

**STRATEGI KPU JAWA TIMUR DALAM
MENYOSIALISASIKAN PILKADA 2008 MELALUI MEDIA
MASSA**



SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Dakwah
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Sosial Islam (S.Sos.I)**

Disusun Oleh:

NUR MUZAYANAH

04210095

**JURUSAN KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2008**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini saya:

Nama : Nur Muzayanah
NIM : 04210095
Fakultas : Dakwah
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Judul Skripsi : Strategi KPU Jawa Timur Dalam Menyosialisasikan Pilkada 2008 Melalui Media Massa

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya. Apabila dikemudian hari ada yang mengadopsi atau memperbanyak tanpa seijin penulis, maka akan kami tuntutan lewat jalur hukum.

Yogyakarta, 27 Juli 2008

Yang Menyatakan,



Nur Muzayanah
04210095

KHOIRO UMMATIN, M.Si
DOSEN FAKULTAS DAKWAH
UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA

NOTA DINAS

Hal : Skripsi Saudari Nur Muzayanah

Lamp : 3 Eksemplar

**Kepada :
Dekan Fakultas Dakwah
UIN Sunan kalijaga
Di Yogyakarta**

Assalamualaikum Wr, Wb

Setelah kami membaca, meneliti dan mengoreksi serta memberikan perbaikan-perbaikan terhadap skripsi ini seperlunya, maka selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi saudara;

Nama : Nur Muzayanah

Nim : 04210095

Judul : Strategi KPU Jawa Timur Dalam Menyosialisasikan Pilkada 2008 Melalui Media Massa

Maka skripsi ini sudah dapat diajukan dalam sidang munaqosah sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial Islam Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Oleh karena itu, saya mohon kepada Bapak agar mahasiswa yang bersangkutan dipanggil dalam sidang munaqosah untuk mempertanggungjawabkan.

Demikian nota dinas ini disampaikan atas perhatiannya kami haturkan banyak terima kasih.

Wassalamualaikum Wr, Wb

Yogyakarta, 2 Juli 2008
Pembimbing



Khoiro Ummatin, M. Si
NIP. 150 282 647



DEPARTEMEN AGAMA RI
UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
FAKULTAS DAKWAH
Jl. Marsda Adisucipto, Telepon (0274) 515856 Fax (0274) 552230
Yogyakarta 55221

PENGESAHAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR

Nomor : UIN.02/DD/PP.00.9/1220/2008

Skripsi/Tugas Akhir dengan judul:

STRATEGI KPU JAWA TIMUR DALAM MENSOSIALISASIKAN PILKADA 2008 MELALUI MEDIA MASSA


Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : Nur Muzayanah
NIM : 04210095
Telah dimunaqasyahkan pada : Selasa, 22 Juli 2008
Nilai Munaqasyah : B +

Dan dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga

TIM MUNAQASYAH :

Pembimbing


Khoiro Ummatin, S.Ag., M.Si.
NIP. 150282647

Penguji I


Drs. H.M. Kholili, M.Si.
NIP.150222294

Penguji II


Khadiq, S.Ag., M.Hum., M.Ag.
NIP. 150291024

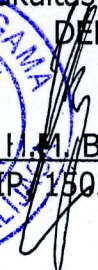
Yogyakarta, 28 Juli 2008

UIN Sunan Kalijaga

Fakultas Dakwah

DEKAN




Prof. Dr. H.M. Bahri Ghazali, MA
NIP. 150220788

MOTTO

**MANUSIA YANG BAIK ADALAH
MANUSIA YANG BERMANFAAT BAGI YANG LAINNYA.**

DENGARKAN SUARA HATI
UNTUK MENDAPATKAN LANGKAH PASTI

JADILAH DIRI SENDIRI
UNTUK MENGHADAPI HIDUP INI

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

PERSEMBAHAN

SKRIPSI INI PENYUSUN PERSEMBAHKAN UNTUK:

Keluarga Besar-ku Tercinta,

Bapak dan Ibu

Mas-mas-ku: mas Agus, mas Aan, mas Udin, mas Bas, & mas Hir

Neng & mbak-ku: neng Ul, neng Um, & mbak Ida

Mas dan mbak ipar

Serta 17 Ponakan-ponakan-ku tersayang

**Almamater Fakultas Dakwah
Universitas Negeri Islam Sunan Kalijaga
Yogyakarta**

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Sahabat, teman, dan rekan semuanya.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji syukur penyusun panjatkan kepada Illahi Robbi karena dengan rahmat kasih sayang dan petunjuk-Nya, penyusunan skripsi sebagai tugas akhir untuk mendapatkan gelar sarjana strata satu Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta dapat terselesaikan. Sholawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, pembawa perubahan dan pembawa cahaya, tumpuan harapan pemberi syafa'at di Yaumul akhir nanti.

Penyusun menyadari penuh bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan yang begitu berharga dari semua pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini, penyusun menyampaikan terima kasih kepada:

1. Dekan Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dan para staf.
2. Khoiro Ummatin, M.Si, selaku Pembimbing Akademik sekaligus pembimbing skripsi yang dengan penuh kesabaran dan kebijaksanaannya senantiasa membimbing dan mengarahkan penyusunan dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Ibu Hj. Luthfiyah Baidlowi beserta keluarga, selaku pengasuh di komplek GP tempat bernaung penyusun selama di Jogja. Ilmu dan bimbingan beliau membuat penyusun lebih baik dalam menjalani kehidupan.
4. Seluruh anggota KPU Propinsi Jawa Timur, Pak Arief, Mas Didik, Pak Tur, Pak Joko, Pak Dandhi, dan mbak Dewi, Mbak Erika dari JTV yang telah

membantu proses penelitian penyusun, pengetahuan, dan pengalaman yang berharganya.

5. Aa Agus Ismatullah, yang selalu membantu dan menemani dalam penulisan skripsi ini yang juga menjadi motivator bagi penyusun. Dialah orang yang telah memberi warna indah selama di Jogja dalam kehidupan penyusun.
6. Sahabat-sahabat tercinta M3 Galz, Risna, Lely, Chuna, Jiong, Ika, Ais, Ufi', Andong. KPI's Group, Acie, Lala, Yanti, Nurul, Otim, ka' Rin, Nyit, Teteh, dkk. Mbak Yul, mbak Ul, mbak eha, mbak Wija, Mamy, krucil-krucil Amry, Bibe, Ary, Aza, Fafa dan teman-teman semuanya di kompleks GP- Krapyak Jogjakarta. Serta teman-teman aa, Eko, Pawaj, Diki, bang Fahrul, dkk. Mereka semua tak henti-hentinya memberi dukungan bagi penyusun.
7. Teman-teman KPI angkatan 2004, teman seperjuangan dalam menuntut ilmu di bangku kuliah, teman-teman KKN gempa di Ketos, kelompok praktikum media angkatan ke-22 di RAJ dan semua teman yang mengenal penyusun, maaf tidak mungkin kiranya disebutkan satu-satu.

Alhamdulillah Jazakumullahu Khoiron Katsiron.

Penyusun berdoa semoga apa yang mereka berikan kepada penyusun menjadi ladang amal dan mendapat pahala yang berlipat dari Allah SWT. Tanpa bantuan mereka atas seizin Allah, ironis penyusun menyelesaikan skripsi ini.

Akhirnya penyusun berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan dapat memberikan sumbangsih wacana keilmuan bagi semua pihak, khususnya bagi penyusun sendiri. Amiin.

Penyusun

Nur Muzayanah
NIM. 04210095

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	ii
HALAMAN NOTA DINAS.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
ABSTRAK	xii
 BAB I : PENDAHULUAN	
A. Penegasan Judul	1
B. Latar Belakang Masalah.....	3
C. Rumusan Masalah	7
D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	7
E. Telaah Pustaka	8
F. Kerangka Teori.....	10
G. Metode Penelitian	24
H. Sistematika Pembahasan	30

BAB II : GAMBARAN UMUM KPU PRROPINSI JAWA TIMUR DAN KONDISI MASYARAKAT JAWA TIMUR

A. Tentang KPU Propinsi Jawa Timur

1. Sejarah Berdirinya KPU Jawa Timur dan Perkembangannya	31
2. Tujuan Berdirinya KPU Jawa Timur (Visi dan Misi	36
3. Struktur Organisasi	38
4. Tugas dan Wewenang KPU Jawa Timur	42
5. Sumber Dana dan Pengelolaannya.....	48
6. Mitra Kerja KPU Jawa Timur	49

B. Sekilas Tentang Kondisi Masyarakat Jawa Timur

1. Kondisi Sosial – Budaya.....	52
2. Kondisi Ekonomi	52
3. Kondisi Pendidikan	54
4. Kondisi Politik	55
5. Kondisi Psikologis	56
6. Perkembangan Media Massa di Jawa Timur	56

BAB III : ANALISIS STRATEGI SOSIALISASI PILGUB JATIM 2008 MENGUNAKAN MEDIA MASSA

A. Strategi Sosialisasi Pilgub 2008 Menggunakan Media Massa.....	63
--	----

B. Contoh Kerjasama Yang Dilakukan KPU Propinsi Jawa Timur Dengan Media Massa (lokal).....	86
---	----

BAB IV : PENUTUP

A. Kesimpulan	97
B. Saran-saran.....	98

DAFTAR PUSTAKA	100
-----------------------------	-----

LAMPIRAN – LAMPIRAN

BIODATA PENULIS

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

STRATEGI KPU JAWA TIMUR DALAM MENYOSIALISASIKAN PILKADA 2008 MELALUI MEDIA MASSA

Nur Muzayanah

ABSTRAK

Tulisan dengan judul **"Strategi KPU Jawa Timur Dalam Menyosialisasikan Pilkada 2008 Melalui Media Massa"** ini, berusaha meneliti tentang strategi yang digunakan KPU Propinsi Jawa Timur selaku penanggungjawab pelaksanaan Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) Jawa Timur pada pertengahan bulan Juli 2008. Permasalahan yang menjadi sorotan dalam skripsi ini adalah: bagaimana strategi KPU Propinsi Jawa Timur menyosialisasikan pelaksanaan Pilkada 2008 dengan memanfaatkan media massa. Strategi tersebut meliputi analisis masalah, penetapan tujuan, perencanaan program yang meliputi: segmentasi khalayak, penyusunan pesan, metode penyampaian pesan, pemilihan media, peranan komunikator, serta perencanaan pelaksanaan program. Selain perencanaan tersebut, dalam skripsi ini juga terdapat penjelasan singkat mengenai tindakan, kontrol serta evaluasi terhadap pelaksanaan Pilkada Jawa Timur 2008.

Dalam penulisan skripsi ini, metode yang digunakan adalah metode "analisis deskriptif kualitatif", yaitu cara analisis yang cenderung menggunakan kata-kata dalam menjelaskan fenomena atau data yang didapat.

Adapun dari hasil penelitian ini, dapat diketahui bahwa strategi yang digunakan oleh KPU Propinsi Jawa Timur dalam menyosialisasikan Pilkada 2008 adalah sesuai dengan prinsip manajemen komunikasi, yakni adanya perencanaan, tindakan, kontrol, serta evaluasi.. Keempat hal tersebut diimplementasikan dalam sosialisasi Pilkada Jawa Timur 2008 dengan memperhatikan aspek-aspek yang telah dijelaskan di atas.

Skripsi ini juga menyertakan contoh kerjasama KPU Propinsi Jawa Timur dengan salah satu media massa lokal, yaitu JTV sebagai salah satu media TV pelopor di Jawa Timur.

Selain itu, dijelaskan pula bahwa menurut KPU Propinsi Jawa Timur, media *of air* (tidak tayang melalui media elektronik) ternyata mempunyai keunggulan daripada media massa lain. KPU Propinsi Jawa Timur telah banyak melakukan sosialisasi tentang Pilkada kepada masyarakat Jawa Timur melalui spanduk, baliho, billboard, dan stiker.

Mind Word: Strategi Komunikasi, Strategi Sosialisasi, dan Media Massa.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Penelitian dengan judul “Strategi KPU Jawa Timur Dalam Menyosialisasikan Pilkada 2008 Melalui Media Massa” ini perlu diberi pembatasan makna dalam setiap katanya, agar tidak menimbulkan kesalahpahaman dalam memaknainya. Adapun pembatasan terhadap judul tersebut adalah sebagai berikut.

1. Strategi

Strategi merupakan cara untuk mencapai sebuah hasil akhir¹. Dalam penelitian ini, strategi yang dimaksud yakni cara yang digunakan oleh KPU dalam menyosialisasikan Pilkada Jawa Timur yang akan diselenggarakan pada pertengahan 2008 ini kepada seluruh penduduk (warga) Propinsi Jawa Timur untuk memilih Gubernur dan wakilnya masa jabatan selanjutnya.

2. Komisi Pemilihan Umum (KPU) Propinsi Jawa Timur

Komisi Pemilihan Umum, selanjutnya disebut KPU, adalah lembaga penyelenggara Pemilu yang bersifat nasional, tetap, dan mandiri².

Komisi Pemilihan Umum Propinsi dan Komisi Pemilihan Umum Kabupaten/ Kota, selanjutnya disebut KPU Propinsi dan KPU Kabupaten/Kota, adalah penyelenggara Pemilu di Propinsi dan

¹ Sandra Oliver, *Strategi Public Relations*”, (Jakarta: Erlangga, 2007), hlm. 2.

² Undang-undang Republik Indonesia Nomor 2 Tahun 2007 tentang *Penyelenggara Pemilihan Umum*, (Jakarta: CV. Novindo Pustaka Mandiri, 2007), hlm. 6.

Kabupaten/Kota. Jadi, yang dimaksud dengan KPU Propinsi Jawa Timur adalah penyelenggara Pemilu di Propinsi Jawa Timur. KPU Propinsi Jawa Timur berkantor pusat di jalan Tanggulangin No.3, Surabaya, Jawa Timur.

3. Sosialisasi Pilkada 2008

Definisi sosialisasi adalah suatu proses yang mengajar individu menjadi anggota masyarakat dan berfungsi dalam masyarakat tersebut.³ Sosialisasi yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah penyampaian pengetahuan mengenai sistem dan tata cara teknis penyelenggaraan Pemilihan Umum Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah Propinsi Jawa Timur kepada masyarakat⁴. Sosialisasi pemilihan kepala daerah (selanjutnya akan disebut Pilkada) Jawa Timur ini memanfaatkan media massa.

4. Media Massa

Adalah alat yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak (penerima) dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis seperti surat kabar, film, radio, dan televisi⁵. Dalam penelitian ini media massa yang dimaksud tidak hanya surat kabar, film, radio, dan televisi, akan tetapi ada beberapa media yang juga digunakan dalam

³ Astrid S. Susanto, *Filsafat Komunikasi*, (Bandung: Binacipta, 1976), hlm. 164.

⁴ Surat Keputusan Komisi Pemilihan Umum Propinsi Jawa Timur No. 14 Th. 2008 tentang pedoman teknis pelaksanaan sosialisasi pemilihan kepala daerah dan wakil kepala daerah Propinsi Jawa Timur tahun 2008.

⁵ Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2007), hlm. 126.

sosialisasi Pilkada Jatim 2008, yaitu spanduk, baliho, media tradisional, dan internet.

Maka secara keseluruhan, maksud dari judul “strategi KPU Jawa Timur dalam menyosialisasikan Pilkada 2008 melalui media massa” adalah, cara yang digunakan oleh KPU Jawa Timur dalam menyampaikan pengetahuan mengenai sistem dan tata cara teknis penyelenggaraan Pilkada 2008 kepada masyarakat Jawa Timur melalui media massa.

B. Latar Belakang

Manusia tidak akan pernah dapat mengekspresikan apa pun yang dipikirkan dan dirasakannya, kecuali lewat komunikasi. Itulah alasan mengapa komunikasi begitu penting dalam kehidupan, terutama pada era yang semakin berkembang seperti saat ini. Semakin banyaknya media komunikasi yang muncul ternyata membuat manusia menghadapi masalah yang lebih kompleks. Oleh karena itu, manusia harus semakin selektif dalam menggunakan media dalam berkomunikasi.

Mengutip pendapat Gabriel Almond, komunikasi ibarat aliran darah yang mengalirkan pesan politik berupa tuntutan, protes, dan dukungan (aspirasi dan kepentingan) ke jantung (pusat) pemrosesan sistem politik. Dan hasil pemrosesan itu dilahirkan kembali oleh komunikasi politik yang selanjutnya menjadi *feedback* sistem politik⁶.

⁶ Nurudin, *Sistem Komunikasi Indonesia*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005), hlm. 55.

Sejarah menunjukkan, media massa pada akhirnya mencapai puncak perkembangan sebagai lembaga kunci dalam masyarakat. Media massa mampu mempresentasikan diri sebagai ruang publik yang utama dan turut menentukan dinamika sosial, politik, dan budaya, baik di tingkat lokal maupun global. Media juga mampu memberikan surplus bagi perekonomian dengan menjadi penghubung antara produsen dan konsumen⁷.

Dari deskripsi di atas, terlihat jelas bahwa komunikasi melalui media begitu mempengaruhi seluruh ranah kehidupan, baik sosial, ekonomi, politik, dan budaya. Dalam kesempatan ini, penulis lebih memfokuskan pembahasan terhadap komunikasi dalam dunia politik, atau lebih sering dikenal sebagai komunikasi politik.

Pada zaman teknologi komunikasi canggih sekarang ini, saat televisi begitu dominan, pelaku politik berusaha mengambil hati masyarakat. Begitu juga ketika sistem penyiaran lokal berjaringan yang diperkuat oleh insan-insan penyiaran yang mempunyai etika dan keahlian yang tinggi, yang tidak lagi tergantung pusat Jakarta mulai muncul⁸. Maka secara politik lebih demokratis karena sumber dan narasumber berita terdesentralisasi, dan dari sisi budaya lebih multikultur karena diskursus berita diproduksi perspektif tiap televisi lokal itu sendiri.

Kegiatan politik mencapai puncaknya ketika akan diadakannya hajatan besar, yakni pemilihan pemimpin, baik pemimpin negara ataupun pemimpin daerah. Saat itu, partai-partai politik akan menggunakan media komunikasi

⁷ Agus Sudibyo, *Ekonomi Politik Media Penyiaran*, (Yogyakarta: LKiS, 2004), hlm. 1.

⁸ Ibid, hlm. xi.

sebagai alat propaganda mereka kepada masyarakat. Karena televisi merupakan media yang begitu efektif dengan keunggulannya, maka ketika akan digelar pesta rakyat tersebut akan banyak sosok-sosok dari beberapa partai politik yang mencitrakan diri mereka sebaik mungkin melalui penayangan di media ini, baik melalui program iklan atau berita.

Maraknya pemberitaan media massa tentang peristiwa politik yang (kadang) kontroversial merupakan bentuk kritik masyarakat yang menilai kinerja pemerintah baik di pusat atau di daerah tidak sesuai dengan porsinya. Kasus KKN yang tak kunjung selesai membuat masyarakat mempertanyakan kembali pelaksanaan tugas dan tanggungjawab wakil rakyat tersebut. Tugas dan tanggungjawab yang diemban oleh wakil rakyat memang sangat berat, sehingga dibutuhkan wakil rakyat yang benar-benar jujur, adil dan dapat dipercaya.

Namun anehnya, dalam bayang-bayang beratnya tugas dan kewajiban yang diemban oleh kepala daerah, justru proses pemilihan kepala daerah di era reformasi dewasa ini menampakkan gairah yang luar biasa. Dengan berbagai macam alasan, pemilihan kepala daerah selalu diminati oleh banyak calon, seolah-olah pemilihan daerah adalah sekedar permainan spekulatif belaka⁹.

Terlepas dari hal tersebut, dalam pelaksanaan pemilu dibutuhkan panitia yang bisa meng-*handle* seluruh kegiatan. Dari mulai sosialisasi pemilu, pengadaan kotak suara, penghitungan perolehan suara, sampai pada pengumuman akhir pemilu. Hal ini juga berlaku pada pelaksanaan Pilkada

⁹ Abdul Gaffar Karim (Ed), *Kompleksitas Persoalan Otonomi Daerah di Indonesia*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar 2003), hlm. 184.

(Pemilihan Kepala Daerah). Dibentuknya KPU Propinsi (Komisi Pemilihan Umum Daerah), diharapkan membantu kelancaran pelaksanaan pilkada tersebut. KPU Propinsi lah yang akan mengatur jalannya pilkada, mulai dari sosialisasi calon, pelaksanaan, serta mengumumkan siapakah yang berhak menjabat sebagai kepala daerah sesuai dengan perolehan suara.

Salah satu tugas penting KPU Propinsi adalah menyosialisasikan Pilkada kepada masyarakat. Oleh karena itu, KPU Propinsi pastilah menjalin hubungan dengan media lokal yang tersebar di seluruh daerah di Propinsi yang bersangkutan. Melalui media KPU Propinsi akan dapat melaksanakan tugas-tugasnya dengan lebih efektif dan efisien.

Seperti halnya KPU Propinsi Jawa Timur, melalui banyaknya media lokal yang tersebar di Jawa Timur mereka seharusnya bisa dengan mudah menyosialisasikan pelaksanaan pilkada, baik melalui media cetak, media elektronik, atau media lain. Televisi yang dianggap sebagai media paling efektif dalam menyebarkan informasi, dalam pilkada harus difungsikan semaksimal mungkin agar tidak sampai terjadi kerusuhan seperti halnya yang terjadi akhir- akhir ini di beberapa wilayah Indonesia sebagaimana pemberitaan media. Hal tersebut erat hubungannya dengan strategi pengemasan informasi oleh KPU Jatim bekerjasama dengan pihak televisi terkait.

Penulis tertarik untuk membahas lebih dalam mengenai strategi KPU Jawa Timur dalam menyosialisasikan pilkada yang akan digelar pertengahan 2008 mendatang dengan menggunakan media massa karena beberapa alasan

yaitu, a) desentralisasi dan otonomi daerah yang diberikan oleh pemerintah pusat yang membuat pemerintah daerah dapat menentukan tindakan mereka sendiri begitu menarik perhatian seluruh kalangan, terutama pelaksanaan Pilkada yang kadang menimbulkan pro kontra di beberapa lapisan masyarakat. b) Pilkada Jatim 2008 kali ini merupakan pemilihan kepala daerah yang masih menggunakan format anggota KPU tahun sebelumnya. Sehingga penulis ingin mengetahui lebih dalam mengenai strategi yang digunakan, apakah masih sama atau ada perubahan. c) selain itu, kemudahan aksesibilitas data yang terkait dengan jaringan yang dimiliki dan domisili peneliti.

C. Rumusan Masalah

Dalam penelitian ini, penulis merumuskan masalah dasar yang menjadi pembahasan utama yaitu: **Bagaimana Strategi KPU Jawa Timur Dalam Menyosialisasikan Pilkada 2008 Melalui Media Massa?**

D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1) Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penulis dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi KPU Jatim dalam menyosialisasikan pelaksanaan Pilkada 2008 dengan menggunakan media massa, khususnya media massa lokal.

2) Kegunaan Penelitian

a. Secara Teoritis

Dengan penelitian ini penulis berharap agar dapat memperkaya informasi dalam bidang komunikasi politik, baik dari sudut pandang ilmu sosial atau dari sudut pandang agama (Islam). Terutama informasi mengenai strategi sosialisasi Pilkada oleh KPU Jatim melalui media TV, yang mungkin bisa digunakan sebagai bahan referensi oleh KPU / KPU PROPINSI lain yang telah atau akan menggelar hajatan daerah yaitu pemilihan kepala daerah (pilkada) tersebut.

b. Secara Praktis

1. Melalui penelitian ini, penulis berharap agar dapat menambah pengetahuan dan pemahaman masyarakat tentang KPU Propinsi dan tanggungjawabnya ketika pilkada digelar.
2. Untuk memperdalam deskripsi tentang KPU Propinsi dan tanggungjawabnya dalam menyosialisasikan pilkada kepada masyarakat, khususnya masyarakat Jawa Timur, melalui media massa.
3. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan bisa lebih mengenalkan eksistensi media massa, khususnya media massa lokal.

E. Telaah Pustaka

Terkait dengan kajian yang penulis teliti, yakni strategi KPU Propinsi Jatim dalam menyosialisasikan Pilkada 2008 melalui media massa, maka penulis menggunakan rujukan dari beberapa referensi yang membahas hal tersebut secara umum, diantaranya adalah:

Aditya Purnomo, *KPU Dalam Pemilu 2004, Perjuangan Membangun Kemandirian dan Kapabilitas (Studi Kasus KPU Kabupaten Sleman Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta)*. Skripsi jurusan Ilmu Pemerintahan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Gajah Mada Yogyakarta, 2005. Mengetengahkan profil KPU baik secara umum maupun secara khusus di daerah Sleman DIY.¹⁰ Dalam skripsi ini dijelaskan bahwa KPU Sleman cukup berhasil dalam mewujudkan kemandirian dan kapabilitasnya sebagai penyelenggara Pemilu 2004. kedua hal itu tampak ketika KPU Sleman dapat memanfaatkan peluang dan mengatasi tantangan kelembagaan serta dapat melaksanakan Pemilu 2004 dengan sukses. Akan tetapi disisi lain, KPU Sleman masih terkesan belum mampu mengoptimalkan perannya.

Ahmad Rais, *Strategi Komunikasi Tim Kampanye Capres-Cawapres (studi kasus: Strategi Komunikasi Tim Kampanye Amien-Siswono dalam membangun citra pasangan Amien Rais-Siswono Yudo Husodo pada pemilu 2004)*. Merupakan hasil penelitian yang menampilkan strategi komunikasi yang digunakan oleh pasangan Capres-Cawapres Amien-Siswono.¹¹ Strategi komunikasi yang dijalankan oleh Tim Kampanye Amien-Siswono lebih difokuskan pada usaha mengubah dan membangun citra kandidatnya agar bisa diterima oleh pemilih. Secara umum, program komunikasi dengan mengung

¹⁰ Aditya Purnomo, "KPU Dalam Pemilu 2004, Perjuangan Membangun Kemandirian dan Kapabilitas (Studi Kasus KPU Kabupaten Sleman Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta)", *skripsi*, Yogyakarta: Jurusan Ilmu Politik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UGM, tt. 2005. hlm. xv.

¹¹ Ahmad Rais, "Strategi Komunikasi Tim Kampanye Capres-Cawapres (studi kasus: Strategi Komunikasi Tim Kampanye Amien-Siswono dalam membangun citra pasangan Amien Rais-Siswono Yudo Husodo pada pemilu 2004)", *skripsi t.t*, Yogyakarta: Jurusan Ilmu Politik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UGM, 2005. Hlm. ix.

slogan jujur, cerdas dan berani sebagai pesan utamanya ini berhasil secara efektif mempengaruhi opinio masyarakat, akan tetapi hanya di wilayah kalangan intelektual perkotaan yang diyakini sebagai pemilih rasional. Namun, ternyata pesan tersebut tidak efektif bagi pemilih emosional yang jumlahnya lebih banyak.

Merujuk pada beberapa hasil penelitian tersebut, dapat diketahui bahwa judul yang diangkat oleh peneliti yakni Strategi KPU Jawa Timur Dalam Menyosialisasikan Pilkada 2008 Melalui Media Massa, belum pernah diteliti sebelumnya, dan oleh karena itu peneliti tertarik mengangkat judul tersebut.

F. Kerangka Teori

1. Strategi Komunikasi

Seperti yang diungkapkan oleh Nickole, konsep tentang strategi pada dasarnya berasal dari bidang militer yang diadaptasi ke dalam dunia bisnis "*the concept of strategy*". Kini konsep tentang strategi tidak hanya digunakan dalam bidang militer dan bisnis, tetapi juga pada bidang non bisnis,, termasuk komunikasi. Strategi dapat dimaksudkan dengan empat hal¹², yaitu:

¹² Aditya Purnomo, "KPU Dalam Pemilu 2004, Perjuangan Membangun Kemandirian dan Kapabilitas (Studi Kasus KPU Kabupaten Sleman Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta)", *skripsi t. t.* Jurusan Ilmu Politik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UGM, Yogyakarta, 2005, hlm. 26-27.

- a. *Strategy as a plan*. Strategi merupakan suatu rencana yang menjadi pedoman bagi organisasi untuk mencapai sasaran dan tujuan yang telah ditetapkan.
- b. *Strategy as a pattern*. Strategi merupakan pola tindakan konsisten yang dijalankan organisasi dalam jangka waktu lama.
- c. *Strategy as a position*. Strategi merupakan cara organisasi dalam menempatkan produk atau jasa tertentu dalam pasar yang spesifik.
- d. *Strategy as a perspective*. Strategi merupakan cara pandang organisasi dalam menjalankan berbagai kebijakan. Cara pandang ini berkaitan dengan visi dan budaya organisasi.

Penjelasan diatas menunjukkan bahwa strategi tidak hanya sebuah rencana organisasi tetapi juga bagaimana cara yang digunakan sampai pada pola tindakan nyata yang diimplementasikan. Di lain pihak, definisi strategi adalah sebagai fondasi dan pola gerak organisasi serta pendekatan manajemen dalam mencapai tujuan.

Dalam konteks komunikasi, strategi diperlukan untuk mendukung kekuatan pesan agar mampu mengungguli semua kekuatan yang ada untuk menciptakan efektivitas komunikasi¹³. Komunikasi efektif adalah komunikasi yang hasilnya sesuai dengan harapan para pesertanya (orang-orang yang sedang berkomunikasi).

Strategi komunikasi adalah paduan antara perencanaan komunikasi (*communication planning*) dengan manajemen komunikasi

¹³ Ahmad Arifin, *Strategi Komunikasi (sebuah pengantar ringkas)*, (Bandung: Armico, 1984), hlm. 59.

(*communication management*) untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan¹⁴. Akan tetapi perlu digarisbawahi bahwa perencanaan merupakan salah satu unsur dari manajemen, selain tindakan, kontrol dan evaluasi. Pada penelitian ini unsur perencanaan, tindakan dan kontrol sajalah yang akan lebih difokuskan, karena pelaksanaan Pilkada Jatim 2008 belum tuntas dilaksanakan, akan tetapi peneliti akan berusaha menampilkan ketiga unsur lainnya. Dari pandangan tersebut, terlihat bahwa langkah awal dalam menerapkan sebuah strategi komunikasi adalah menyusun perencanaan komunikasi. Ada beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam merencanakan komunikasi¹⁵, yaitu:

- a. Rencana merupakan patokan bersama sehingga harus mencerminkan aspirasi bersama (bukan keputusan perorangan).
- b. Implementasi rencana biasanya melibatkan masyarakat, oleh karena itu penting sekali mendengarkan dan mempertimbangkan aspirasi masyarakat (*bottom up*) dan bersifat partisipatif.
- c. Rencana yang disusun harus bersifat fleksibel, tidak kaku sehingga memudahkan bila terjadi perubahan dan penyesuaian.
- d. Rencana komunikasi harus disusun secara jelas dan konkrit. Didalamnya harus mengandung “*what to do*” dan “*how to do*” yang jelas dan pasti agar tidak menimbulkan penafsiran yang bermacam-macam yang akan membingungkan pelaksanaannya.

¹⁴ Onong U Effendy, *Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktik*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2003), hlm. 32.

¹⁵ Budi Sayoga, *Diktat Mata Kuliah Perencanaan Komunikasi*, (Yogyakarta: Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas FISIP UGM, 2002), hlm. 12.

Selain itu, dalam merumuskan strategi komunikasi, ada lima faktor yang harus diperhatikan, yaitu: pengenalan khalayak, penyusunan pesan, penetapan metode, pemilihan media, dan peranan komunikator¹⁶. Sejalan dengan hal tersebut, langkah-langkah dalam perencanaan komunikasi meliputi: pengumpulan data *base line* (data dasar sebagai titik tolak dalam menyusun perencanaan) dan *need assessment* (upaya untuk mengetahui kebutuhan nyata dari khalayak sasaran), merumuskan tujuan komunikasi, analisis perencanaan dan pengembangan strategi, analisis dan segmentasi khalayak, pemilihan media, mendesain dan mengembangkan pesan, perencanaan pengelolaan pelaksanaan program dan melaksanakan pelatihan ketrampilan pada komunikator¹⁷.

Dengan memahami dan mengkombinasikan kedua pandangan tersebut, bisa disimpulkan bahwa secara umum proses perencanaan komunikasi meliputi:

- a. Analisis masalah
- b. Penetapan tujuan
- c. Analisis perencanaan dan pengembangan program
- d. Analisis dan segmentasi khalayak
- e. Penyusunan pesan
- f. Penetapan metode penyampaian pesan
- g. Pemilihan media

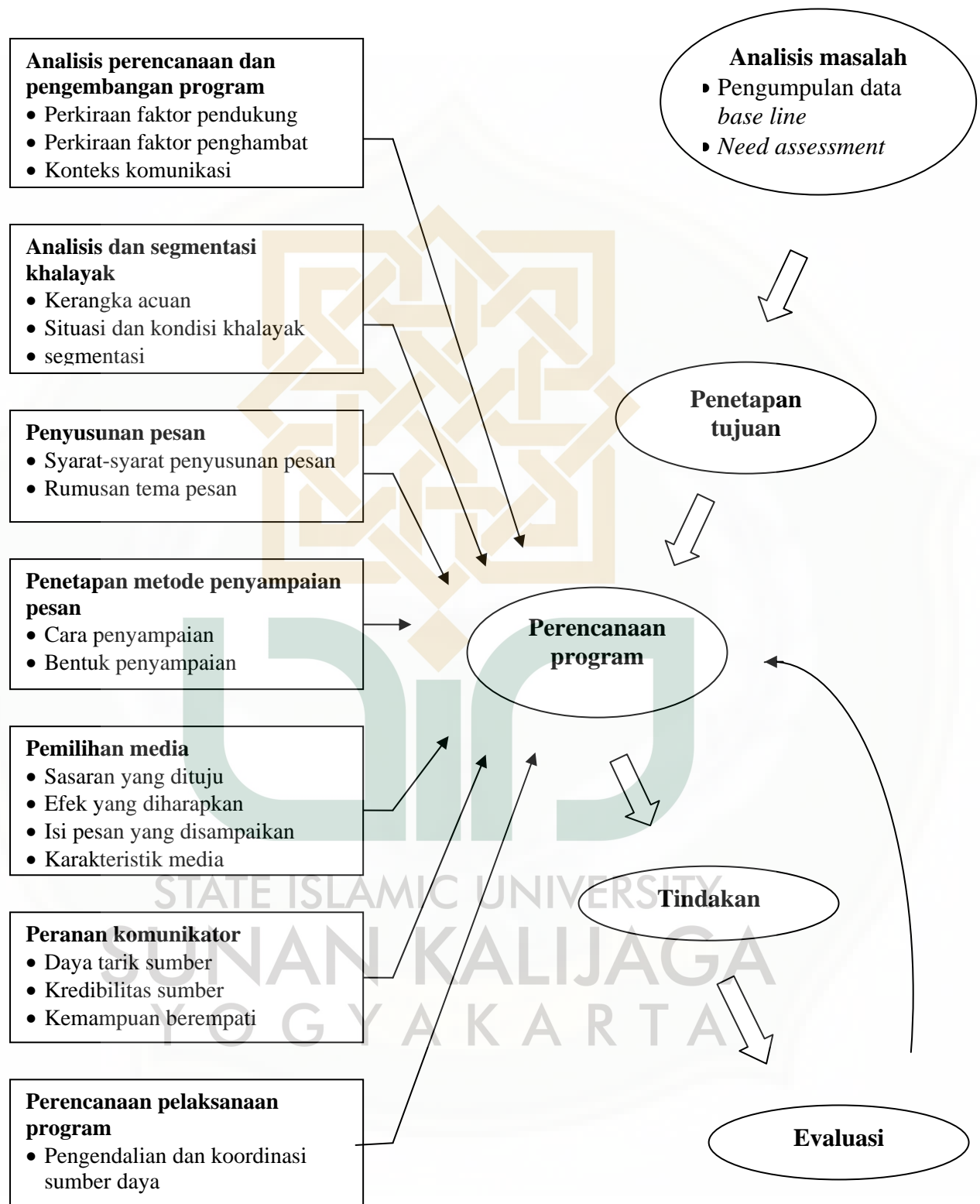
¹⁶ Ahmad Arifin, *Strategi Komunikasi*.....Op. cit, hlm. 87.

¹⁷ Budi Sayoga, *Diktat*.....Op. cit, hlm. 14-22.

- h. Peranan komunikator
- i. Perencanaan pelaksanaan program

Secara singkat, hubungan antara beberapa komponen dalam strategi komunikasi dapat digambarkan dalam bentuk bagan sebagai berikut:





Bagan 1.1 Strategi Komunikasi

Sumber: diolah dari Arifin (1984: 70-87), Effendy (2000: 41-42), Effendy (2003: 36-39), dan Sayoga (2002: 14-32)

2. *Komisi Pemilihan Umum (KPU) Sebagai Penyelenggara Pemilu*

Bagi Larry Diamond, Juan Linz, dan Seymour M Lipset, sebuah sistem politik dapat dikatakan demokratis bila terpenuhi tiga unsur, yaitu adanya kompetisi, partisipasi politik, dan adanya jaminan kebebasan sosial dan politik¹⁸. Jika memakai kriteria tersebut, maka pemilu yang demokratis harus memiliki jaminan adanya kompetisi, partisipasi, dan liberalisasi. Sukses tidaknya menciptakan pemilu yang demokratis tergantung tiga unsur yang berkaitan dengan penyelenggara pemilu, meliputi: sistem, tata cara, dan penyelenggara pemilu itu sendiri¹⁹. Penyelenggara pemilu inilah yang akan menegakkan sistem dan tata cara pemilu kepada setiap aktor-aktor politik, sehingga diharapkan tercipta pemilu yang demokratis. Oleh karena itu, kinerja penyelenggara pemilu akan sangat menentukan proses dan hasil pemilu.

KPU sebagai penyelenggara pemilu sebenarnya bukanlah lembaga baru. Pada pemilu 1999, KPU telah memulai kiprahnya sebagai lembaga penyelenggara pemilu²⁰. Belajar dari pemilu 1999, perlu ada reformasi

¹⁸ Sutoro Eko, *Transisi Demokrasi Indonesia: Runtuhnya Rezim Orde Baru*, (Yogyakarta: APMD Press, 2003), hlm. 10.

¹⁹ Kevin R Evans, "Kata Pengantar", dalam Bernad Dermawan Sutrisno, *Konflik Politik di KPU Dalam Pemilu 1999*, (Jakarta: PT Mutiara, 2002), hlm. x.

²⁰ Pada pemilu 1999, KPU hadir menggantikan LPU (Lembaga Pemilihan Umum) sebagai lembaga penyelenggara pemilu semasa orde baru yang dianggap sebagai instrument kekuasaan pemerintah (eksekutif). Untuk menjamin kemandirian KPU terhadap pemerintahan, maka komposisi keanggotaan KPU diisi oleh wakil pemerintah dan wakil partai politik peserta pemilu. Ternyata KPU tidak mampu menghindari dari dominannya kepentingan partisan dan kepentingan pribadi yang dibawa oleh masing-masing anggota KPU. Akibatnya, terjadi konflik di internal KPU yang menghambat kerja KPU, bahkan pertentangan yang semakin tajam mengakibatkan KPU harus menyerahkan putusan akhir perhitungan suara pemilu kepada presiden selaku penanggungjawab pemilu. Bernad Dermawan, *Konflik Politik di KPU Dalam*

susunan dan kedudukan KPU sebagai jawaban terhadap kebutuhan lembaga pemilu yang mandiri. Oleh karena itu, UUD 1945 melalui amandemen ketiga memperkuat kedudukan lembaga ini dengan menempatkan KPU sebagai lembaga Negara. KPU tidak lagi ditempatkan sebagai bagian dari salah satu cabang kekuasaan, baik eksekutif, legislatif, maupun yuridis. Sebagai *State Auxillary Institutions* (lembaga sampiran negara) diharapkan KPU dapat menjamin kenetralan dari intervensi aktor-aktor politik yang terlibat dalam pemilu. Kemandirian KPU juga diwujudkan dari komposisi keanggotaan lembaga ini yang berasal dari kalangan independen, tidak lagi berisi wakil pemerintah dan wakil partai-partai politik peserta pemilu.

Sukses besar pelaksanaan pemilu legislatif (Pileg) dan pemilihan presiden (Pilpres) dua putaran oleh KPU di berbagai daerah bukanlah jaminan bagi sukses dalam penyelenggaraan pilkada²¹. Meskipun secara prinsipil pilkada *setali tiga uang* dengan pilpres, namun ada perbedaan posisi yang cukup signifikan bagi KPU di daerah dalam penyelenggaraan pilkada dibanding dalam penyelenggaraan pileg dan pilpres. Jika dalam pileg dan pilpres KPU/KPU Propinsi punya otoritas penuh sebagai penyelenggara, yang sekaligus juga punya kapasitas untuk merancang dan membuat *policy* atas pelaksanaan pemilu, maka hal yang sama tidak terjadi dalam pilkada.

Pemilu 1999, hlm. 14-26. Lihat juga Saifullah Ma'shum, *KPU dan Kontroversi Pemilu 1999*, Jakarta: Pustaka Indonesia Satu, 2001.

²¹ Mohammad Najib (Ed), *Pilkada dan Pengembangan Demokrasi Lokal*, (Yogyakarta: Komisi Pemilihan Umum Provinsi DIY, 2006), hlm. 25.

Dalam pilkada KPU Propinsi seolah hanya sekadar pelaksana. Dengan kata lain, jika dalam pileg dan pilpres KPU/KPU Propinsi selaku kontraktor tunggal yang punya otoritas penuh dalam penyelenggaraan pileg dan pilpres, maka dalam pilkada KPU Propinsi seolah hanya diposisikan selaku ‘kuli kontrak’ yang tidak mendapatkan kepercayaan penuh untuk menyelenggarakan keseluruhan tahapan pilkada. Sehingga disamping ada Peraturan Pemerintah yang telah mempersempit ruang gerak KPU Propinsi, pada saat yang sama Depdagri masih merasa perlu untuk juga membentuk Desk Pilkada. Desk tersebut tidak hanya di level nasional, namun juga di level Propinsi dan kabupaten / kota.

KPU merupakan satu badan (sistem) hirarki yang bersifat nasional, tetap dan mandiri, yang terdapat di tingkat nasional (disebut KPU), di tingkat Propinsi (disebut KPU Propinsi), dan tingkat kabupaten/kota (disebut KPU Kabupaten/Kota) sebagaimana ditegaskan dalam UU No.12 Tahun 2003 Pasal 1 ayat 3 dan 4 pasal 17 ayat (1) dan (2) ²². Hubungan struktural dan hirarkis KPU dengan KPU Propinsi dan KPU kabupaten/kota ditegaskan dalam UU No. 12 Tahun 2003 pasal 19 ayat 2 dan ayat 5 poin b; pasal 20 ayat 2 poin b dan c. hubungan pertanggungjawaban ditegaskan dalam pasal 28, 29, 31 dan 32 ²³.

Mengenai kewenangan KPU Propinsi ditegaskan dalam pasal 57 ayat 1 UU No. 32 Tahun 2004 yang berbunyi “pemilihan kepala daerah

²² UU No.12 Tahun 2003, dan UU No. 23 Tahun 2003 tidak mengenal istilah KPUD.

²³ Mohammad Najib (Ed), *Pilkada.....*Op. Cit, hlm. 7 – 8.

dan wakil kepala daerah diselenggarakan oleh KPU Propinsi yang bertanggungjawab kepada DPRD”. Akan tetapi, KPU Propinsi tidak hanya bertanggungjawab kepada DPRD saja. Mereka juga mempunyai tanggungjawab besar kepada masyarakat saat pelaksanaan pilkada. Tanggungjawab yang besar itu meliputi persiapan pra pilkada, pilkada dan pasca pilkada.

KPU Propinsi pada umumnya, berwenang membentuk panitia pelaksana pemilu (dari PPK – KPS) melalui mekanisme berjenjang. Sebagai penyelenggara pemilu atau pilkada, menurut UU No. 12 Tahun 2003 KPU dibekali tugas sebagai berikut²⁴:

1. Merencanakan dan memimpin pelaksanaan pemilu.
2. Menetapkan peserta pemilu.
3. Menetapkan daerah pemilihan, jumlah kursi, dan calon anggota DPR, DPD, DPRD Propinsi, dan DPRD Kabupaten/kota.
4. Menetapkan waktu, tanggal, dan tata cara pelaksanaan kampanye dan pemungutan suara.
5. Menetapkan hasil pemilu dan calon terpilih.
6. Melakukan evaluasi dan pelaporan pelaksanaan pemilu.

Sebelum pilkada dilangsungkan, KPU Propinsi lah yang harus menyiapkan segalanya, seperti dan persiapan-persiapan teknis yang lain.

Persiapan-persiapan tersebut membutuhkan waktu yang cukup lama,

²⁴ Aditya Purnomo, “KPU Dalam Pemilu 2004, Perjuangan Membangun Kemandirian dan Kapabilitas (Studi Kasus KPU Kabupaten Sleman Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta)”, *skripsi t. t.* Jurusan Ilmu Politik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UGM, Yogyakarta, 2005, hlm. 9-10.

meskipun secara resmi KPU Propinsi mulai ditugaskan pada enam bulan pra pilkada, namun pada kenyataannya mereka bekerja jauh-jauh hari sebelumnya. Tanggungjawab KPU Propinsi juga terlihat dari bagaimana mereka menyosialisasikan pelaksanaan pilkada, dan hal ini erat hubungannya dengan media massa lokal.

Pemberitaan di media massa akan sangat berpengaruh terhadap penilaian yang diberikan oleh masyarakat menjelang pilkada. Oleh karena itu, KPU Propinsi harus berhati-hati dalam menyuguhkan berita. Diharapkan tidak terjadi berita bias seperti saat pertama pemilu setelah runtuhnya orde baru. Akan tetapi hal tersebut tidak semata-mata menjadi tanggungjawab KPU Propinsi, media massa juga ikut bertanggungjawab bila sampai terjadi dampak negatif atas pemberitaan yang beredar. Karena media massa merupakan jembatan bagi pemerintah dan masyarakat.

Tanggungjawab yang dipikul oleh KPU Propinsi memang begitu berat, meliputi persiapan pra pilkada, yaitu membuka pendaftaran bagi calon peserta pilkada dan pemilih serta tanggungjawab yang lebih penting lainnya adalah memberi pendidikan bagi para pemilih (masyarakat) sebelum pilkada berlangsung. Dan saat hari pemilihan KPU Propinsi juga harus siap memantau pelaksanaan bersama panwaslu terpilih. Tidak berhenti disitu, KPU Propinsi juga bertanggungjawab untuk mengumumkan hasil penghitungan suara kepada masyarakat. Oleh karena itu, agar kinerja KPU Propinsi lebih maksimal maka dibutuhkan sarana yang dapat membantu kerja mereka, salah satunya yakni kerjasama dengan

media massa, khususnya, media massa lokal dan pada umumnya media massa nasional.

3. *Media Massa Sebagai Media Sosialisasi.*

Pada dasarnya, ada beberapa sarana dalam sosialisasi politik, yaitu: keluarga, sekolah, kelompok pergaulan, pekerjaan, media massa (sarana inilah yang menjadi fokus pembahasan penulisan penelitian ini), dan kontak-kontak politik langsung²⁵.

Sudah menjadi fungsi media untuk menginformasikan pesta demokrasi dalam kehidupan berbangsa sebagai bentuk aspirasi dan partisipasi politik rakyat dalam menentukan masa depan bangsanya. Tetapi pada akhirnya semua pemberitaan, baik di media cetak maupun elektronik (TV dan Radio), efeknya berpulang kembali kepada massa.

Tentu saja tiap-tiap individu yang ada dalam kelompok massa tersebut mempunyai selektivitas masing-masing dalam memilih isu-isu politik yang ditampilkan oleh setiap Organisasi Peserta Politik (OPP) sesuai selera serta kebutuhannya, sebagai “acuan” pandangan untuk bersikap dan bertindak dalam pesta demokrasi. Dengan kata lain, massa yang menjadi obyek kampanye pemberitaan di koran maupun TV mempunyai “urgensi” tersendiri terhadap berbagai bentuk alternatif untuk menentukan sikap.

²⁵ Mohtar Mas'ood dan Colin Mac Adrews, *Perbandingan Sistem Politik*, (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2001) hlm. 39-40.

Pada kenyataannya, massa mempunyai kelompok serta penilaian tersendiri sebagai pegangan bersikap dan bertingkah laku. Dengan kata lain, feedback atau efek perubahan sikap yang diharapkan oleh OPP setelah kampanye di TV sangat kecil dan hanya terbatas kepada massa yang berstatus sosial ekonomi rendah. Dengan demikian jelaslah bahwa kampanye tiap-tiap OPP di TV sangat kecil pengaruhnya karena faktor sosial budaya dan sosial ekonomi serta pendidikan mempengaruhi persepsi dari tiap-tiap individu yang beraneka ragam dalam menangkap isi dan isu kampanye tersebut.

Sehingga, kampanye di TV bukan lagi merupakan tata cara atau teknik untuk mengubah sikap, melainkan sebagai pengukuhan kekuatan program OPP tersebut, yang telah diberikan melalui media massa cetak dan elektronik maupun kampanye lapangan (pawai) dan rapat umum.

Hal tersebut menimbulkan indikator kegiatan sosialisasi media yang dirumuskan oleh HYMAN sebagai berikut²⁶:

- 1) Mencerminkan tuntutan dan harapan serta suka-duka rakyat.
- 2) Memberi hiburan.
- 3) Menimbulkan perasaan simpati dan belas kasih terhadap orang yang kurang dan menderita (*sympathy arousing*).
- 4) Meningkatkan harga diri, yang serba kurang dan menderita (*selfregarding sentiment*).

²⁶ Sutoro Eko, *Transisi Demokrasi Indonesia: Runtuhnya Rezim Orde Baru*, (Yogyakarta:APMD Press, 2003), hlm. 98.

- 5) Mengadakan kemampuan berfungsi (*functional sociability*) dalam masyarakat, juga kepada mereka yang serba kekurangan.

Nilai kebenaran dan kejujuran dalam memberikan berita juga harus diperhatikan untuk kepentingan bersama, dan hal itu juga sesuai dengan konsep komunikasi politik Islam. Yakni, menekankan aspek akhlakul karimah pada isi pesan (*content*) media massa dan komunikasi sosial²⁷, dengan begitu akan tercipta komunikasi yang santun kepada masyarakat.

Hal terpenting dalam memahami media adalah bagaimana media melakukan politik pemaknaan. Seperti yang disampaikan Stuart Hall²⁸, yang menyatakan makna tidak tergantung pada struktur makna itu sendiri, tetapi lebih kepada praktik pemaknaan. Makna adalah suatu produksi sosial, suatu praktik konstruksi. Media pada dasarnya tidak memproduksi melainkan menentukan (*to define*) realitas melalui kata-kata yang terpilih.

Peristiwa atau isu sosial dan politik dapat atau layak diproduksi menjadi berita hanya apabila²⁹,

- 1) tidak mengganggu calon investor atau sponsor yang memasang iklan di media.
- 2) memenuhi biaya peliputan minimal yang bisa dikeluarkan
- 3) memenuhi harapan mayoritas khalayak yang menjadi sasaran pemasang iklan ketika membayar iklan ke media.

²⁷ A. Muis, *Komunikasi Islam*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2001), hlm. 116.

²⁸ Ibnu Hamad, *Konstruksi Realitas Politik Dalam Media Massa, Sebuah Studi Critical Discourse Analysis terhadap Berita-berita Politik*, (Jakarta: Granit, 2004), hlm. 25.

²⁹ Masduki, *Jurnalisme Politik: Keberpihakan Media Dalam Pemilu 2004*, JSP (Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik), volume 8.No. 1, Juli 2004, hlm. 86.

Padahal prinsip tersebut bertolak belakang dengan norma dasar produksi berita yang mengutamakan dampak dan kepentingan publik sebagai pertimbangan menjadikan sebuah peristiwa atau isu layak menjadi sebuah berita.

Melalui *agenda setting* melalui media massa tersebut, dengan menggunakan kata-kata pilihan KPU Propinsi dapat dengan baik menyosialisasikan Pilkada. Dengan begitu tanggungjawab KPU Propinsi sebagai penyelenggara dapat terpenuhi dan masyarakat serta seluruh elemen yang terkait dapat menjalankan kewajiban sebagai warga negara yang baik dalam pemilihan tersebut. Disamping itu, melalui *agenda setting* tersebut pelanggaran-pelanggaran pada Pilkada juga diharapkan dapat teratasi, karena dengan *agenda setting*, tidak hanya kontrol dari KPU Propinsi, anggota dewan, dan media yang akan didapat, tetapi kontrol dari masyarakat pun akan terus mengalir kepada para calon pasangan yang sedang berkompetisi memperebutkan posisi kepala daerah dan wakilnya.

G. Metode Penelitian

Penelitian ini bermaksud untuk mengungkapkan strategi yang digunakan oleh KPU Propinsi Jatim dalam menyosialisasikan pilkada 2008 melalui media massa, dengan demikian penelitian ini membutuhkan metode penelitian yang sesuai.

a. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif, yaitu penelitian yang dimaksudkan untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subyek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain. Secara holistik, dengan cara deskriptif dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah³⁰. Dalam penelitian kualitatif metode yang biasanya digunakan adalah wawancara, pengamatan atau observasi dan pemanfaatan dokumentasi.

Penelitian jenis deskriptif ini digunakan untuk mendeskripsikan apa adanya mengenai strategi yang digunakan oleh KPU Jatim dalam menyosialisasikan pilkada 2008 melalui media massa.

b. Penentuan Subyek dan Obyek Penelitian

Menurut Sanapiah Faisal istilah subyek penelitian (sumber) menunjukkan pada orang individu, kelompok yang dijadikan unit satuan (kasus) yang diteliti³¹. Subyek penelitian merupakan sumber informasi untuk mencari data dan masukan-masukan dalam mengungkapkan masalah penelitian atau yang dikenal dengan istilah "informan" yaitu

³⁰ Lexy J. Maleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2004), hal. 5-6.

³¹ Sanapiah Faisal, *Format-format Penelitian Sosial*, (Jakarta: Rajawali Press, 1989), hlm. 109.

orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian³².

Dalam penelitian ini, yang menjadi subyek penelitian adalah anggota KPU Jatim bidang sosialisasi Pilkada. Selain itu, beberapa orang dari anggota KPU Jatim yang lain serta beberapa staf sekretariat KPU Propinsi Jatim. Sedangkan dari perwakilan salah satu media massa lokal yang digunakan dalam sosialisasi adalah dari pihak JTV yang mewakili TV lokal. Adapun nama mereka adalah sebagai berikut: Arief Budiman, Didik Prasetyono, Turmiddi, Subandhi, Joko Setiono, Yulnani Dewi, serta Erika dari JTV.

Obyek penelitian adalah permasalahan yang diteliti, yaitu: Strategi KPU Jatim dalam menyosialisasikan pilkada Jawa Timur 2008 melalui media massa. Selain itu yang menjadi objek penelitian adalah masyarakat Jawa Timur yang menjadi pemilih.

c. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang diharapkan dalam penelitian ini maka pengumpulan data yang peneliti gunakan adalah:

1. Wawancara (interview)

Pengumpulan data dengan menggunakan teknik wawancara menurut Canseolo G. Sevilla, dkk, adalah suatu metode penelitian

³² Lexy J. Maleong, *Metodologi*.....Op. Cit. hlm. 90.

yang meliputi pengumpulan data melalui interaksi verbal secara langsung antara pewawancara dengan responden.³³

Wawancara digunakan peneliti untuk mendapatkan keterangan-keterangan lisan melalui bercakap-cakap dan bertatap muka dengan yang memberikan keterangan kepada peneliti. Dalam wawancara ini selalu terdiri dari dua belah pihak, yang satu kedudukannya sebagai pencari informasi dan lainnya pemberi informasi. Metode ini penulis gunakan dalam rangka untuk memperoleh data yang primer dan utama, yang tidak dapat diperoleh melalui dokumentasi.

Pada penelitian ini penulis akan menggunakan jenis wawancara bebas terpimpin. Penulis hanya akan menentukan garis besar pertanyaan pada pedoman wawancara. Hal ini dimaksudkan agar arah wawancara tidak menyimpang dari pokok permasalahan. Dengan metode ini peneliti mengajukan beberapa pertanyaan informasi mengenai strategi yang digunakan oleh KPU Jatim dalam menyosialisasikan pilkada melalui media massa.

Adapun informan yang penulis pilih adalah:

- a) Arief Budiman, S. IP, S.S
- b) Didik prasetiyono, S. E
- c) Turmiddi, S. Sos
- d) Yulnani Dewi, S. T
- e) Subabdhi, S. IP
- f) Joko Setiono, S. T

³³ Sevilla, dkk, *Pengantar Wawancara*, (Jakarta: Universitas Indonesia Press, 1993), hlm. 48.

g) Erika, S. E

2. Observasi

Observasi dapat diartikan sebagai pengamatan dan pencatatan yang sistematis fenomena-fenomena yang diselidiki³⁴. Observasi ini dilakukan dengan teknik dimana peneliti terjun langsung dalam kegiatan yang dilakukan. Metode pengumpulan data ini digunakan untuk mengumpulkan data guna mengetahui strategi KPU Jatim dalam menyosialisasikan pelaksanaan pilkada melalui media massa. Dengan observasi ini, peneliti melakukan pengamatan dengan teliti dan mencatat data-data yang diperoleh secara sistematis.

3. Dokumentasi

Metode ini digunakan untuk mendapatkan data yang sifatnya tertulis (yang berupa dokumen-dokumen), seperti sejarah KPU Jatim, struktur organisasi, dan lain-lain. Berkaitan dengan hal tersebut, teknik ini digunakan dalam rangka mengumpulkan data yang bersifat tulisan, baik yang sudah berwujud buku maupun berwujud informasi lainnya.

Data ini digunakan untuk melengkapi dan mengecek data yang diperoleh dari wawancara dan observasi.

³⁴ Koentjaraningrat, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: PT Gramedia, 1991), hlm. 44.

d. Validitas Data

Validitas Data adalah kebenaran atau keabsahan suatu data yang diteliti³⁵. Validitas data digunakan sebagai pembuktian bahwa data yang diperoleh dari penelitian sesuai dengan fakta yang sesungguhnya.

Untuk menjamin kevaliditan data penulis menggunakan teknik triangulasi sumber yaitu membandingkan data-data hasil beraneka ragam, membandingkan apa yang dikatakan sumber data di depan umum dengan yang dikatakan secara pribadi dan membandingkan data hasil wawancara dengan dokumen-dokumen yang ada³⁶.

e. Analisis Data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode "**analisis deskriptif kualitatif**", yaitu cara analisis yang cenderung menggunakan kata-kata untuk menjelaskan fenomena atau data yang didapat³⁷. Untuk kepentingan ini mula-mula dilakukan pengumpulan data dari semua pihak yang terkait, melalui interview atau wawancara dan selanjutnya data tersebut diproses, kemudian disederhanakan serta dihubungkan antara satu dengan yang lainnya. Kemudian informasi yang sederhana tersebut diinterpretasikan secara rasional melalui analisis dari teori-teori yang relevan untuk memperoleh makna yang lebih tepat.

³⁵ Pius A. Partanto dan M. Dahlan Al-Barry, *Kamus Ilmiah Populer*, (Yogyakarta: Arkola, 1994), hlm. 772.

³⁶ Lexy J. Maleong, *Metode Penelitian...*, op. cit, hlm.330.

³⁷ Drajad Suharjo, *Metodologi Penelitian dan Penulisan laporan Ilmiah*, (Yogyakarta: UII Press, 2003), hlm. 12.

H. Sistematika Pembahasan

Secara garis besar skripsi ini terdiri dari beberapa bab, yakni:

Bab pertama menjelaskan, penegasan judul, latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, kajian pustaka, kerangka teori, metode penelitian, dan sistematika pembahasan

Pada bab II akan dijelaskan tentang gambaran umum KPU Jatim dan sekilas tentang kondisi masyarakat Jawa Timur, yang meliputi: letak geografis, sejarah berdirinya, perkembangan, tujuan berdirinya Visi dan Misi), struktur organisasi, serta mitra kerjanya.

Bab ketiga, akan menguraikan hasil penelitian dan pembahasan yaitu analisa strategi KPU Propinsi Jatim dalam menyosialisasikan pilkada 2008 melalui media massa, khususnya media massa lokal.

Bab terakhir, yakni bab IV akan diberikan kesimpulan-kesimpulan yang diperoleh dari pembahasan dalam bab-bab sebelumnya, saran-saran dan penutup.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penjelasan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa strategi yang digunakan oleh KPU Propinsi Jawa Timur dalam menyosialisasikan Pilkada (Pilgub) 2008 melalui media massa adalah dengan menerapkan unsur-unsur manajemen komunikasi, mulai dari perencanaan, tindakan, kontrol, hingga evaluasi.

Perencanaan tersebut dimulai dengan segmentasi khalayak sebagai sasaran sosialisasi, pesan yang hendak disosialisasikan, metode penyampaian pesan, pemilihan media, komunikator, serta perorganisasian penanggungjawab. Selanjutnya adalah tindakan, dan diteruskan dengan adanya kontrol terhadap tindakan yang dilakukan, serta tahap terakhir yaitu evaluasi terhadap seluruh pelaksanaan Pilkada 2008 oleh KPU Propinsi Jawa Timur selaku penanggungjawab.

Sebagai salah satu contoh media massa yang diajak bekerjasama oleh KPU Propinsi Jawa Timur adalah JTV. Adapun program yang dipilih adalah dengan menggunakan *running text* (teks berjalan), dialog, iklan, dan *superlub* (tampilan angka di pojok layar kaca televisi yang menunjukkan waktu menuju hari H untuk pelaksanaan Pilgub 2008).

Empat program tersebut yang dipilih oleh KPU Jatim dalam menyosialisasikan Pilkada 2008, karena erat kaitannya dengan efektivitas dan efisiensi penggunaan media pada pelaksanaan Pilkada (Pilgub) 2008.

Dengan memanfaatkan TV lokal KPU Propinsi Jawa Timur dapat menghemat pengeluaran, selain itu mereka juga percaya bahwa TV lokal bisa lebih memahami karakteristik masyarakat Jawa Timur.

KPU Propinsi Jawa Timur dalam menyosialisasikan (dan/atau mempublikasikan) Pilkada (Pilgub) 2008 lebih banyak dengan cara *off air* (tidak disiarkan/ditayangkan melalui media elektronik). Pemasangan spanduk, baliho, atau poster di jalan-jalan protokol atau ditempat-tempat yang sering disinggahi masyarakat di setiap daerah ternyata lebih efektif dan efisien.

Penggunaan media tersebut lebih tahan lama, dan masyarakatpun akan lebih sering membaca dengan berulang-ulang sehingga masyarakat akan lebih akrab dengan pesan yang dimaksud dan lebih cepat mengingatnya, sehingga sosialisasipun dapat diterima oleh seluruh masyarakat. Selain itu, penggunaan media seperti ini lebih murah sehingga mengemat pengeluaran KPU Propinsi Jawa Timur dalam Pilgub 2008 kali ini. Akan tetapi dengan keempat strategi sebagaimana telah disebutkan diatas, yaitu *running teks*, *superlub*, *iklan*, serta *dialog* KPU Propinsi Jawa Timur berusaha menyosialisasikan Pilkada dengan cara yang lebih menarik perhatian masyarakat.

B. Saran – saran

1. KPU JATIM sebagai penyelenggara Pilkada (Pilgub) 2008 harus benar-benar independent dalam menjalankan tugas dan tanggungjawabnya.

Kerjasama yang baik harus dijalin dengan pemerintah daerah dan seluruh masyarakat, agar Pilkada yang benar-benar demokratis dapat terwujud.

2. Pemerintah daerah beserta seluruh departemen, lembaga, dan dinas terkait harus optimal dalam mendukung pelaksanaan pilkada (Pilgub), agar tidak terjadi keterlambatan dalam proses pelaksanaan Pilkada.
3. Aparat pemerintah seperti TNI dan polisi juga sangat dibutuhkan dalam pelaksanaan Pilkada (pilgub) Jatim 2008. Keberadaan mereka diharapkan dapat menciptakan Pilkada (pilgub) Jatim yang aman.
4. Masyarakat Jawa Timur yang mempunyai hak politik sebagai pemilih juga harus berperan aktif dan kritis terhadap pemimpin atau calon- calon pemimpin masa depan mereka, agar cita-cita bersama yakni hidup dengan aman dan sejahtera dapat terwujud.
5. Media massa sebagai penyalur aspirasi seluruh lapisan masyarakat dapat berperan dan memanfaatkan posisinya sebaik mungkin. Dalam hal ini lebih difokuskan kepada media massa lokal di Jawa Timur yang berpotensi lebih besar karena mereka lebih mengenal karakter masyarakat setempat. Obyektivitas sangat dibutuhkan oleh media massa (lokal) dalam menyampaikan pesan, agar pesan yang ingin disampaikan dapat diterima dengan maksimal.

DAFTAR PUSTAKA

Buku Komunikasi:

- Arifin, Ahmad, *Strategi Komunikasi (sebuah pengantar ringkas)*, Bandung: Armico, 1984.
- Cangara, Hafied, *Pengantar Ilmu Komunika. Ed. 1*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007.
- Effendy, Onong U, *Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2003.
- , *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*, Bandung: PT. Citra Aditya bakti, 2000.
- Kuswandi, Drs. Wawan, *Komunikasi Massa, Sebuah Analisis Media*, Jakarta: PT. Rineka Cipta, 1996.
- Masduki, *Jurnalisme Politik: Keberpihakan Media Dalam Pemilu 2004*, JSP (Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik), volume 8.No. 1, Juli 2004.
- McQuail, Denis, *Teori Komunikasi Massa suatu pengantar*, Jakarta: Erlangga, 1987.
- Muis, A, *Komunikasi Islam*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2001.
- Mulyana, Dedy, *Nuansa-nuansa Komunikasi, Meneropong Politik dan Budaya Komunikasi Masyarakat Kontemporer*, Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2005.
- Najib, Mohammad (Ed), *Pilkada dan Pengembangan Demokrasi Lokal*, Yogyakarta: Komisi Pemilihan Umum Propinsi DIY, 2006.
- Nurudin, *Sistem Komunikasi Indonesia*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005.
- Oliver, Sandra, *Strategi Public Relations*, Jakarta: Erlangga, 2007.
- Sayoga, Budi, *“Diktat Mata Kuliah Perencanaan Komunikasi”*, Yogyakarta: Jurusan Ilmu Komunikasi, UGM, 2002.
- Susanto, Dr. Phil . Astrid S, *Filsafat Komunikasi*, Bandung: Binacipta, 1976.

Buku Lain-lain:

- Chidmad, Tataq, *Kritik terhadap Pemilihan Langsung*, Yogyakarta: Pustaka Widyatama, 2002.
- Eko, Sutoro, *Transisi Demokrasi Indonesia: Runtuhnya Rezim Orde Baru*, Yogyakarta: APMD Press, 2003.
- Faisal, Sanapia, *Format-format Penelitian Sosial*, Jakarta: Rajawali Press, 1989.
- Karim, Abdul Gaffar (Ed), *Kompleksitas Persoalan Otonomi Daerah di Indonesia*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003.
- Koentjaraningrat, *Metode-metode Penelitian*, Jakarta: PT Gramedia, 1991.
- Maleong, Lexy J, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2004.
- Mas'oed, Mohtar dan Colin Mac Adrews, *Perbandingan Sistem Politik*, Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2001.
- Partanto, Pius A. dan M. Dahlan Al-Barry, *Kamus Ilmiah Populer*, Yogyakarta: Arkola, 1994.
- Rieswanto, Agust, *Ensiklopedi Pemilu, Analisis Kritis Introspeksi Pemilu 2004 Menuju Agenda Pemilu 2009*, Wonogiri: Lembaga Studi Agama & Budaya (el- SAB), 2007.
- Santoso, Topo dan Didik Supriyanto, *Mengawasi Pemilu Mengawal Demokrasi*, Jakarta: PT. Rajawali Persada, 2004.
- Sevilla, dkk, *Pengantar Wawancara*, Jakarta: Universitas Indonesia Press, 1993.
- Suharjo, Drajad, *Metodologi Penelitian dan Penulisan Laporan Ilmiah*, Yogyakarta: UII Press, 2003.
- Sutrisno, Bernad Dermawan, *Konflik Politik di KPU Dalam Pemilu 1999*, Jakarta: PT Mutiara, 2002.
- Undang-undang Republik Indonesia Nomor 2 Tahun 2007 tentang *Penyelenggara Pemilihan Umum*, Jakarta: CV. Novindo Pustaka Mandiri, 2007.
- Undang-undang Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2004 tentang *Pemerintah Daerah, Peraturan Tentang PILKADA 2005*, Jakarta: Sinar Grafika, 2005.

Wirodono, Sunardian, *Matikan TV-Mu!, Teror Media Televisi di Indonesia*, Yogyakarta: Resist Book, 2005.

Hasil Penelitian:

Aditya Purnomo, “KPU Dalam Pemilu 2004, Perjuangan Membangun Kemandirian dan Kapabilitas (Studi Kasus KPU Kabupaten Sleman Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta)”, *skripsi t. t.* Jurusan Ilmu Politik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UGM, Yogyakarta, 2005.

Ahmad Rais, “Strategi Komunikasi Tim Kampanye Capres-Cawapres (studi kasus: Strategi Komunikasi Tim Kampanye Amien-Siswono dalam membangun citra pasangan Amien Rais-Siswono Yudo Husodo pada pemilu 2004)”, *skripsi t.t.*, Yogyakarta: Jurusan Ilmu Politik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UGM, 2005.

Website:

[www. Google.com](http://www.Google.com)

[www. kpujatim.go.id](http://www.kpujatim.go.id)

[www. kpujabar.go.id](http://www.kpujabar.go.id)

[www. Wikipedia.com](http://www.Wikipedia.com)

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA