasil perhitungan ini memenuhi uji persyaratan gejala heterokedastisitas. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa data penelitian ini tidak mengandung gejala hetero-kedastisitas. Hal yang sama dapat diperlihatkan oleh grafik heterokedastisitas berikut



Gambar 4.17 Grafik Heterokedastisitas

4.6.3. Hasil Uji Linieritas

Uji linieritas yang dilakukan memperlihatkan hasil seperti pada tabel berikut :

Tabel 4.10

Hasil Uji Linieritas

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keterbatasan informasi	Between Groups	(Combined)	1593.747	12	132.812	39.372	.000
Pembatasan Kampanye	Linearity		1360.524	1	1360.524	403.321	.000
	Deviation from Linearity		233.224	11	21.202	6.285	.000
	Within Groups		630.808	187	3.373		
	Total		2224.555	199			

Tabel 4.10 memperlihatkan bahwa nilai F-hitung deviasi adalah 6.285 dengan signifikansi $p = 0.000$, lebih kecil dari 0.05, sehingga dapat disimpulkan bahwa ada hubungan linier antara variabel bebas (pembatasan kampanye) dengan variabel terikat Y (keterbatasan informasi).

4.7. Hasil Uji Hipotesis

Uji hipotesis menggunakan analisis regresi linier sederhana yang terdiri dari uji – uji-t secara parsial dan uji determinasi R dengan hasil sebagai berikut;

4.7.1. Hasil Uji-t Secara Parsial

Untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (pembatasan kampanye) terhadap variabel terikat Y (Keterbatasan Informasi), dilakukan uji-t secara parsial dengan hasil sebagai berikut :

Tabel 4.11
Hasil Uji-t Secara Parsial

Coefficients^a					
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
Model		B	Std. Error	Beta	T
1	(Constant)	.408	.918		.445
	Pembatasan Kampanye	.913	.052	.782	17.657
					Sig.
					.657
					.000

a. Dependent Variable: Keterbatasan informasi

Tabel 4.11 memperlihatkan bahwa nilai $t_{\text{hitung}} X$ (pembatasan kampanye) = 17.657 dengan signifikansi (p-value) sebesar 0,000. Jika dibandingkan dengan nilai t_{tabel} (N=200 atau df=198) sebesar 1.97 dan $\text{sig-}\alpha = 0,05$, dapat diketahui bahwa $t_{\text{hitung}} X$ (17.657) > t_{tabel} (1.97) dan p-value (0,000) < 0,05. Hasil analisis ini memenuhi persyaratan uji hipotesis dimana jika $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ dan p-value < 0,05, berarti H_a diterima atau H_o ditolak. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa

variabel X (pembatasan kampanye) memberi pengaruh signifikan terhadap variabel terikat Y (keterbatasan informasi).

4.7.2. Hasil Uji Determinasi R

Untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat Y yakni keterbatasan informasi, dilakukan uji R-square dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.12

Hasil Uji Determinasi R

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted Square	R Std. Error of the Estimate
1	.782^a	.612	.610	2.08897

a. Predictors: (Constant), Pembatasan Kampanye

b. Dependent Variable: Keterbatasan informasi

Tabel 4.12 memperlihatkan bahwa nilai $\text{adjusted } r_{\text{square}} = 0,612$, hal ini berarti besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat Y (keterbatasan informasi) adalah sebesar $0,612 \times 100\% = 61.2\%$. Dengan kata lain, sebesar 61.2% variabel keterbatasan informasi dapat dijelaskan oleh variabel pembatasan kampanye sedangkan selebihnya (38.9%) dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti.

4.7.3. Persamaan Regresi

Persamaan regresi dapat disusun sesuai dengan nilai koefisien hasil perhitungan berikut :

$$Y = a + bX + e$$

$$Y = 0.408 + 0.913X + e$$

Persamaan ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan pembatasan kampanye sebesar 1 point, dapat meningkatkan keterbatasan informasi sebesar $0.408 + 0.913 = 1.3$ point. Dengan kata lain, setiap peningkatan pembatasan kampanye, dapat meningkatkan keterbatasan informasi sebesar 1.3 kali.

4.8. Pembahasan Penelitian

4.8.1. Pengaruh Pembatasan Kampanye bagi Masyarakat dalam Memperoleh Informasi Pasangan Calon Kepala Daerah dalam Pilkada 2020 di Kabupaten Karo

Berdasarkan hasil analisis data menunjukkan bahwa semua variabel independen berpengaruh terhadap informasi tentang pasangan calon. Hal ini mengartikan bahwa pembatasan kampanye berpengaruh kuat terhadap informasi pasangan calon pada Pilkada serentak tahun 2020 di Kabupaten Karo. Dengan adanya pembatasan kampanye menyebabkan masyarakat atau calon pemilih tidak mendapatkan informasi yang luas tentang pasangan calon Bupati dan Wakil Bupati Kabupaten Karo. Hal ini sejalan dengan teori tentang kampanye yang menyebutkan bahwa kampanye berfungsi sebagai media komunikasi bagi setiap pasangan calon untuk memberikan informasi kepada calon pemilih. Karena pada intinya, kampanye adalah penyampaian pesan-pesan politik dalam berbagai bentuk, mulai dari poster, diskusi, iklan hingga selebaran. Apa pun bentuknya, pesan selalu menggunakan simbol-simbol verbal yang diharapkan memikat khalayak luas (Fatimah: 2018, 9).

Tabel 4.13

Pembatasan Kampanye Dalam Pilkada Kabupaten Karo 2020 Menyebabkan Kurangya Informasi Tentang Pasangan Calon

Keterangan	Frekwensi	Persentase
Sangat Setuju	37	18,5%
Setuju	124	62%
Tidak Setuju	38	19%
Sangat Tidak Setuju	1	0,5%
Jumlah	200	100%

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti

Tabel di atas menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju dengan pernyataan peneliti yang mengatakan bahwa Pembatasan kampanye dalam pilkada Kabupaten Karo tahun 2020 menyebabkan kurangnya informasi tentang pasangan calon. Hal ini dapat dilihat dari jawaban responden yang menjawab sangat setuju 37 responden setara dengan 18,5%, 124 responden menjawab setuju dengan persentase 62%, sedangkan untuk yang tidak setuju sebanyak 38 responden atau 19%, dan untuk jawaban sangat tidak setuju 1 responden atau 0,5%.

Tabel 4.14
Pembatasan Kampanye Dalam Pilkada Kabupaten Karo tahun 2020
Menyebabkan Kurangnya Informasi Tentang Latar Belakang Pasangan
Calon Yang Bertarung

Keterangan	Frekwensi	Persentase
Sangat Setuju	22	11%
Setuju	97	48,5%
Tidak Setuju	80	40%
Sangat Tidak Setuju	1	0,5%
Jumlah	200	100%

Sumber: Hasil olah data peneliti

Mengenai informasi tentang latar belakang pasangan calon Bupati dan Wakil Bupati Kabupaten Karo, dari hasil perhitungan menunjukkan semua variabel independen berpengaruh terhadap variabel Y tentang latar belakang pasangan calon Bupati dan Wakil Bupati Kabupaten Karo pada Pilkada Serentak tahun 2020. Artinya, dengan adanya pembatasan kampanye pada Pilkada Kabupaten Karo tahun 2020 menyebabkan masyarakat atau pemilih kekurangan informasi tentang latar belakang Bupati dan Wakil Bupati Kabupaten Karo tahun 2020. Hal ini dapat dilihat dari jawaban responden yang menjawab sangat setuju 22 responden setara dengan 11%, sedangkan 97 responden menjawab setuju dengan persentase 48,5%, sementara untuk yang tidak setuju sebanyak 80 responden atau 40%, dan untuk jawaban sangat tidak setuju 1 responden atau 0,5%.

Tabel 4.15

**Pembatasan Kampanye Dalam Pilkada Kabupaten Karo Tahun 2020
Menyebabkan Kurangnya Informasi Tentang Visi Dan Misi Pasangan Calon
Yang Bertarung**

Keterangan	Frekwensi	Persentase
Sangat Setuju	30	15%
Setuju	132	66%
Tidak Setuju	36	18%
Sangat Tidak Setuju	2	1%
Jumlah	200	100%

Sumber: Hasil olah data peneliti

Mengenai informasi tentang Visi-Misi pasangan calon Bupati dan Wakil Bupati Kabupaten Karo, dari hasil perhitungan menunjukkan semua variabel independen berpengaruh terhadap variabel Y tentang Visi-misi pasangan calon Bupati dan Wakil Bupati Kabupaten Karo pada Pilkada Serentak tahun 2020. Artinya, dengan adanya pembatasan kampanye pada Pilkada Kabupaten Karo 2020 menyebabkan masyarakat atau pemilih kekurangan informasi tentang Visi-misi Bupati dan Wakil Bupati Kabupaten Karo tahun 2020. Hal ini dapat dilihat dari jawaban responden yang menjawab sangat setuju 30 responden setara dengan 15%, sedangkan 132 responden menjawab setuju dengan persentase 66%, sementara untuk yang tidak setuju sebanyak 36 responden atau 18%, dan untuk jawaban sangat tidak setuju 2 responden atau 1%.

Tabel 4.16

**Pembatasan Kampanye Dalam Kabupaten Karo Tahun 2020 Menyebabkan
Kurangnya Informasi Tentang Track Record Pasangan Calon Yang
Bertarung**

Keterangan	Frekwensi	Persentase
Sangat Setuju	28	14%
Setuju	138	69%

Tidak Setuju	30	15%
Sangat Tidak Setuju	4	2%
Jumlah	200	100%

Sumber: Hasil olah data peneliti

Sedangkan untuk informasi tentang *track record* pasangan Calon Bupati dan Wakil Bupati Kabupaten Karo akibat adanya pembatasan kampanye mempengaruhi informasi tentang track record. Dengan adanya pembatasan kampanye, masyarakat atau calon pemilih kekurangan informasi tentang *track record* dari pasangan calon Bupati dan Wakil Bupati Kabupaten Karo pada Pilkada serentak tahun 2020. Hal ini dapat dilihat dari jawaban responden yang menjawab sangat setuju 28 responden setara dengan 14%, sedangkan 138 responden menjawab setuju dengan persentase 69%, sementara untuk yang tidak setuju sebanyak 30 responden atau 15%, dan untuk jawaban sangat tidak setuju 4 responden atau 2%.

Tabel 4.17

Pembatasan Kampanye Dalam Kabupaten Karo Tahun 2020 Menyebabkan Dilema Dalam Menentukan Pilihan

Keterangan	Frekwensi	Persentase
Sangat Setuju	33	16,5%
Setuju	116	58%
Tidak Setuju	12	6%
Sangat Tidak Setuju	39	19,5%
Jumlah	200	100%

Sumber: Hasil olah data peneliti

Berdasarkan untuk menentukan pilihan Pasangan Calon Bupati dan Wakil Bupati Kabupaten Karo ternyata pembatasan kampanye sangat berpengaruh terhadap variabel ini. Ini menunjukkan bahwa pemilih mengalami dilema untuk menentukan pilihan politiknya akibat adanya pembatasan kampanye terhadap setiap pasangan calon. Dan ini menunjukkan bahwa kampanye berpengaruh kuat bagi pemilih dalam menentukan pilihan politik mereka. Hal ini dapat dilihat dari

jawaban responden yang menjawab sangat setuju 33 responden setara dengan 16,5%, sedangkan 116 responden menjawab setuju dengan persentase 58%, sementara untuk yang tidak setuju sebanyak 12 responden atau 6%, dan untuk jawaban sangat tidak setuju 39 responden atau 19,5%.

4.8.2. Pembahasan Hipotesis

Berdasarkan hasil pengujian sejumlah data maka hipotesis yang dikemukakan oleh penulis pada bab 2 secara keseluruhan semua variabel bebas (Pembatasan Kampanye) berpengaruh terhadap variabel terikat (Keterbasan Informasi) Informasi Pasangan Calon Kepala Daerah dalam Pilkada 2020 di Kabupaten Karo sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang dikemukakan oleh penulis memperoleh kebenarannya, ini dibuktikan karena secara parsial (individu) masing-masing t hitung pada penelitian ini lebih besar dari pada t tabel, bahwa nilai t -hitung X (pembatasan kampanye) = 17.657 dengan signifikansi (p -value) sebesar 0,000. Jika dibandingkan dengan nilai t -tabel ($N=200$ atau $df=198$) sebesar 1.97 dan $\text{sig-} \square = 0,05$, dapat diketahui bahwa t -hitung X (17.657) > t -tabel (1.97) dan p -value (0,000) < 0,05. Hasil analisis ini memenuhi persyaratan uji hipotesis dimana jika t -hitung > t -tabel dan p -value < 0,05, berarti H_a diterima atau H_o ditolak. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel X (pembatasan kampanye) memberi pengaruh signifikan terhadap variabel terikat Y (keterbatasan informasi).

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

1. Adapun temuan yang didapatkan berdasarkan hasil survey dan perhitungan kuantitatif tentang Dampak Pembatasan Kampanye bagi Masyarakat dalam Memperoleh Informasi Pasangan Calon Kepala Daerah dalam Pilkada 2020 di Kabupaten Karo, antara lain: Ada hubungan atau pengaruh pembatasan kampanye bagi pemilih untuk mendapatkan Informasi Pasangan Calon Kepala Daerah dalam Pilkada 2020 di Kabupaten Karo.
2. Dampak yang dirasakan oleh masyarakat dengan adanya pembatasan kampanye antara lain
 - a) Masyarakat kurang mengetahui informasi tentang pasangan calon Bupati dan Wakil Bupati Kabupaten Karo pada Pilkada serentak tahun 2020,
 - b) Masyarakat kurang mengetahui latar belakang pasangan calon Bupati dan Wakil Bupati Kabupaten Karo pada Pilkada serentak tahun 2020,
 - c) Masyarakat kurang mengetahui visi-misi pasangan calon Bupati dan Wakil Bupati Kabupaten Karo pada Pilkada serentak 2020,
 - d) Masyarakat kurang mengetahui *track record* pasangan calon Bupati dan Wakil Bupati Kabupaten Karo pada Pilkada serentak tahun 2020,
 - e) Masyarakat mengalami dilema dalam menentukan pilihan politik pada Pilkada serentak 2020 di Kabupaten Karo.

5.2. Saran

1. KPU Kabupaten Karo meningkatkan penguatan sinergi antar lembaga dalam mensosialisasikan informasi kepemiluan.
2. KPU Kabupaten Karo meningkatkan peran dari PPK, PPS maupun KPPS sebagai perpanjangan-tangan KPU di tingkat kecamatan, kelurahan dan sampai ke lingkungan.

3. KPU Kabupaten Karo memaksimalkan konten media sosial yang menarik dan informatif dalam rangka sosialisasi Pilkada, sehingga membuat masyarakat tertarik untuk melihat konten tersebut dan tertarik untuk berpartisipasi.
4. Pasangan Calon hendaknya lebih memaksimalkan peranan media sosial untuk melakukan kampanye yang efektif kepada masyarakat, dalam bentuk yang lebih menarik.
5. Pasangan Calon hendaknya memanfaatkan kemajuan teknologi informasi dalam penyampaian visi misi dan program kerja agar pemilih lebih mengetahui informasi tentang pasangan calon.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Rozali. 2005. *Pelaksanaan Otonomi Luas dengan Kepala Daerah Secara Langsung*. Jakarta: Raja Grafindo.
- Antar, Venus. 2012. *Manajemen Kampanye: Panduan Teoritis dan Praktis dalam Mengefetifkan Kampanye Komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatam Media
- A, Rahman, H.I. 2007. *Sistem Politik Indonesia*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ashari, Purbayu Budi Santoso. 2005. *Analisis statistic dengan Microsoft exel dan SPSS*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Azra, Azumardi. 2005. *Demokrasi, Hak Asasi Manusia, dan Masyarakat Madani*. Jakarta: Prenada Media
- Bangun, Zakaria. 2008. *Demokrasi dan Kehidupan Demokrasi di Indonesia*. Medan: Bina Media Perintis
- Budihardjo, Miriam. 2008. *Dasar-Dasar Ilmu Politik* Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Cholisin, dkk. 2007. *Dasar-dasar Ilmu Politik*. Yogyakarta: UNY Press.
- Damsar dan Cangara. 2010. *Pengantar Teori Sosiologi*. Jakarta: Prenada Media Group
- Feit, Herbert. 1999. *Pemilihan Umum 1955 di Indonesia*. Jakarta: Kepustaaan Populer Gramedia.
- Ghozali, Iman. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS.25*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hasan, M.Iqbal. 2002. *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Samuel P. 1991. *Gelombang Demokratisasi Ketiga*. Jakarta: PT. Midas Surya Grafindo
- Juliansyah, Elvi. 2013. *Pilkada: Penyelenggaraan Pemilu Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah*. Bandung: Mandar Maju.
- Kementerian Kesehatan RI, Direktorat Jendral Pencegahan dan Pengendalian Penyakit (P2P). 2020. *Pedoman Pencegahan dan Pengendalian Coronavirus Disesase (Covid-19)*. Jakarta

- Martono, Nanang. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Raja Grafindo.
- Mujani, Syaiful, dkk. 2012. *Kuasa Rakyat (Cetakan ke- 1)*. Jakarta: PT. Mizan Pustaka
- Nielsen, Hans-Jorgen. 1991. *The Chilean Process of Transition*. Aarhus: University of Aarhus, Institute of Political Science.
- Nimmo, Dan. 2009. *Komunikasi Politik: Komunikator, Pesan dan Media*. Bandung: Rosda
- Pakpahan, Muchtar. 2010. *Ilmu Negara dan Ilmu Politik*. Jakarta: Bumi Intitarma Sejahtera.
- Rahardjo dan M. Dawam. 1996. *Intelektual Inteligensia dan Perilaku Politik Bangsa*. Bandung: Mizan.
- Rahardjo, Satjipto. 2010. *Penegakan Hukum Progresif*. Jakarta: Kompas
- Schumpeter, Joseph. 1976. *Capitalism, Socialism, and Democracy*. New York: Harper.
- Siagian, Matias. 2011. *Metode Penelitian Sosial (Pedoman Praktek Penelitian Bidang Ilmu-ilmu Sosial dan Kesehatan)*. Medan: Grasindo Monoratama.
- Sugiono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B*. Bandung: Alfabeta
- Suhadi, Imam. 1981. *Cita-cita dan Kenyataan Demokrasi*. Yogyakarta: Fakultas Hukum UII.
- Surbakti, Ramlan. 1992. *Memahami Ilmu Politik*. Jakarta: Gramedia Widya Sarana.
- Tjandra, W. Riawan. 2013. *Hukum Keuangan Negara*. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana
- Thubany, Syamsul Hadi. 2005. *Pilkada Bima 2005 (Era Baru Demokrasi Lokal Indonesia)*. Yogyakarta: Nuansa Aksara.

Jurnal

- Al-Fairi, Leli Salman. *Pemilihan Umum Kepala Daerah (Pemilukada) Secara Langsung: Sebuah Pilihan Model Pemerintahan Daerah Demokratis*. Jurnal Aspirasi
- Bailusy, M. Ausar. 2015. *Pilkada Demokrasi dan Partisipasi Politik*. Makassar: Prosiding Jurusan Ilmu Politik FISIP Unhas

- Ginting, F. P. 2018. *Ilusi Demokrasi Substansial di Indonesia: Sebuah Kritik Terhadap Implementasi Parliamentary Treshold*. POLITEA: Jurnal Ilmu Politik. 10 (2).
- Fatimah, Siti. 2018. *Kampanye sebagai Komunikasi Politik: Esensi dan Strategi dalam Pemilu*. Jurnal Resolusi, Vol. 1 No.1
- Handayani, Diah. 2020. *Penyakit Corona 2019*. Jurnal Respirologi Indonesia, Vol. 40 No. 2
- Hasibuan, R. P. P. 2020. *Urgensitas Perppu Pilkada di Kala Wabah Pandemi Covid-19*. Adalah: Buletin Hukum dan Keadilan 4 (1).
- Hasrullah. 2014. *Hubungan Iklan Politik dan Kandiadat Presiden Terhadap Tingkat Kognisi dan Sikap Politik Pemula*. Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol. 03 No.4
- Juri Ardiantoro, et. al. 2017. *Evaluasi Pilkada 2017: Pilkada Transisi Gelombang Kedua Menuju Pilkada Serentak Nasional*. Jurnal Pemilu dan Demokrasi Perludem.
- Ikfina.2020. *Dampak Pandemi Covid-19 Dalam Perspektif Gender di Indonesia*. Jurnal Kependudukan Indonesia. Badan Pusat Statistik Papua
- Marzuki. 2007. *Pengaruh Sistem Pemilihan Umum terhadap Keterwakilan Politik Masyarakat pada DPRD-DPRD di Provinsi Sumatera Utara, Studi Konstitusional Peran DPRD pada Era Reformasi Pasca Pemilu 1999*. Disertasi, Medan: Program Pasca Sarja USU.

Website

- <https://news.detik.com/berita/d-4596501/ini-270-daerah-yang-gelar-pilkada-serentak-2020>
- Sadikin, U. H. 2020. *Gugus Tugas Covid-19 Minta KPU Laksanakan Pungut Hitung Pilkada Desember 2020*. Retrieved from <https://rumahpemilu.org/gugus-tugas-covid-19-minta-kpu-laksanakan-pungut-hitung-pilkada-desember-2020>
- Salabi, A. 2020. *Menakar Kesiapan Pilkada di Tengah Pandemi*. Retrived from <https://rumahpemilu.org/menakar-kesiapan-pilkada-di-tengah-pandemi/>