

# Komunikasi Politik Calon Legislatif dalam Memengaruhi Partisipasi Politik Masyarakat di Kabupaten Aceh Utara

## *Political Communication of Legislative Candidate in Affecting Political Participation in the North Aceh District*

Fauzi

STIKes Muhammadiyah Lhokseumawe  
Jalan Darussalam No. 47 Lhokseumawe, Aceh

fauzikalia2017@gmail.com

Diterima: 26 Januari 2018 || Revisi: 15 Februari 2018 || Disetujui: 17 Juli 2018

**Abstrak** – Penelitian ini membahas mengenai komunikasi politik calon legislatif dalam memengaruhi partisipasi politik masyarakat di Kabupaten Aceh Utara. Komunikasi politik merupakan suatu proses komunikasi atau proses pemberian lambang-lambang atau simbol-simbol komunikasi yang berisikan pesan-pesan politik yang memiliki implikasi memengaruhi sikap dan tingkah laku khalayak yang menjadi target politik. Calon legislatif dipilih masyarakat melalui pemilihan umum legislatif yang biasanya diajukan oleh partai politik. Penelitian ini menggunakan metode survei dengan pendekatan mixmethod, kuantitatif dan kualitatif. Berdasarkan hasil penelitian, komunikasi politik calon legislatif memengaruhi partisipasi politik masyarakat di Kabupaten Aceh Utara sebesar 33,2% dan sisanya dipengaruhi hal-hal lain yang tidak diteliti. Koefisien bernilai positif artinya semakin efektif komunikasi politik calon legislatif, maka semakin meningkat partisipasi politik masyarakat. Begitu juga dengan hasil wawancara dengan tokoh politik menunjukkan bahwa pesan-pesan politik yang disusun dengan sedemikian rupa oleh calon legislatif yang disampaikan pada saat kampanye baik secara tatap muka maupun melalui media massa dan kemampuan berkomunikasi atau menyampaikan pesan dapat memengaruhi partisipasi masyarakat untuk memilih calon legislatif tersebut dalam pemilu legislatif.

**Kata Kunci:** komunikasi politik, partisipasi politik, partai politik, pemilu legislatif

**Abstract** - This study discusses the political communication of legislative candidates in influencing the political participation of the community in North Aceh District. Political communication is a process of communication or the process of giving symbols or symbols of communication containing political messages that have implications affect the attitudes and behavior of audiences who become political targets. Legislative candidates are elected by the general election through legislative elections normally proposed by political parties. This research uses survey method with mixmethod approach, quantitative and qualitative. Based on the results of the research, political communication of legislative candidates influences the political participation of the people in Aceh Utara Regency by 33.2% and the rest is influenced by other things that are not examined. Coefficient of positive value means the more effective political communication of legislative candidates, then the increasing political participation of the community. Likewise, the results of interviews with political figures show that political messages are arranged in such a way by the legislative candidates submitted at the time of the campaign either face to face or through mass media and the ability to communicate or convey messages may affect the participation of the people to vote for the legislative candidate in legislative elections.

**Keywords:** legislative elections, political communication, political participation, political parties

### PENDAHULUAN

Komunikasi sebagai esensi dari interaksi antar manusia memegang peranan penting dalam semua aspek kehidupan, termasuk politik. Adanya pandangan bahwa komunikasi itu mencakup politik, kiranya dapat dipahami, karena memang politik itu bersifat serba hadir (*ubiquitous*) dan multimakna. Dalam setiap realitas kehidupan politik bisa dipastikan akan selalu terjadi komunikasi politik. Komunikasi politik dapat

diartikan sebagai suatu proses komunikasi yang memiliki implikasi atau konsekuensi terhadap aktivitas politik (Cangara, 2011: 30). Komunikasi politik berperan menyambungkan semua bagian dari sistem politik sehingga aspirasi dan kepentingan tersebut dikonversikan menjadi kebijaksanaan. Karena itu komunikasi politik secara keseluruhan tidak dapat dipahami, kecuali apabila dihubungkan dengan dimensi politik dalam segala aspek dan

problematikanya. Bila komunikasi berjalan lancar, wajar, dan sehat, sistem politik akan mencapai tingkat kualitas responsif yang tinggi terhadap perkembangan aspirasi dan masyarakat sesuai dengan tuntunan zaman.

Komunikasi politik berkaitan erat dengan sistem politik yang dianut sebuah negara. Komunikasi politik, seperti halnya di sistem politik lainnya juga mutlak diperlukan dalam proses pembentukan pemerintahan. Keikutsertaan rakyat dalam proses pemerintahan diwujudkan melalui adanya penyelenggaraan pemilihan umum (pemilu). Pemilu adalah pasar politik tempat individu/masyarakat berinteraksi untuk melakukan kontrak sosial antara peserta pemilu (partai politik) dengan pemilih (rakyat) yang memiliki hak pilih setelah terlebih dahulu melakukan aktivitas politik (Rahman, 2007: 147). Pembentukan pemerintahan ini mengacu pada proses penyelenggaraan pemilihan umum (pemilu) yang rutin diselenggarakan sebagai agenda wajib demokrasi Indonesia. Dengan demikian, salah satu wujud partisipasi masyarakat dalam proses politik adalah pemilihan umum (pemilu).

Pemilu merupakan sarana bagi masyarakat untuk ikut menentukan figur dan arah kepemimpinan negara atau daerah dalam periode tertentu. Pada pemilihan umum, komunikasi politik berperan penting untuk mendorong masyarakat berpartisipasi. Berhasil tidaknya komunikasi politik yang dijalankan komunikator politik akan tampak pada partisipasi politik masyarakat ketika hari pencoblosan tiba. Perilaku memilih sebagai proses pemberian suara tersebut dipahami sebagai partisipasi politik masyarakat. Dalam analisis politik modern, partisipasi termasuk ke dalam hal penting yang belakangan ini banyak mendapat perhatian di negara-negara berkembang. Partisipasi politik adalah hal yang memengaruhi sistem politik sebuah negara yang demokratis, karena sistem politik yang demokratis tidak akan ada artinya tanpa adanya partisipasi politik. Dalam hubungannya dengan demokrasi, partisipasi politik berpengaruh terhadap legitimasi masyarakat terhadap jalannya suatu pemerintahan. Karena setiap masyarakat memiliki preferensi dan kepentingan masing-masing untuk menentukan pilihan mereka dalam pemilu. Di samping itu, partisipasi politik masyarakat dalam Pemilu dapat dipandang sebagai kontrol masyarakat terhadap suatu pemerintahan. Kontrol yang diberikan beragam tergantung dengan tingkat partisipasi politik masing-masing.

Partisipasi politik dalam negara demokrasi merupakan indikator implementasi penyelenggaraan kekuasaan negara tertinggi yang absah oleh rakyat (kedaulatan rakyat), yang dimanifestasikan keterlibatan mereka dalam pesta demokrasi (pemilu). Artinya, partisipasi politik merupakan aspek penting dalam sebuah tatanan negara demokrasi, sekaligus merupakan ciri khas adanya modernisasi politik. Semakin tinggi tingkat partisipasi politik mengindikasikan bahwa rakyat mengikuti dan memahami serta melibatkan diri dalam kegiatan kenegaraan. Sebaliknya tingkat partisipasi politik yang rendah pada umumnya mengindikasikan bahwa rakyat kurang menaruh apresiasi atau minat terhadap masalah atau kegiatan kenegaraan.

Pemilihan umum yang diselenggarakan di negara-negara yang demokratis merupakan alat untuk memberikan kesempatan kepada rakyat untuk ikut serta memengaruhi kebijaksanaan pemerintah dan sistem politik yang berlaku. Sedangkan, partisipasi politik merupakan kegiatan yang dilakukan warga negara untuk terlibat dalam proses pengambilan keputusan dengan tujuan untuk memengaruhi pengambilan keputusan yang dilakukan pemerintah. Dalam pelaksanaannya, keputusan politik akan menyangkut dan memengaruhi kehidupan warga negara. Dengan demikian, masyarakat tentu berhak ikut serta mempengaruhi proses pembuatan dan pelaksanaan keputusan itu. Partisipasi itu juga berhubungan dengan kepentingan-kepentingan masyarakat, sehingga apa yang dilakukan rakyat dalam partisipasi politiknya menunjukkan derajat kepentingan mereka. Salah satu kegiatan yang menunjukkan adanya partisipasi politik dalam sebuah negara adalah proses pemilihan umum.

Selain sebagai inti dari demokrasi, partisipasi politik juga berkaitan erat dengan pemenuhan hak-hak politik warga negara. Wujud dari pemenuhan hak-hak politik adalah adanya kebebasan bagi setiap warga untuk menyatakan pendapat dan berkumpul. Kesadaran politik masyarakat menjadi faktor determinan dalam partisipasi politik masyarakat, artinya sebagai hal yang berhubungan pengetahuan dan kesadaran akan hak dan kewajiban yang berkaitan dengan lingkungan masyarakat dan kegiatan politik menjadi ukuran dan kadar seseorang terlibat dalam proses partisipasi politik. Bentuk partisipasi dapat dilihat juga dari kegiatan sebagai aktivis politik, mencakup antara lain menjadi pimpinan atau anggota partai politik. Salah satu faktor yang memengaruhi partisipasi

politik adalah komunikasi politik antara pemerintah dan rakyat sebagai interaksi antara dua pihak yang menerapkan etika (Surbakti, 2010: 119). Artinya, pemilihan umum bukan satu-satunya alat untuk mengukur tingkat partisipasi masyarakat, karena angka hasil pemilu hanya memberi gambaran kasar mengenai partisipasi politik. Yang dimaksudkan partisipasi politik bukan hanya dilihat dari jumlah suara semata yang telah dimenangkan oleh partai politik, akan tetapi dilihat kemampuan masyarakat dan tingkat kesadaran masyarakat dalam menentukan pilihannya yang terbaik sesuai dengan hati nurani tanpa ada tekanan dari pihak lain. Yang menjadi menarik dari fenomena politik ini adalah tidak semua masyarakat melakukan partisipasi politiknya secara aktif, tidak sedikit pula masyarakat yang tidak mau ambil peduli dalam kegiatan partisipasi politik, dan banyak faktor yang memengaruhinya.

Masyarakat di Aceh, dipandang memiliki penilaian yang berbeda terhadap situasi politik yang ada. Sejarah Aceh banyak diwarnai oleh kekerasan, dan berbagai upaya telah dilakukan untuk menyelesaikan konflik yang terjadi. Konflik Aceh yang berlarut-larut, akhirnya dapat diselesaikan dengan adanya *Memorandum of Understanding (MoU) Helsinki* pada tahun 2005 melalui mediasi CMI (*Conflik Management Initiative*). Butir-butir kesepakatan yang disetujui inilah yang kemudian menjadi prinsip dasar untuk membangun Aceh Baru yang demokratis dan berlandaskan pada *self government*. Salah satu kesepakatannya adalah tentang partisipasi politik yang berbunyi: "Partisipasi penuh semua orang Aceh dalam pemilihan lokal dan nasional, akan dijamin sesuai dengan Konstitusi Republik Indonesia". Selanjutnya, lahir undang-undang Republik Indonesia nomor 11 tahun 2006 tentang Pemerintahan Aceh, dan Peraturan Pemerintah Nomor 20 Tahun 2007 Tentang Partai Politik Lokal. Dengan hadirnya Partai Politik Lokal merupakan tambahan sarana untuk penyampaian aspirasi politik masyarakat di Aceh. Pengaturan partisipasi politik di Aceh merupakan ruang publik yang telah dibuka bagi keterlibatan kelompok-kelompok masyarakat di Aceh dalam bidang politik. Partisipasi politik masyarakat Aceh merupakan sarana untuk menyuarakan aspirasi demi kemajuan Aceh. Dengan adanya partisipasi politik tersebut, mereka memiliki media untuk mengembangkan sistem politik agar mekanisme politik itu hidup dan berjalan sesuai dengan prosesnya.

Pemilu legislatif secara langsung pada tanggal 9 April 2009 berlangsung serentak di seluruh wilayah Indonesia termasuk di Kabupaten Aceh Utara. Pemilu legislatif ini memberikan hak kepada masyarakat Kabupaten Aceh Utara untuk memilih secara langsung calon anggota legislatif periode 2009–2014. Berdasarkan pelaksanaan pemilu legislatif pada dua periode, yaitu 2009-2014 dan 2014-2019, partisipasi pemilih pada pemilu legislatif di Aceh Utara cenderung mengalami peningkatan. Berdasarkan data KIP Kabupaten Aceh Utara penggunaan hak pilih pada pemilu legislatif tahun 2009-2014, pengguna hak pilih hanya mencapai 56% dari total pemilih berjumlah 370.036, yaitu 208.626 pemilih. Sedangkan, pada pemilu Legislatif tahun 2014-2019 mencapai 76,34% dari total 390.747 pemilih, yaitu 298.296 pengguna hak pilih dan hanya 23,66% yang tidak menggunakan hak pilihnya. Sementara, jika dilihat dari pengalaman pemilu di beberapa wilayah bekas konflik, salah satunya Aceh membuktikan pesta demokrasi ini (pemilu legislatif) banyak diwarnai kekerasan politik seperti intimidasi. Artinya ada beberapa faktor yang dapat memengaruhi tingkat partisipasi politik masyarakat dalam pemilu legislatif, diantaranya sosialisasi politik oleh legislatif. Sosialisasi politik merupakan proses penanaman nilai-nilai politik yang dilakukan oleh legislatif sebagai komunikator kepada masyarakat. Sosialisasi politik dapat dikatakan sebagai transmisi informasi yang relevan secara politis dari satu bagian sistem politik. Pada setiap bagian dari sistem politik terjadi komunikasi politik, diantaranya sosialisasi politik. Maka, dalam sistem politik komunikasi politik merupakan salah satu fungsi yang sangat penting. Peneliti menganggap penting untuk meneliti bagaimana komunikasi politik legislatif sehingga meningkat partisipasi politik masyarakat di Kabupaten Aceh Utara pada pemilu legislatif.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, dapat dirumuskan masalah penelitian ini, yaitu bagaimanakah citra politik legislatif pada pemilu legislatif di Kabupaten Aceh Utara?. Bagaimanakah pesan-pesan politik legislatif pada pemilu legislatif di Kabupaten Aceh Utara?. Selanjutnya tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan memahami citra politik legislatif pada pemilu legislatif di Kabupaten Aceh Utara, dan untuk mengetahui pesan-pesan politik legislatif pada pemilu legislatif di Kabupaten Aceh Utara.

Segala sesuatu yang dilakukan atas dasar kepentingan kelompok atau kekuasaan seringkali diatasmakan dengan label politik. Karena itu dalam kehidupan manusia sehari-hari istilah politik sudah tidak begitu asing lagi. Secara terminologis, politik diartikan sebagai berbagai macam kegiatan dalam suatu sistem politik (negara) yang menyangkut proses menentukan tujuan-tujuan dari sistem itu dan bagaimana cara mencapai tujuan itu (Budiarjo, 2008: 8). Artinya, politik merupakan suatu proses dalam melaksanakan maupun dalam mencapai tujuan dari politik itu sendiri. Definisi lain menyebutkan politik dapat dipahami sebagai proses pembentukan dan pembagian kekuasaan dalam masyarakat antara lain berwujud proses pembuatan keputusan, khususnya dalam negara. Dapat juga dipahami sebagai proses interaksi antara pihak penguasa dan pihak yang dikuasai (Setiadi & Kolip, 2013: 4). Karena itu terkadang politik diartikan sebagai usaha mencari kekuasaan (*struggle for power*). Dengan kata lain, politik diartikan sebagai bentuk interaksi antara pemerintah dan masyarakat, dalam rangka proses pembuatan dan pelaksanaan keputusan yang mengikat tentang kebaikan bersama masyarakat yang tinggal dalam suatu wilayah tertentu atau dalam rangka usaha untuk mendapatkan kekuasaan.

Partai politik merupakan keharusan dalam kehidupan politik modern yang demokratis. Sebagai suatu organisasi, partai politik secara ideal dimaksudkan untuk mengaktifkan dan memobilisasi rakyat, mewakili kepentingan tertentu, memberikan jalan kompromi bagi pendapat yang saling bersaing, serta menyediakan sarana suksesi kepemimpinan politik secara absah (*legitimate*) dan damai. Secara umum partai politik dikatakan sebagai satu kelompok terorganisasi yang anggota-anggotanya mempunyai orientasi, nilai-nilai dan cita-cita yang sama. Tujuan kelompok ini adalah untuk memperoleh kekuasaan politik dan melalui kekuasaan itu, melaksanakan kebijakan-kebijakan mereka (Budiarjo, 2008: 14). Karena itu, partai politik dalam pengertian modern dapat didefinisikan sebagai kelompok yang mengajukan calon-calon bagi jabatan publik untuk dipilih oleh rakyat sehingga dapat mengontrol atau memengaruhi tindakan-tindakan pemerintah

Partai politik tidak hanya menjadi saluran partisipasi politik warga negara, tetapi juga untuk mengintegrasikan para individu dan kelompok dalam masyarakat ke dalam sistem politik. Partai politik tidak hanya berperan dalam mempersiapkan para kader calon

pemimpin bangsa untuk dicalonkan melalui pemilihan umum (pemilu) untuk menduduki berbagai jabatan dalam lembaga legislatif atau eksekutif, tetapi juga memperjuangkan kebijakan publik berdasarkan aspirasi dan kepentingan masyarakat. Untuk itu partai politik memerlukan sumber daya agar dapat bertahan dan mengoperasikan struktur dasar partai untuk merepresentasi rakyat, mengembangkan kapasitas bersaing dalam pemilu, dan berkontribusi secara kreatif dalam perdebatan kebijakan publik.

Indonesia adalah negara yang menganut sistem pemerintahan demokrasi. Demokrasi adalah suatu bentuk pemerintahan yang kekuasaan pemerintahannya berasal dari rakyat, oleh rakyat, untuk rakyat. Hal ini berarti kekuasaan tertinggi dalam sistem demokrasi ada di tangan rakyat, dan rakyat mempunyai hak, kesempatan dan suara yang sama di dalam mengatur kebijakan pemerintahan. Artinya, partai politik merupakan sarana bagi warga negara untuk turut serta atau berpartisipasi dalam proses pengelolaan negara. Dewasa ini partai politik sudah sangat akrab di lingkungan kita. Sebagai lembaga politik, partai politik bukan bukan sesuatu yang ada dengan sendirinya. Kelahirannya mempunyai sejarah yang cukup panjang, meskipun juga belum cukup tua. Bisa dikatakan partai politik merupakan organisasi yang baru dalam kehidupan manusia, jauh lebih muda dibandingkan dengan organisasi negara dan dia baru ada di negara yang modern.

Bagi suatu negara yang menganut sistem pemerintahan demokrasi, partai politik menjadi sarana demokrasi yang bisa berperan sebagai penghubung antara rakyat dan pemerintah. Pembentukan partai politik berdasarkan atas prinsip-prinsip demokrasi, yaitu pemerintahan yang dipimpin oleh mayoritas melalui pemilihan umum. Untuk menciptakan pemerintahan yang mayoritas, maka diperlukan partai-partai yang dapat digunakan sebagai kendaraan politik untuk ikut dalam pemilihan umum. Melalui partai politik rakyat berhak menentukan siapa yang akan menjadi wakil mereka dan siapa yang akan menjadi pemimpin yang menentukan kebijakan umum (*public policy*).

Komunikasi politik adalah salah satu fungsi yang dijalankan oleh partai politik dengan segala struktur yang tersedia, mengadakan komunikasi informasi, isu dan gagasan politik. Media-media masa banyak berperan sebagai alat komunikasi politik dan membentuk kebudayaan politik. Partai politik

menjalankan fungsi sebagai alat mengkomunikasikan pandangan dan prinsip-prinsip partai, program kerja partai, gagasan partai, dan sebagainya. Sistem komunikasi politik di Indonesia dikembangkan dengan dasar komunikasi yang bebas dan bertanggung jawab. Setiap media masa bebas memberitakan suatu hal selama tidak bertentangan dengan aturan yang berlaku, tidak membahayakan kepentingan negara dan masyarakat (Putra, 2003: 9).

Berdasarkan fungsi pokok partai politik tersebut, hal yang penting untuk dipahami adalah sebuah kesadaran bahwa realitas kehidupan bermasyarakat tidak dapat lepas dari dinamika riil politik yang berlaku didalamnya. Ini menunjukkan bahwa kebijakan publik sesungguhnya lebih kental nuansa politiknya daripada nuansa manajerial proses pengambilan keputusan semata. Dengan demikian, seluruh masyarakat sesungguhnya adalah aktor-aktor politik. Sebab mereka semua pada dasarnya adalah juga aktor kebijakan secara komprehensif, yaitu baik sebagai pelaku maupun sebagai kelompok sasaran. Oleh karena itu, pelembagaan atas posisi masyarakat sebagai sejatinya aktor politik itulah yang menyebabkan bahwa keberadaan organisasi politik, utamanya partai politik diperlukan dalam menjalankan fungsi tersebut.

Kampanye adalah aktivitas komunikasi yang ditujukan untuk memengaruhi orang lain agar ia memiliki wawasan, sikap dan perilaku sesuai dengan kehendak atau keinginan penyebar atau pemberi informasi (Cangara, 2011: 223). Pada pemilihan umum tidak terlepas dari kegiatan kampanye. Kampanye dan pemilu bagai dua sisi mata uang yang tidak bisa dipisahkan satu sama lain. Kampanye adalah sebuah tindakan doktrin bertujuan mendapatkan pencapaian dukungan. Usaha kampanye bisa dilakukan perorangan atau sekelompok orang yang terorganisir untuk melakukan pencapaian suatu proses pengambil keputusan didalam suatu kelompok, kampanye juga bisa dilakukan guna untuk memengaruhi, penghambatan, pembelokan pencapaian. Menurut pasal 1 ayat 26 Undang-Undang Nomor 10 tahun 2008 tentang pemilihan umum DPR, DPD, DPRD, yang disebut kampanye adalah kegiatan peserta pemilu untuk meyakinkan para pemilih dengan menawarkan visi, misi dan program peserta pemilu. Jadi berdasarkan pada definisi diatas arti kampanye adalah sebuah *purpose to something*. Kampanye juga diartikan sebagai serangkaian tindakan komunikasi yang terencana dengan tujuan untuk menciptakan efek

tertentu pada sejumlah besar khalayak yang dilakukan secara berkelanjutan pada kurun waktu tertentu (Antar, 2004: 20).

Kampanye, dalam konteks komunikasi politik, dimaksudkan untuk memobilisasi dukungan terhadap suatu hal atau seorang kandidat. Artinya, kampanye dapat dikatakan sebagai upaya persuasif untuk mengajak orang lain yang belum yakin pada ide-ide yang ditawarkan, agar mereka bersedia mendukungnya. Oleh karena itu, ide-ide yang diinformasikan haruslah yang terbaik yang bisa dirumuskan, serta apat disampaikan sesuai dengan alam pikiran yang diharapkan dukungannya. Maka berdasarkan pemahaman tersebut, adalah suatu kesalahan jika kampanye dilakukan dengan cara-cara yang tidak simpatik. Kampanye menggabungkan partisipasi aktif yang melakukan kampanye (peserta pemilihan umum) dan pemberi suara (pemilih). Yang melakukan kampanye (peserta pemilihan umum) berusaha mengatur kesan pemberi suara tentang mereka dengan mengungkapkan lambang-lambang yang oleh mereka diharapkan akan mengimbau para pemilih. Media yang digunakan oleh para pelaku kampanye, promotor dan jurnalis yang memainkan peran dalam media turut menciptakan dan memodifikasi lambang-lambang signifikan. Para pemberi suara secara selektif memperhatikan hal tertentu dalam kampanye, memperhitungkannya dan menginterpretasikan.

Media massa merupakan salah satu saluran yang paling ampuh menyampaikan pesan-pesan politik (Fenyapwain, 2013: 1-16). Dalam kerangka ini media menyampaikan pembicaraan-pembicaraan politik kepada khalayak antara lain berupa teks atau berita politik yang memuat simbol dan fakta politik (Suwardi, 2004: 9). Dengan menggunakan media massa, pemahaman tentang politik menjadi lebih mudah. Dalam konteks politik modern, media massa tidak hanya menjadi bagian yang integral dari politik, tetapi juga memiliki posisi yang sentral dalam politik. Rancangan kebijakan harus disebarluaskan, begitu jga aspirasi masyarakat harus diartikulasikan, semuanya membutuhkan media untuk menyampaikannya.

Keberadaan komunikasi politik di media massa membuka peluang luas bagi masyarakat untuk mengetahui, memahami dan beropini tentang baik buruknya sistem politik. Peran media massa ini tidak terlepas dari kemampuannya dalam menjangkau jumlah khalayak yang tidak terbatas. Lebih dari itu,

setidaknya sampai tingkat tertentu, publik juga menjadikan informasi yang diperoleh dari media massa sebagai rujukan bagi pemahaman dan interpretasi terhadap peristiwa-peristiwa penting. Informasi media kemudian membentuk persepsi, pendapat, sikap dan akhirnya tindakan publik. Dengan kata lain, publik menggantungkan pemenuhan kebutuhan informasi politik pada media massa.

Hubungan antara media dan politik adalah hubungan yang saling membutuhkan. Para pelaku politik membutuhkan media untuk mempublikasikan partai politiknya. Karena media massa sebagai sarana informasi bagi masyarakat dapat digunakan juga sebagai sarana komunikasi politik. Para pelaku politik menggunakan media massa sebagai sarana untuk menyampaikan visi misi dari suatu partai politik atau para calon politisi yang sedang berkampanye. Penggunaan media massa dalam komunikasi politik sering digunakan salah satunya untuk kampanye. Meskipun model komunikasi seperti ini tidak secara langsung menimbulkan perilaku tertentu, namun cenderung memengaruhi cara manusia mengorganisasikan citra politiknya. Pada kondisi inilah, media massa akan memengaruhi pendapat bahkan perilaku khalayak dalam memberikan partisipasi politiknya.

Partisipasi merupakan salah satu aspek penting demokrasi. Asumsi yang mendasari demokrasi (partisipasi) adalah orang yang paling tahu tentang apa yang baik bagi dirinya adalah orang itu sendiri. Karena keputusan politik yang dibuat dan dilaksanakan oleh pemerintah menyangkut dan memengaruhi kehidupan warganegara, maka warga masyarakat berhak ikut serta menentukan isi keputusan yang mempengaruhi hidupnya dalam keikutsertaan warganegara dalam memengaruhi proses pembuatan dan pelaksanaan keputusan politik. Dalam hal ini, kegiatan warganegara yaitu: memengaruhi isi kebijakan umum dan ikut menentukan pembuatan dan pelaksana keputusan politik.

Partisipasi merupakan taraf partisipasi politik warga masyarakat dalam kegiatan-kegiatan politik baik yang bersifat aktif maupun pasif dan bersifat langsung maupun yang bersifat tidak langsung guna memengaruhi kebijakan pemerintah. Dengan kata lain, partisipasi politik merupakan masalah yang selalu dihadapi oleh setiap negara, karena partisipasi politik berkaitan erat dengan kelangsungan suatu negara. Partisipasi politik yang meluas merupakan ciri khas

modernisasi politik. Istilah partisipasi politik telah digunakan dalam berbagai pengertian yang berkaitan dengan perilaku, sikap dan persepsi yang merupakan syarat mutlak bagi partisipasi politik. Dalam perspektif pengertian yang generik, partisipasi politik adalah kegiatan seseorang atau kelompok orang untuk ikut serta secara aktif dalam kehidupan politik, yaitu dengan jalan memilih pimpinan Negara dan secara langsung atau tidak langsung, memengaruhi kebijakan pemerintah (*public policy*). Kegiatan ini mencakup tindakan seperti memberikan suara dalam pemilihan umum menghadiri rapat umum, menjadi anggota suatu partai atau kelompok kepentingan, mengadakan hubungan (*contacting*) dengan pejabat Pemerintah atau anggota parlemen, dan sebagainya (Budiarjo, 2008: 183). Oleh sebab itu, di negara-negara demokrasi pada umumnya dianggap bahwa partisipasi masyarakatnya lebih banyak, maka akan lebih baik. Dalam implementasinya tingginya tingkat partisipasi menunjukkan bahwa warga negara mengikuti dan memahami masalah politik dan ingin melibatkan diri dalam kegiatan-kegiatan itu. Sebaliknya, tingkat partisipasi yang rendah pada umumnya dianggap sebagai tanda yang kurang baik, karena dapat ditafsirkan bahwa banyak warga tidak menaruh perhatian terhadap masalah kenegaraan.

Partisipasi politik merupakan tolak ukur dalam memahami kualitas warga negara pada tingkat rujukan dan tanggung jawab atas kemajuan dan kelangsungan hidup masyarakat atau mengetahui sistem politik apa yang mendasari partisipasi tersebut dari sifat ataupun orientasi politiknya. Dalam sistem demokrasi, partisipasi merupakan aspek yang sangat vital. Komunikasi politik, sosialisasi politik, citra politik, dan opini publik pada akhirnya menuju ke sasaran dan tujuan, yaitu terciptanya partisipasi politik dan kemenangan para politikus dalam pemilihan. Kesadaran masyarakat untuk berpartisipasi secara positif dalam sistem politik yang ada, jika seseorang tersebut merasa dirinya sesuai dengan suasana lingkungan dimana dia berada. Apabila kondisi yang terjadi adalah sebaliknya, maka akan lahir sikap dan tingkah laku politik yang tampak janggal atau negatif, Meningkatnya keterlibatan masyarakat dalam penyelenggaraan Pemilihan Umum (Pemilu), menunjukkan semakin kuatnya tatanan demokrasi dalam sebuah negara. Demokrasi menghendaki adanya keterlibatan rakyat dalam setiap penyelenggaraan yang dilakukan negara. Rakyat diposisikan sebagai aktor

penting dalam tatanan demokrasi, karena pada hakekatnya demokrasi mendasarkan pada logika persamaan dan gagasan bahwa pemerintah memerlukan persetujuan dari yang diperintah. Keterlibatan masyarakat menjadi unsur dasar dalam demokrasi. Untuk itu, penyelenggaraan pemilu sebagai sarana dalam melaksanakan demokrasi, tentu saja tidak boleh dilepaskan dari adanya keterlibatan masyarakat.

Hal ini sejalan dengan pandangan teori hegemoni dikemukakan oleh Antonio Gramsci (1891-1937). Titik awal konsep Gramsci tentang hegemoni adalah, bahwa suatu kelas dan anggotanya menjalankan kekuasaan terhadap kelas-kelas di bawahnya dengan cara kekerasan dan persuasi (Simon, 1999: 19). Secara umum, hegemoni adalah sebagai suatu dominasi kekuasaan suatu kelas sosial atas kelas sosial lainnya, melalui kepemimpinan intelektual dan moral yang dibantu dengan dominasi atau penindasan. Bisa juga hegemoni didefinisikan sebagai dominasi oleh satu kelompok terhadap kelompok yang lain, dengan atau tanpa ancaman kekerasan, sehingga ide-ide yang didiktekan oleh kelompok dominasi terhadap kelompok yang didominasi/dikuasai diterima sebagai sesuatu yang wajar dan tidak mengekang pikiran.

Berbeda dengan hegemoni Marxis ortodoks yang menekankan pentingnya peranan repressif dari negara dan masyarakat-masyarakat kelas. Karena itu, Gramsci tidak setuju dengan konsep Marxis yang lebih kasar dan ortodoks mengenai “dominasi kelas” dan lebih setuju dengan konsep “kepemimpinan moral”. Hegemoni Gramsci menekankan kesadaran moral, dimana seseorang disadarkan lebih dulu akan tujuan hegemoni itu. Setelah seseorang sadar, ia tidak akan merasa dihegemoni lagi melainkan dengan sadar melakukan hal tersebut dengan suka rela (Gramsci, 2000: 235). Hegemoni bukanlah hubungan dominasi dengan menggunakan kekuasaan, melainkan hubungan persetujuan dengan menggunakan kepemimpinan politik dan ideologi.

Teori Hegemoni menjelaskan bahwa kelas berkuasa memiliki otoritas untuk mengontrol masyarakat. Otoritas yang dimilikinya sejalan dengan kepemimpinan kelas berkuasa terhadap kelas yang lebih rendah atau subordinat melalui berbagai konsensus yang dipaksakan secara tersamar. Hegemoni diproduksi dan terus dipelihara melalui penciptaan makna-makna yang merepresentasikan praktik yang dominan dijalankan oleh kelas berkuasa. Dalam konteks ini, media massa merupakan alat yang paling

efektif untuk menyebarkan makna-makna baru yang ditampilkan dan diklaim sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari budaya masyarakat. Kemampuan kelas berkuasa mengakses berbagai sumber daya yang dibutuhkan untuk mengontrol masyarakat menjadikan kelas berkuasa dapat membuat aturan-aturan yang sesuai dengan kepentingannya sehingga hegemoni yang dimilikinya semakin mendapatkan tempat sebagai bagian dari masyarakat dan tidak dapat dipisahkan atau ditolak.

Praktik hegemoni selalu terjadi di masyarakat, baik dalam konteks global, nasional, maupun lokal karena di masyarakat selalu memunculkan adanya perbedaan kelas. Lebih jauh dikatakan Gramsci bahwa bila kekuasaan hanya dicapai dengan mengandalkan kekuasaan memaksa, hasil nyata yang berhasildicapai dinamakan “dominasi”. Stabilitas dan keamanan memang tercapai, sementara gejolak perlawanan tidak terlihat karena rakyat memang tidak berdaya. Namun hal ini tidak dapat berlangsung secara terus menerus, sehingga para penguasa yang benar-benar sangat ingin melestarikan kekuasaannya dengan menyadari keadaan ini akan melengkapi dominasi (bahkan secara perlahan-lahan kalau perlu menggantikannya) dengan perangkat kerja yang kedua, yang hasil akhirnya lebih dikenal dengan sebutan “hegemoni”. Dengan demikian kekuasaan hegemoni lebih merupakan kekuasaan melalui “persetujuan” (konsensus), yang mencakup beberapa jenis penerimaan intelektual atau emosional atas taanan sosial politik yang ada.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Andriyus (2013) dengan judul “Faktor-faktor yang Memengaruhi Partisipasi Politik Masyarakat pada Pemilu Legislatif 2009 di Kecamatan Sangingi Hilir Kabupaten Kuantan Sangingi, menunjukkan bahwa partisipasi politik masyarakat dipengaruhi oleh faktor internal, yaitu tingkat pendidikan, kehidupan ekonomi dan kesadaran politik masyarakat. Hal yang lebih dominan adalah kesadaran politik. Sedangkan faktor eksternal, yaitu peranan pemerintah, partai politik, media massa dan perilaku kandidat adalah faktor dominan yang memengaruhi. Masyarakat ikut berpartisipasi dalam pemilu sangat ditentukan oleh kesadaran politik yang dimilikinya, jika kesadaran politik masyarakat rendah maka tingkat partisipasi masyarakat juga rendah. begitu juga jika perilaku kandidat di mata masyarakat kurang baik atau tidak menepati janji, maka ini juga akan memengaruhi partisipasi masyarakat. Dengan demikian partisipasi politik masyarakat terbangun

karena adanya kesadaran politik, yang terbangun karena perilaku kandidat di mata masyarakat baik.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Mohd Fuad Mat Jali, Junaidi Awang Besar, Rosmadi Fauzi, Amer Saifude Ghazali, Novel Lyndon (2012), dengan judul: "Akses kepada Internet dan Kesannya terhadap Partisipasi Politik Penduduk di Negeri Johor" menunjukkan bahwa akses dan penggunaan internet untuk mendapat maklumat politik. Akses dan penggunaan internet terbukti telah memengaruhi sokongan pengundi muda, terutamanya di kawasan Bandar serta memberi impak yang signifikan terhadap keputusan pilihan raya umum 2008. Kini internet menjadi salah satu sumber maklumat penting di Malaysia. Terdapat hubungan yang rapat antara akses dan penggunaan internet dengan keputusan pengundi terhadap parti yang dipilih. Keputusan Pilihan Raya Umum ke-12 menunjukkan hakikat tersebut. Secara keseluruhan, internet diumpamakan berfungsi sebagai sfera awam yang memberikan peluang kepada rakyat untuk mengeluarkan pendapat tentang politik.

Penelitian Ali Salman dan Suhana Saad (2015), dengan judul: "*Online Political Participation: A Study of Youth Usage of New Media*" menunjukkan:

*"Majority of the respondents, 89% are social media users having a social media account. A discouraging trend with regard to participation is the very low level of giving comments on general societal issues ranging from social issues, the environment to politics. The youth are more inclined to using the new media for entertainment and social networking. It is time to use the new media to engage with community leaders and politicians and comment on issues related to political issues. The youth in Malaysia are exposed to political participation online. Recently online political participation has mobilized opposition to the government's decision related to the implementation of GST (Goods and Services Tax), price increases, religious issue and etc. However, the youth are more inclined to using the new media, social media to be precise, for entertainment and social networking. It is time to shift to more empowered usage such as using the new media to engage with community leaders and politicians and comment on issues related to political development. Failing this, will be a waste of resource made available by the new media for citizen participation and decision making. Based on the finding, further*

*studies can be conducted in the context of online political marketing among youth in Malaysia especially how youth can play their role in promoting a party's strategy in election"*.

Penelitian yang dilakukan oleh Harry Susanto (2013) dengan judul: "Dinamika Komunikasi Politik dalam Pemilihan Umum" menyimpulkan bahwa komunikasi politik dalam bentuk retorika, pidato dan penyampaian pesan-pesan politik seperti halnya kampanye di ruang publik maupun dalam kelompok kecil yang terjadi di Indonesia, dapat diamati melalui berbagai aspek yang melekat dalam komunikasi politik. Banyak sekali pidato-pidato dalam bingkai komunikasi politik dari para elite di Indonesia yang memiliki kaitan dengan pemilihan umum tahun 2014. Penyebaran pesan politik dilakukan juga melalui iklan politik yang diarahkan kepada kelompok massa yang heterogen dan retorika sebagai bentuk komunikasi transaksional untuk memperoleh manfaat timbal balik. Dalam pelaksanaan pemilu aspek yang paling menonjol adalah masalah kampanye sebagai suatu kegiatan peserta pemilu untuk meyakinkan para pemilih. Komunikator politik tidak dapat melepaskan diri dari kemampuan dalam mengorganisasikan pesan kepada khalayak yang menuntut demokratisasi dalam bernegara, kesejahteraan dan keadilan. Upaya memengaruhi partisipasi masyarakat dalam pemilihan umum, bukan pekerjaan mudah, mengingat respon khalayak berbeda-beda tergantung dari karakter yang melekat. Pengaturan pesan dalam komunikasi politik yang menyentuh kebutuhan masyarakat secara mendasar akan meningkatkan partisipasi masyarakat dalam kegiatan politik, khususnya pemilu dan membangun kredibilitas komunikator politik dengan partai politiknya secara positif.

## METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kombinasi (*mixed methods*), yaitu mengkombinasikan antara penelitian kuantitatif dan penelitian kualitatif. Dengan cara eksplanatoris sekuensial, yaitu dengan mengumpulkan dan menganalisis data kuantitatif diikuti dengan pengumpulan dan menganalisis data kualitatif yang dibangun berdasarkan hasil awal kuantitatif dan prioritas diberikan pada data kuantitatif (Creswell, 2010: 316). Penelitian ini dilakukan pada populasi masyarakat di Kabupaten Aceh Utara. Populasi bukan sekedar jumlah yang ada pada objek, tetapi meliputi seluruh karakteristik yang dimiliki



objek yang diteliti (Kholil, 2006: 68). Populasi dalam penelitian ini adalah pemilih pada pemilu legislatif berjumlah 393.166 jiwa, terdiri dari atas laki-laki berjumlah 192.044 jiwa dan perempuan berjumlah 201.122 jiwa (Data KIP Kabupaten Aceh Utara tahun 2014). Tersebar pada 27 Kecamatan, 70 Kemukiman, 852 Gampong, dan 2.742 dusun (BPS, Aceh Utara dalam angka tahun 2015). Sampel adalah bagian dari populasi yang dianggap dapat mewakili populasinya bertujuan generalisasi, karena itu sampel yang baik adalah yang memenuhi unsur representatif (Subiakto, 2005: 173). Sampel dalam penelitian ini bersifat probabilitas (*probability sampling*), yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang atau kesempatan yang sama kepada semua anggota populasi untuk terpilih sebagai sampel penelitian (Kholil, 2006: 71). Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *cluster sampling* (sampling daerah), yaitu teknik sampling daerah yang digunakan untuk menentukan sampel bila objek yang diteliti atau sumber data sangat luas (Sugiyono, 2011: 121). Dengan teknik ini, populasi dikelompokkan atau dibagi ke dalam satuan-satuan sampling yang besar yang disebut *cluster* melalui beberapa tahap, yaitu tahap pertama menentukan sampel daerah, dan tahap berikutnya menentukan orang-orang yang ada pada daerah itu secara sampling juga.

Kemudian teknik pengambilan sampel ini dipadukan dengan teknik *propotionate stratified random sampling*, karena populasi mempunyai anggota yang tidak homogen dan berstrata secara proporsional. Untuk menentukan jumlah sampel yang memenuhi unsur representatif dilakukan dengan penghitungan statistik. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan rumus Taro Yamane (Riduan & Kuncoro, 2008: 49), dan peneliti menetapkan sampel 400 orang dengan kesimpulan sampel yang terpilih sudah mewakili dari populasi yang ada.

Instrumen pengumpulan data menggunakan angket atau kuesioner model skala *Likert* dalam bentuk ceklis. Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2011: 60). Skala *Likert* memuat daftar pilihan jawaban yang digolongkan ke dalam lima tingkatan. Akan tetapi, dalam penelitian ini peneliti hanya menggunakan empat tingkatan skala *Likert* karena responden di Indonesia cenderung bersikap netral atau ragu - ragu dan untuk menghindari hasil penelitian yang bias.

Maka skala yang dirancang dalam penelitian ini meliputi empat pilihan, yaitu: sangat setuju (SS) yang diberi skor = 4, setuju (S) diberi skor = 3, tidak setuju (TS) diberi skor = 2 dan sangat tidak setuju (STS) diberi skor = 1. Dengan skala *Likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel baik bersifat *favorable* (positif) maupun bersifat *unfavorable* (negatif). Disamping itu juga penelitian ini menggunakan teknik wawancara dengan instrumen penelitian daftar pertanyaan. Pada tahap ini penulis melakukan wawancara pada tokoh politik tentang komunikasi politik calon legislatif.

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan statistik deskriptif dan statistik inferensial. Statistik deskriptif digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud untuk membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi. Adapun, statistik inferensial digunakan untuk menganalisis data sampel yang dilakukan secara random dan hasilnya diberlakukan untuk populasi. Statistik inferensial yang digunakan dalam penelitian ini adalah statistik parametris. Statistik parametris memerlukan terpenuhinya banyak asumsi, yaitu data yang akan dianalisis harus berdistribusi normal, data yang diuji harus homogen, dan dalam regresi harus terpenuhi asumsi linieritas (Sugiyono, 2011:210). Data dianalisis dengan menggunakan korelasi *product moment*, yaitu dengan cara mengkorelasi skor tiap item dengan skor totalnya.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Sampel penelitian yang dilakukan terhadap 400 orang masyarakat di Kabupaten Aceh Utara dengan sebaran berdasarkan umur sebagai berikut:

**Tabel 1** Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Umur

Umur	Frekuensi	Persentase (%)
17 - 20	75	18,75
21 - 30	100	25
31 - 40	150	37,5
≥ 40	75	18,75
Jumlah	400	100

Tabel 1 menunjukkan bahwa umur responden dalam penelitian ini lebih banyak yang berumur antara 31 sampai 40 tahun, kemudian diikuti dengan responden umur antara 21 sampai 30 tahun. Adapun responden pemilih pemula yaitu 17 tahun sampai 20 tahun pada urutan ketiga atau sama banyak dengan responden umur 40 tahun ke atas. Sampel masyarakat juga

dibedakan berdasarkan pendidikan, yaitu pendidikan dasar, menengah, atas, dan pendidikan tinggi. Berikut adalah sampel masyarakat berdasarkan pendidikan.

**Tabel 2** Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pendidikan

Pendidikan	Frekuensi	Persentase (%)
SD	60	15
SMP	85	21,25
SMA	190	47,5
D3/S1/Lebih	65	16,25
Jumlah	400	100

**Tabel 3** Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi	Persentase (%)
PNS	90	22,5
Petani	140	35
Nelayan	50	12,5
Pedagang	30	7,5
Lainnya	90	22,5
Jumlah	400	100

Berdasarkan Tabel 2 terlihat bahwa tingkat pendidikan responden yang lebih dominan adalah tingkat pendidikan SMA, kemudian responden dengan tingkat pendidikan SMP. Pada urutan ketiga yaitu responden dengan tingkat pendidikan sarjana. Sebaran sampel masyarakat berdasarkan pekerjaan dapat dijelaskan dalam Tabel 3.

Tabel 3 menunjukkan bahwa pekerjaan responden bervariasi, mulai dari PNS, petani, nelayan, pedagang, dan lainnya di luar yang telah disebutkan. Pekerjaan responden yang dominan, yaitu petani, diikuti dengan PNS, nelayan, dan pedagang.

**Tabel 4** Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
Laki-laki	277	69,25
Perempuan	123	30,75
Jumlah	400	100

Tabel 4 menunjukkan bahwa responden dalam penelitian ini lebih banyak responden dengan jenis kelamin laki-laki dibandingkan responden perempuan. Hal ini dikarenakan responden laki-laki yang lebih banyak ditemui dan mau serta mampu mengisi kuesioner yang diberikan.

### Korelasi Komunikasi Politik Calon Legislatif Terhadap Partisipasi Politik Masyarakat

Hasil perhitungan menunjukkan bahwa hasil korelasi dengan metode *pearson correlation*

komunikasi politik terhadap partisipasi politik masyarakat dijelaskan dalam Tabel 5.

**Tabel 5** Hasil Korelasi Komunikasi Politik terhadap partisipasi Politik Masyarakat

		Correlations	
		Komunikasi Politik	Partisipasi Politik
Komunikasi Politik	Pearson Correlation	1	,332**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	400	400
Partisipasi Politik	Pearson Correlation	,332**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	400	400

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Untuk menguji hasil korelasi di atas dapat dilakukan dengan membandingkan nilai *person correlation* (r hitung) dengan r tabel pada taraf signifikansi 5% dengan ketentuan terdapat hubungan yang signifikan apabila r hitung lebih besar dari r tabel. Kemudian dapat juga membandingkan nilai sig.(2-tailed) atau probabilitas (p) dengan taraf signifikansi 5% (0,05) dengan ketentuan terdapat hubungan yang signifikan apabila nilai probabilitas lebih kecil dari taraf signifikansi 5% ( $p < 0,05$ ). Berdasarkan tabel 5 di atas menunjukkan bahwa besar nilai korelasi/ r adalah 0,332 dan nilai sig. (2-tailed) adalah 0,000. Sedangkan r tabel yang diperoleh melalui tabel r *product moment* dengan jumlah  $df = 400$  pada taraf signifikansi 5% yaitu sebesar 0,128. Oleh karena itu r hitung lebih besar dari r tabel ( $0,332 > 0,128$ ) maka dapat dinyatakan bahwa komunikasi politik memiliki korelasi terhadap partisipasi politik. Begitu juga jika didasarkan pada nilai probabilitas sebesar 0,000. Oleh karena nilai probabilitas lebih kecil dari taraf signifikansi 5% ( $p = 0,000 < 0,05$ ), maka dapat dinyatakan bahwa komunikasi politik berkorelasi signifikan terhadap partisipasi politik.

**Tabel 6** Hasil Uji T

Model	Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Std. Error	Sig.
		B	Beta		
1 (Constant)	9,160		1,746	5,245	,000
Komunikasi Politik	,222	,332	,032	7,030	,000

a. Dependent Variable: Partisipasi Politik

Tabel 6 menunjukkan nilai  $r$  sebesar 0,332 yang berarti 33,2% partisipasi politik dipengaruhi oleh komunikasi politik dan sisanya dipengaruhi oleh hal-hal lain yang tidak diteliti. Adapun koefisien bernilai positif artinya semakin efektif komunikasi politik calon legislatif, maka semakin meningkat partisipasi politik masyarakat. Pengaruh komunikasi politik terhadap partisipasi politik masyarakat dapat diketahui juga melalui hasil uji  $T$  parsial. Uji  $T$  dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing variabel independen yaitu komunikasi politik terhadap variabel dependen yaitu partisipasi politik. Sebagaimana dijelaskan dalam Tabel 6.

Signifikansi atau tidak signifikansinya komunikasi politik terhadap partisipasi politik dapat dilakukan dengan membandingkan  $t$  hitung dengan  $t$  tabel pada taraf signifikansi 5% (0,05), atau membandingkan nilai signifikansi atau probabilitas ( $p$ ) dengan taraf signifikansi 5% (0,05). Ketentuan signifikansi apabila  $t$  hitung lebih besar dari  $t$  tabel ( $t$  hitung  $>$   $t$  tabel) dan probabilitas lebih kecil dari signifikansi 5% ( $p < 0,05$ ). Berdasarkan tabel di atas diperoleh nilai  $t$  hitung sebesar 7,030 dan  $t$  tabel dengan ketentuan  $df = 400$  pada taraf signifikansi 5% diperoleh sebesar 1,649. Oleh karena nilai  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel yaitu  $7,030 > 1,649$  dengan tingkat signifikannya lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ), maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan komunikasi politik terhadap partisipasi politik. Kemudian berdasarkan uji  $t$  parsial ditemukan harga konstan sebesar 9,160 yaitu nilai  $Y$  tanpa dipengaruhi oleh  $X$ . Harga koefisien regresi  $X$  sebesar 0,222, yang memberi pengertian bahwa apabila  $X$  naik satu satuan maka akan menambah nilai  $Y$  sebesar 0,222, begitu juga apabila  $X$  turun sebesar satu satuan maka akan menurunkan nilai  $Y$  sebesar 0,222.

Berdasarkan hasil wawancara dengan tokoh politik tentang komunikasi politik calon legislatif menunjukkan bahwa upaya memenangkan pemilihan secara langsung dalam pemilu tentu dibutuhkan proses komunikasi politik yang tepat untuk dapat meraih suara pemilih, antara lain dilakukan dengan cara melakukan politik pencitraan melalui pemasaran politik. Dalam proses pencarian dukungan ini menunjukkan bahwa pemilih identik dengan parpol atau kandidat yang memiliki *platform* dan pencitraan yang layak dijual dengan mengusung tema atau *branding* yang menyentuh hati pemilih agar lebih mudah mengingatnya. Karena itu, Partai Nasional Demokrat

memilih caleg yang akan memperebutkan suara pemilih dalam pemilu legislatif dari publik figur atau caleg yang diterima masyarakat atau sering berkomunikasi dengan masyarakat, juga caleg yang mempunyai kedekatan figur dengan pimpinan-pimpinan partai (Wawancara dengan Anzir, SH, Wakil ketua Partai Nasional Demokrat Kabupaten Aceh Utara tanggal 12 Juli 2017).

Partai Persatuan Pembangunan menjelaskan bahwa partai politik merupakan perantara yang besar yang menghubungkan kekuatan-kekuatan dan ideologi-ideologi sosial dengan lembaga pemerintah yang resmi dan yang mengkaitkannya dengan aksi politik dalam masyarakat yang lebih luas. Berdasarkan pandangan tersebut, partai ini menekankan pentingnya kampanye politik yang dilakukan oleh partai politik untuk memperkenalkan para calegnya. Kampanye politik adalah bentuk komunikasi politik yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang atau organisasi politik dalam waktu tertentu untuk memperoleh dukungan politik dari rakyat. Pada umumnya, kampanye politik diatur dengan peraturan tersendiri yaitu waktu, tata cara, pengawasan, dan sanksi-sanksi jika terjadi pelanggaran oleh penyelenggara kampanye (wawancara dengan H. Ismed AJ Hasan, S. Sos, Wakil Sekretaris Dewan Pakar Partai Persatuan Pembangunan Kabupaten Aceh Utara tanggal 22 Juni 2017).

Tujuan komunikasi politik bagi partai demokrat adalah membentuk citra politik yang baik pada khalayak, karena itu Partai Demokrat memperkenalkan calegnya tidak hanya melalui baliho, media cetak, dan media sosial, tetapi juga dilakukan pertemuan secara langsung dengan masyarakat di tempat-tempat yang banyak dikunjungi oleh masyarakat. Sebagaimana tradisi di Aceh, untuk melepas lelah atau rehat sering berkumpul di warung-warung kopi. Pertemuan-pertemuan ini dilakukan dalam rangka memperkenalkan caleg untuk membangun citra politik, sehingga terbentuklah opini publik. Karena, pada dasarnya opini publik terbangun melalui citra politik, dan citra politik terwujud sebagai konsekuensi kognisi dari komunikasi politik (wawancara dengan Tantawi S. IP, Ketua Partai Demokrat Kabupaten Aceh Utara tanggal 11 Juli 2017). Selain itu, merebut suara pemilih oleh caleg dilakukan dengan komunikasi politik sebagai suatu strategi. Strategi ini diperlukan untuk memberi informasi politik kepada masyarakat, sehingga

diharapkan tergambar citra positif partai politik. Kondisi ini diharapkan dapat ikut membentuk pola pikir dan kebiasaan masyarakat dalam hal partisipasi politik. Dalam hal ini, figur caleg menjadi faktor besar dalam kemenangan pemilihan legislatif, karena selain melihat partai politik kepercayaan aktor politik atau caleg harus dimiliki dalam masyarakat karena bagaimanapun juga aktor inilah yang akan menjalankan kebijakan yang ada dalam pemerintahannya, sehingga masyarakat juga harus melihat hal ini dengan baik. Penegasan Partai Golkar yang memilih caleg yang menjadi panutan atau teladan masyarakat untuk bersaing merebut suara dalam pemilu legislatif (wawancara dengan H. Hasanuddin, Ketua Partai Golkar Kabupaten Aceh Utara tanggal 12 Juli 2017).

Berdasarkan hasil penelitian secara kuantitatif dan kualitatif, secara umum, hasil penelitian ini sesuai dengan pandangan teori hegemoni yang dikembangkan oleh Antonio Gramsci yang menekankan pada hegemoni dan kepemimpinan kultural atau konsep kepemimpinan moral. Artinya, hegemoni menunjuk kepada kuatnya pengaruh kepemimpinan dalam bentuk moral maupun intelektual yang membentuk sikap kelas yang dipimpin. Hegemoni merupakan hubungan persetujuan dengan menggunakan kepemimpinan politik dan ideologis. Jadi, dominasi kekuasaan diperjuangkan melalui penerimaan publik (*public consent*), yaitu diterimanya ide kelas berkuasa oleh masyarakat luas yang diekspresikan melalui apa yang disebut sebagai mekanisme opini publik melalui media massa. Artinya, hegemoni diproduksi dan terus dipelihara melalui penciptaan makna-makna yang merepresentasikan praktik yang dominan dijalankan oleh kelas berkuasa. Dalam hal ini, ada dua interpretasi dalam memandang hegemoni, yaitu sebagai suatu dominasi kekuasaan suatu kelas sosial atas kelas sosial lainnya, melalui kepemimpinan intelektual dan moral yang dibantu dengan dominasi atau penindasan. Selain itu hegemoni sebagai hal dominasi oleh satu kelompok terhadap kelompok yang lain, dengan atau tanpa ancaman kekerasan, sehingga ide-ide yang didiktekan oleh kelompok dominasi terhadap kelompok yang didominasi/dikuasai diterima sebagai sesuatu yang wajar dan tidak mengekang pikiran.

Oleh karena itu, terdapat perbedaan hegemoni versi Marxis dengan versi Gramsci. Hegemoni versi Marxis yang lebih kasar dan ortodoks mengenai dominasi kelas, yaitu menekankan pentingnya peranan repressif

dari negara dan masyarakat-masyarakat kelas. Hegemoni Gramsci lebih setuju dengan konsep kepemimpinan moral. Artinya, hegemoni menunjuk kepada kuatnya pengaruh kepemimpinan dalam bentuk moral maupun intelektual yang membentuk sikap kelas yang dipimpin. Hegemoni merupakan hubungan persetujuan dengan menggunakan kepemimpinan politik dan ideologis. Jadi, dominasi kekuasaan diperjuangkan melalui penerimaan publik (*public consent*), yaitu diterimanya ide kelas berkuasa oleh masyarakat luas yang diekspresikan melalui apa yang disebut sebagai mekanisme opini publik melalui media massa. Artinya, hegemoni diproduksi dan terus dipelihara melalui penciptaan makna-makna yang merepresentasikan praktik yang dominan dijalankan oleh kelas berkuasa.

Media massa merupakan alat yang paling efektif untuk menyebarkan makna-makna baru yang ditampilkan dan diklaim sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari budaya masyarakat. Dalam konteks ini, kemenangan pemilu legislatif sangat ditentukan oleh bagaimana calon legislatif dapat memengaruhi masyarakat untuk memberikan suaranya untuk memilih calon legislatif tersebut. Karena, pada dasarnya calon legislatif adalah produsen yang mampu memasarkan diri sebagai proses pemasaran politik melalui media massa. Artinya, media massa merupakan sarana yang paling ampuh dalam menyebarkan ideologi melalui hegemoni. Hegemoni bekerja melalui konsensus, karena salah satu kekuatan hegemoni adalah bagaimana menciptakan cara berpikir atau wacana tertentu yang dominan sehingga dianggap benar sementara wacana lain dianggap salah. Karena itu, media massa adalah alat yang dipergunakan oleh kelompok elit untuk mengabadikan kekuasaan. Dalam lapangan sosial ada pertarungan untuk memperebutkan penerimaan publik. Salah satu strategi kunci dalam hegemoni adalah nalar awam (*common sense*). Jika ide atau gagasan dari kelompok dominan diterima sebagai suatu *common sense*, kemudian ideologi itu diterima, maka hegemoni telah terjadi.

Jika dicermati bahwa calon legislatif tersebut diusung oleh partai politik tertentu. Sementara di era demokrasi ini, modernisasi pengelolaan partai politik juga penting yang salah satu fundamennya adalah kontestasi dan kompetisi. Secara umum partai politik dikatakan sebagai satu kelompok yang terorganisir yang anggota-anggotanya mempunyai orientasi, nilai-nilai dan cita-cita yang sama. Tujuan kelompok ini

adalah untuk memperoleh kekuasaan politik dan melalui kekuasaan itu, melaksanakan kebijakan-kebijakan mereka. Tidak dapat dipungkiri bahwa sekarang ini masyarakat sudah lebih rasional, sehingga masyarakat akan memilih partai politik yang dapat menangkap aspirasinya untuk kemudian menerjemahkan ke dalam isu-isu politik, kebijakan partai, dan produk politik. Artinya, masyarakat akan memilih legislatif dari partai politik yang benar-benar mampu secara riil dapat membantu menyelesaikan persoalan yang mereka hadapi. Dalam hal ini, terjadi persaingan di antara calon legislatif untuk merebut suara masyarakat pemilih.

Menjadi strategi kampanye dari calon legislatif untuk mengangkat tema-tema yang berkaitan dengan kebutuhan masyarakat. Kampanye adalah aktivitas komunikasi yang ditujukan untuk memengaruhi orang lain agar ia memiliki wawasan, sikap dan perilaku sesuai dengan kehendak atau keinginan penyebar atau pemberi informasi. Jika dilihat secara infrastruktur dan ekonomi, kampanye calon legislatif perlu memperhatikan kepada pembangunan infrastruktur yang lebih layak terutama jalan utama sentral ekonomi yang kondisi jalannya benar-benar hancur parah, sehingga masyarakat dapat mendukung calon legislatif demi pembangunan infrastruktur yang lebih baik. Begitu juga pesan politik yang terkait dengan kualitas pendidikan, penataan dan pengelolaan pemerintahan yang baik, penataan kota yang bersih dan ramah lingkungan, dan pelayanan kesehatan gratis. Berdasarkan hasil penelitian, sekitar 80% masyarakat setuju dengan pesan-pesan politik yang disampaikan calon legislatif dalam kampanye. Artinya, program-program yang ditawarkan calon legislatif harus lebih berorientasi pada pemecahan masalah (*problem-solving*).

Penyusunan pesan-pesan politik oleh calon legislatif dilakukan dengan menumbuhkan pengaruh internal psikologis (*motivational appeal*), dimana pesan tersebut tidak hanya sekedar janji tetapi merupakan aspirasi masyarakat sehingga jika terpilih berarti mereka diberikan hak dan amanah oleh masyarakat akan berusaha memperjuangkan aspirasi masyarakat tersebut. Pesan politik melalui media massa akan sangat kuat memengaruhi perilaku politik masyarakat. Banyak hal yang dapat menjadi konten komunikasi politik, salah satunya ideologi. Dalam konteks politik, pesan-pesan yang disampaikan komunikator bukan pesan biasa karena dirumuskan dan disampaikan dalam

situasi yang sarat politik. Karena itu, calon legislatif atau parpol perlu mengomunikasikan ideologi. Pada konteks inilah, konsep hegemoni Antonio Gramsci layak dikedepankan. Gramsci mengonstruksi suatu teori yang menekankan bagaimana penerimaan kelompok yang didominasi oleh kehadiran kelompok dominan berlangsung dalam suatu proses yang damai, tanpa tindakan kekerasan. Hal ini penting untuk dipahami bersama agar publik dapat memberikan alasan mengapa sikap politik itu diambil. Karenanya, komunikasi politik merupakan bentuk komunikasi yang ingin menyampaikan makna, sistem nilai, simbol, dan falsafah yang melatarbelakangi pembangunan isu dan program politiknya.

Teknik penyusunan pesan-pesan politik dapat beragam, salah satunya dengan teknik penyusunan pesan *two side issue*, dimana pesan yang disampaikan tidak hanya yang baik-baik saja atau yang enak-enak tetapi juga hal-hal yang kurang enak, sehingga masyarakat dapat berpikir apa keuntungannya jika mereka mengikuti informasi yang diterimanya. Pesan-pesan komunikasi politik dibuat untuk menyukseskan sebuah kepentingan politik tertentu. Oleh karena itu, tujuan komunikasi politik sangat terkait dengan pesan politik. Strategi kampanye calon legislatif dengan menyampaikan pesan-pesan tersebut dalam komunikasi politiknya dapat menimbulkan pencitraan positif.

Citra politik merupakan salah satu tujuan komunikasi politik yang terbangun atau terbentuk berdasarkan informasi yang diterima, baik langsung maupun melalui media politik, termasuk media massa yang bekerja untuk menyampaikan pesan politik yang umum dan aktual. Citra politik berkaitan dengan pembentukan pendapat umum karena pada dasarnya pendapat umum politik terwujud sebagai konsekuensi dari kognisi komunikasi politik. Citra adalah segala sesuatu yang telah dipelajari seseorang, yang relevan dengan situasi dan dengan tindakan yang bisa terjadi didalamnya. Ke dalam citra tercakup seluruh pengetahuan seseorang (kognisi), perasaan (afeksi), dan perbuatan (konasi). Dengan demikian, citra bisa dipahami sebagai gambaran seseorang yang terkait dengan politik (kekuasaan, kewenangan, otoritas, konflik dan konsensus).

Pembentukan citra politik sangat terkait dengan sosialisasi politik. Hal ini disebabkan karena citra politik terbentuk melalui proses pembelajaran politik baik secara langsung maupun melalui pengalaman

empirik. Sosialisasi politik dapat mendorong terbentuknya citra politik pada individu. Selanjutnya citra politik mendorong seseorang mengambil peran atau bagian (partai, diskusi, demonstrasi, kampanye, dan pemilihan umum) dalam politik. Dalam konteks ini, tujuan yang diinginkan, yakni keluar sebagai pemenang dalam pemilu dan mendapat kursi. Dalam hal ini, pesan disampaikan lebih kepada pendidikan politik yaitu memilih orang yang kredibel. Berdasarkan hasil penelitian, hampir 90% masyarakat akan memilih calon legislatif yang memiliki pendidikan tinggi, manajemen politik dan reputasi yang baik, artinya memiliki rekam jejak atau latar belakang yang baik. Selain itu juga memiliki sikap jujur dan amanah, memiliki kemampuan dalam memecahkan masalah, dan sekitar 80% masyarakat memilih calon legislatif dari kalangan tokoh masyarakat.

Pendidikan politik seperti itu diharapkan membuka pikiran masyarakat agar memikirkan konsekuensi jangka panjang dalam menentukan pilihannya dalam pemberian suara nantinya. Karena, masyarakat tidak hanya sekedar pihak yang diharapkan untuk memilih calon legislatif pada partai politik selama pemilu. Tapi lebih dari itu, pemilih adalah mitra dan sumber inspirasi bagi partai politik dalam mengembangkan program kerja dan isu-isu politik mereka. Hubungan jangka panjang hanya akan terwujud apabila partai politik selalu konsisten dengan nilai, ideologi, dan program kerja mereka. Tingkat konsistensi inilah yang memberikan kepastian kepada pemilih mengenai sikap suatu partai politik terhadap suatu permasalahan.

Berbagai strategi dilakukan dalam komunikasi politik calon legislatif untuk memenangkan pemilihan tersebut. Komunikasi politik dilakukan dengan bentuk komunikasi *interpersonal* yaitu komunikasi langsung kepada masyarakat dengan cara *door to door*, sehingga calon legislatif dapat langsung mengetahui respon balik masyarakat. Keberhasilan komunikasi ini akan tercermin pada jenis-jenis pesan atau respon nonverbal dari masyarakat. Komunikasi antarpribadi sangat potensial untuk memengaruhi atau membujuk orang lain, karena dalam komunikasi baik komunikator maupun komunikan dapat menggunakan kelima alat indera untuk mempertinggi daya persuasif pesan yang disampaikannya. Namun, dilihat dalam dua dekade terakhir ini terdapat perubahan mendasar dalam cara-cara politik dikomunikasikan, khususnya dalam *campaign communication*. Salah satu bentuk perubahan itu adalah ditinggalkannya kampanye dalam

bentuk komunikasi interpersonal langsung (*direct-campaign*) dan digantikan dengan bentuk kampanye di media (*mediated-campaign*).

Untuk memenangkan kompetisi di ajang pemilu legislatif para kandidat atau calon legislatif pada suatu partai politik saling bersaing satu sama lain dengan menerapkan berbagai strategi komunikasi politik yang jitu. Maka, untuk mencapai tujuan jangka panjang dan menengah, partai politik melakukan strategi yang bersifat jangka panjang maupun jangka menengah. Strategi yang dilakukan calon legislatif terkait dengan penggalangan dan mobilisasi massa dalam pembentukan opini publik ataupun selama periode pemilihan umum legislatif. Strategi ini penting dilakukan untuk memenangkan perolehan suara yang mendukung kemenangan suatu partai politik yang mengusung calon legislatif. Dengan demikian, strategi komunikasi politik yang dilakukan oleh partai politik harus menyesuaikan dengan sistem politik yang ada di Indonesia. Oleh karena itu, sistem politik mau tidak mau turut memengaruhi dan dipengaruhi oleh komunikasi yang dilakukan oleh partai politik.

Komunikasi politik merupakan salah satu masukan yang menentukan bekerjanya semua fungsi dalam sistem politik. Komunikasi politik sebagai bagian dari sistem politik merupakan satu konsepsi yang menyatakan bahwa semua gejala sosial, termasuk gejala komunikasi dan politik, adalah saling berhubungan dan saling memengaruhi. Untuk memperoleh suara pemilih, para calon legislatif juga melakukan pidato kampanye terbuka atau dialog dengan masyarakat. Hal ini juga merupakan strategi komunikasi politik yang penting, karena dari data kuesioner menunjukkan hampir 70% jawaban masyarakat menyebutkan bahwa mereka mengikuti setiap kampanye terbuka yang diselenggarakan oleh KIP. Kampanye atau bentuk dialog ini bisa dikategorikan sebagai bentuk komunikasi publik atau penyebaran informasi dari satu orang kepada banyak orang. Dalam berbicara di depan publik, para pembicara biasanya memiliki tiga tujuan utama dalam benak mereka: *pertama*, memberi informasi; *kedua*, menghibur; dan *ketiga*, membujuk. Kegiatan para calon anggota legislatif ini ketika berdialog dengan warga bertujuan untuk memberi informasi dan membujuk.

Para calon legislatif memberi informasi tentang visi misi dan program-program partai kepada masyarakat agar masyarakat mengenal dan selanjutnya bisa dibujuk atau dipersuasi untuk memilihnya pada pemilu

legislatif 2014. Dengan demikian, merencanakan pesan politik adalah suatu kegiatan yang mutlak perlu dilakukan. Dalam komunikasi politik, pesan yang bersifat persuasif ditujukan untuk mengubah persepsi, pendapat, sikap, dan perilaku khalayak. Pada hakikatnya, pesan adalah usaha yang dilakukan secara sadar dan terus menerus serta diorganisasikan untuk menyampaikan informasi memilih yang terbaik dari berbagai alternatif yang ada bagi pencapaian tujuan tertentu.

Pemanfaatan media dalam bentuk apapun merupakan saluran komunikasi caleg kepada pemilih dapat dianggap efektif dan efisien pada masa kampanye. Berkampanye melalui media merupakan hal yang biasa dalam dunia politik modern. Penggunaan media dalam komunikasi politik saat kampanye sangat penting. Kecermatan memilih media kampanye harus disesuaikan dengan kondisi dan situasi khalayak. Dalam kampanye modern penggunaan media massa kerap dilakukan sebagai strategi pembentukan citra konstantan. Penyampaian produk politik dengan memanfaatkan media massa disebut *pull marketing*. Karena strategi *pull marketing* merupakan strategi politik yang lebih menitikberatkan pada pembentukan image politik yang positif.

Pentingnya partai politik melakukan komunikasi melalui media karena komunikasi massa mempunyai beberapa ciri; pertama, komunikasi massa diarahkan kepada audiens yang relatif besar, heterogen, dan anonim. Kedua, pesan-pesan yang disebarluaskan secara umum, sering dijadwalkan untuk bisa mencapai sebanyak mungkin khalayak secara serempak dan sifatnya sementara. Ketiga, komunikator cenderung berada atau beroperasi dalam sebuah organisasi yang kompleks yang mungkin membutuhkan biaya yang besar. Peneliti melihat pentingnya untuk memadukan komunikasi *interpersonal* atau komunikasi tatap muka dengan komunikasi massa. Media massa pada dasarnya hanya mampu berada pada tataran pembentukan citra (*image*), sementara yang berperan untuk mengajak orang mengubah pilihan adalah komunikasi antarpribadi. Media hanya memberi pengaruh pada hal-hal yang sifatnya singkat dan tidak lama (*short term*). Oleh karena itu, pemilu harus menekankan pada *image world view* daripada isu-isu. Sebab para pemilih pada umumnya cenderung untuk mengikuti hanya pada awal dan akhir kampanye. Disamping itu, penggunaan media luar ruang seperti baliho dan spanduk yang menggambarkan calon legislatif dan lambang partai

politik dalam kampanye juga dipandang efisien untuk membentuk *image*.

## KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa komunikasi politik secara signifikan memengaruhi partisipasi politik masyarakat di Kabupaten Aceh Utara sebesar 33,2 %, dan sisanya dipengaruhi oleh hal-hal lain yang tidak diteliti. Koefisien bernilai positif artinya semakin efektif komunikasi politik calon legislatif, maka semakin meningkat partisipasi politik masyarakat. Begitu juga dari hasil wawancara dengan tokoh politik bahwa komunikasi politik legislatif yang memengaruhi meningkatnya partisipasi politik masyarakat, yaitu citra politik legislatif dan pesan-pesan politik legislatif yang disampaikan pada saat kampanye secara langsung maupun melalui media massa. Karena itu calon legislatif dan tim pemenangan lebih memperhatikan tahapan penyusunan pesan-pesan politik dalam kampanye, karena hal ini merupakan penentu keberhasilan proses kampanye peserta pemilu.

Terdapat mekanisme dalam tahapan penyusunan pesan-pesan politik mulai dari perencanaan sampai pengevaluasian kampanye seorang calon legislatif. Oleh karena itu hendaknya tahapan ini bisa dijadikan mekanisme yang baku sebelum melaksanakan kampanye. Disamping itu juga perlu mempertimbangkan media massa yang akan digunakan, karena peran media massa di sini sangat penting dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat tentang figur calon legislatif dan menumbuhkan citra positif. Untuk itu, calon legislatif perlu meningkatkan kemampuan berkomunikasi yang efektif.

Kebijakan kampanye juga harus didasarkan kepada kondisi lapangan dan ideologi partai politik, sehingga menjadi pembeda diantara peserta pemilu legislatif. Kemudian Komisi Independen Politik (KIP) Aceh Utara sebagai penanggungjawab pelaksanaan pemilu legislatif lebih maksimal untuk sosialisasi pemilu legislatif pada berbagai tingkatan. Selanjutnya, perlu pendidikan politik kepada masyarakat, sehingga menjadi pemilih yang kritis dan cerdas. Pendidikan politik ini harus dimaknai sebagai suatu gerakan yang berkelanjutan, sehingga KIP perlu merancang metode untuk memberikan pendidikan politik yang berkesinambungan terhadap masyarakat. Dengan pendidikan politik yang berkesinambungan ini akan membangun masyarakat yang semakin melek politik

dan tumbuh kesadaran masyarakat tentang pentingnya pemilu dalam sistem politik demokrasi.

#### UCAPAN TERIMA KASIH

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada Pemerintah Daerah Kabupaten Aceh Utara, tokoh politik, dan masyarakat Aceh Utara yang telah memberikan bantuan dan kerjasamanya sehingga penelitian ini dapat terlaksana dengan baik.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Andriyus. (2013). Faktor-faktor yang Memengaruhi Partisipasi Politik Masyarakat pada Pemilu Legislatif 2009 di Kecamatan Sangingi Hilir Kabupaten Kuantan Sangingi. *Jurnal Kajian Ilmu Pemerintahan Vol 2 No 2, h. 18-38*.
- Antar, V. (2004). *Manajemen kampanye: Panduan Teoritis dan Praktis dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media. 20
- Budiardjo, M. (2008). *Dasar-Dasar Ilmu Politik*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama. 372
- Budiardjo, M. . (2008). Partisipasi dan Partai Politik Sebulan Bungan Rampai. Jakarta: PT Gramedia.
- Cangara, H. (2011). *Komunikasi Politik: Konsep, Teori dan Strategi*. Jakarta: RajaGrafindo Persada. 17
- Creswell, (2010). *Educational Research (Planning, Conducting, and Evaluating Quantitative and Qualitative Research)*. New Jersey: Pearson Education. 316
- Fenyapwain, M. M. (2013). Pengaruh Iklan Politik dalam pemilukada Minahasa Terhadap Partisipasi Pemilih Pemula di desa Tounelet Kecamatan Kakas. *Jurnal Acta Diurna, Vol. 1, No. 1, 1-16*.
- Gramsci, A. (2000). *Sejarah dan Budaya*. Terjemahan Ira Puspitorini. Surabaya: Pustaka Prometheus. 235
- Kholil, S. (2006). *Metodologi Penelitian Komunikasi*. Bandung: Citapustaka Media. 2
- Jali, M, Fuad, M, Besar, J. A, Fauzi, R, Ghazali, A. S, Lyndon, N. (2012). Akses kepada internet dan kesannya terhadap partisipasi politik penduduk di Negeri Johor, *Malaysia Journal of Society and Space 8 issue 6 (76 - 89)*.
- Putra, F. (2003). *Partai Politik dan Kebijakan Politik*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar Press.
- Rahman, (2007). *Sistem Politik Indonesia*. Yogyakarta: Graha Ilmu. 147
- Riduan & Kuncoro, E. A(2008). *Cara Menggunakan dan Memahami Analisis Jalur (Path Analysis)*. Bandung: Alfabeta.
- Salman, A & Saad, S. (2015). Online Political Participation: A Study of Youth Usage of New Media. *Mediterranean Journal of Social Sciences MCSEER Publishing, Rome Italy, Vol. 6, No. 4*.
- Simon, R. (1999). *Gagasan-gagasan Politik Gramsci*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Subiaktio. (2005). *Metode Penelitian Komunikasi, Makalah pada minat Studi Media & Komunikasi*. Surabaya: UNAIR.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R&D*, Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Surbakti, R. (2010). *Memahami Ilmu Politik*, Jakarta: Grasindo. 119
- Susanto, H. Dinamika Komunikasi Politik dalam Pemilihan Umum. *Jurnal Kajian Komunikasi, Vol., 1, No. 2, 163-172*.