

**EFEKTIFITAS ALAT PERAGA KAMPANYE DALAM
PEMENANGAN KANDIDAT PADA PEMILIHAN
LEGISLATIF KOTA BANDA ACEH TAHUN 2019**

SKRIPSI

Diajukan Oleh :

FAISAL AZHARI

NIM. 140801040

Jurusan Ilmu Politik



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU PEMERINTAHAN
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2019 M/1440 H**

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Pemerintahan

UIN Ar-Raniry Banda Aceh

Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memenuhi

Gelar S-1 Pada Prodi Ilmu Politik

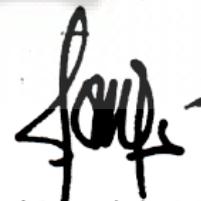
Oleh :

FAISAL AZHARI
NIM. 140801040

Disetujui Oleh:

Pembimbing I,

Pembimbing II,



Dr. M. Thalal, Lc., M.Si., M.Ed
NIP. 197810162008011011

Ramzi Murziqin M.A
NIP. 198605132019031006

SKRIPSI
Telah Diuji oleh Panitia Ujian Munaqasyah Skripsi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Pemerintahan
dan Dinyatakan Lulus serta Diterima
Sebagai Salah Satu Beban Studi Program
Sarjana (S-1) Ilmu Politik

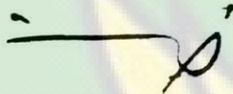
Diajukan oleh: -
FAISAL AZHARI
NIM. 140801040

Pada Hari/Tanggal

Rabu, 5 Agustus 2019 M
4 Zulhijjah 1440 H

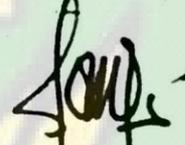
Di
Darussalam – Banda Aceh
Panitia Ujian Munaqasyah Skripsi

Ketua,



Dr. M. Thalal, Lc., M.Si., M. Ed
NIP. 197810162008011011

Sekretaris,



Ramzi Murziqin M.A
NIP. 198605132019031006

Penguji I,



Dr. Ernita Dewi, S. Ag., M. Hum.
NIP. 197307232000032002

Penguji II,



Rizkika Lhena Darwin, S.IP, M.A
NIP. 198812072018032001

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Pemerintahan
UIN AR-RANIRY



Dr. Ernita Dewi, S. Ag., M. Hum.
NIP. 197307232000032002

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Faisal Azhari
NIM : 140801040
Program Studi : Ilmu Politik
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Pemerintahan
Universitas : Universitas Islam Negeri Ar-Raniry

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini benar dibuat oleh penulis sendiri dan orisinil belum pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam skripsi ini semua atau sebagian isinya terdapat unsur-unsur plagiat, maka saya bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh dapat dicabut/dibatalkan, serta dapat diproses sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Demikianlah surat pernyataan ini dibuat dan ditanda tangani dalam keadaan sadar tanpa tekanan/paksaan oleh siapapun.

Banda Aceh, 17 Juli 2019

Yang Menyatakan,



Faisal Azhari

KATA PENGANTAR

Segala puji serta syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT karena berkat rahmat dan hidayah-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Shalawat beserta salam semoga senantiasa terlimpah curahkan kepada Nabi Muhammad SAW, kepada keluarganya, para sahabat dan para alim ulama, Amin.

Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari dorongan semangat dan bantuan materil dari berbagai pihak. Ucapan terima kasih saya ucapkan kepada semua pihak yang telah banyak membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini. Semoga Allah SWT memberikan balasan yang terbaik bagi semuanya. Dalam kesempatan ini, saya ucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Warul Walidin, AK. MA., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Ar-raniry.
2. Ibu Dr. Ernita Dewi, S. Ag., M. Hum., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Pemerintahan UIN Ar-raniry.
3. Bapak Dr. Muhammad, M.Ed. selaku Ketua Jurusan Prodi Ilmu Politik dan Bapak Eka Januar, M. Soc. Sc., selaku Sekretaris Jurusan Prodi Ilmu Politik.
4. Bapak Dr. M. Thalal, Lc., M.Si., M.Ed., selaku Pembimbing I dan Bapak Ramzi Murziqin, M.A., selaku pembimbing II yang telah setia membimbing saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Dr. Abdullah Sani, Lc., M.A., selaku Penasehat Akademik (PA) yang telah memberikan sumbangan pikiran dan motivasi bagi saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Kepada para Dosen dan Asisten Dosen, serta karyawan di lingkungan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Pemerintahan Universitas Islam Negeri Ar-raniry.
7. Kepada keluarga tercinta, terutama Ibu dan Ayah tercinta, serta Abang dan Kakak atas segala jasa-jasanya, motivasi, kesabaran, do'a, cinta dan kasih sayang yang begitu tulus dan ikhlas kepada saya.

8. Seluruh teman-teman seperjuangan Mahasiswa Ilmu Politik angkatan 2014 yang telah berjuang bersama-sama selama beberapa tahun ke belakang dalam menyelesaikan mata kuliah yang pernah diberikan dosen di kelas serta berbagi suka maupun duka.
9. Teman-teman ngopi saya yang beranggotakan : Muhammad Zubir, T. Amalul Arifin, Izhar Wanda Saputra, Teuku Willy Prakarsa, Amar Fuadi, Jamri, Ilham Ramadhan.
10. Serta berbagai pihak yang telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini yang mungkin tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu.

Saya menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, segala bentuk kritikan dan saran yang membangun sangat diharapkan dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini dapat berguna bagi siapa saja yang membacanya. Amin.

Banda Aceh, 17 Juli 2019

Penulis,

Faisal Azhari

DAFTAR TABEL

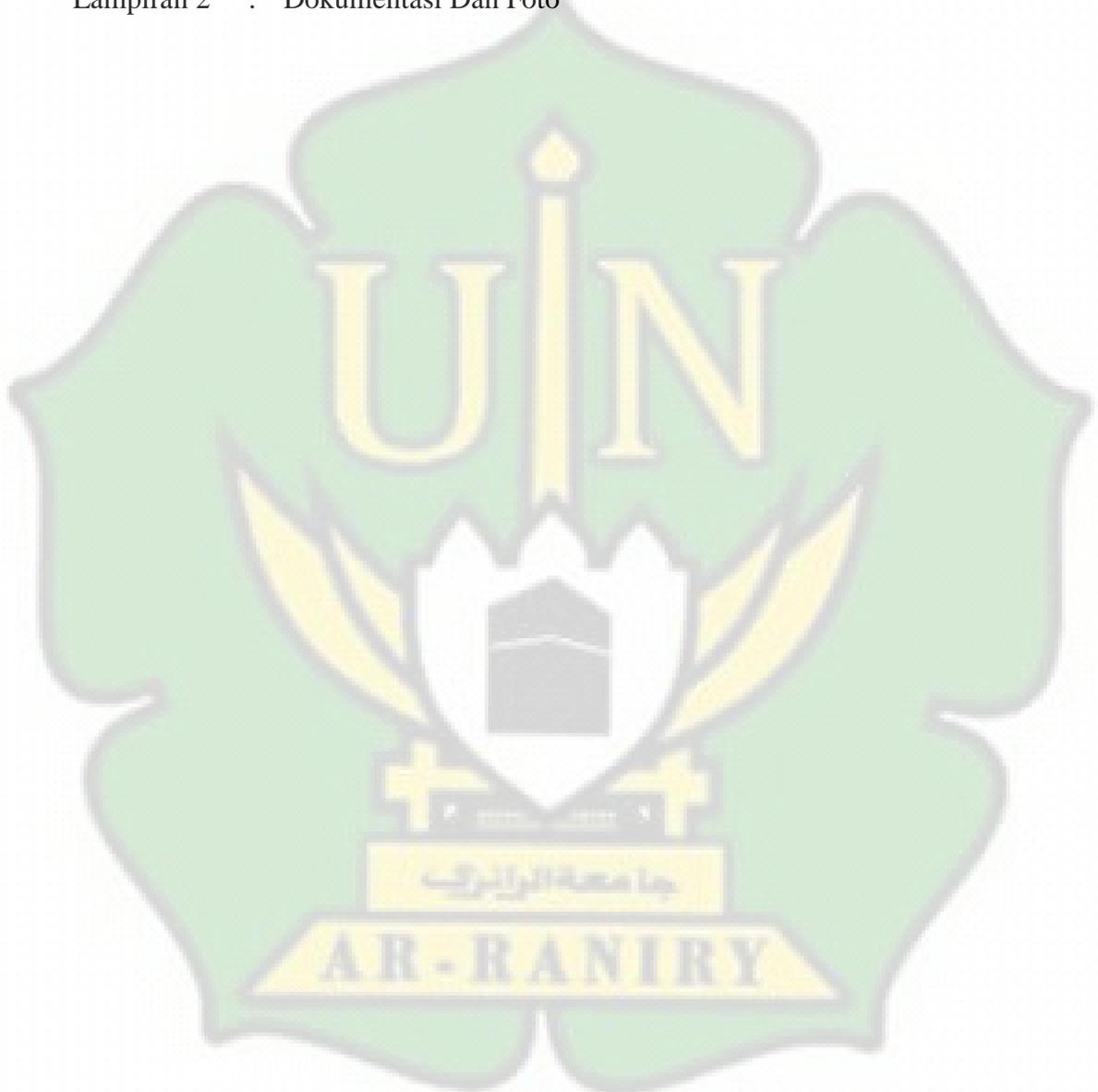
Tabel 2.1 : Daftar Anggota Dprk Kota Banda Aceh Tahun 2014.....	17
Tabel 2.2 : Daftar Calon Petahana Atau Incumbent Dalam Pemilihan Kota Banda Aceh Tahun.....	19
Tabel 2.3 : Daftar Petahana Atau Incumbent Yang Berhasil Menang Dalam Pemilihan Legislatif Kota Banda Aceh Tahun.....	20



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Pedoman Wawancara

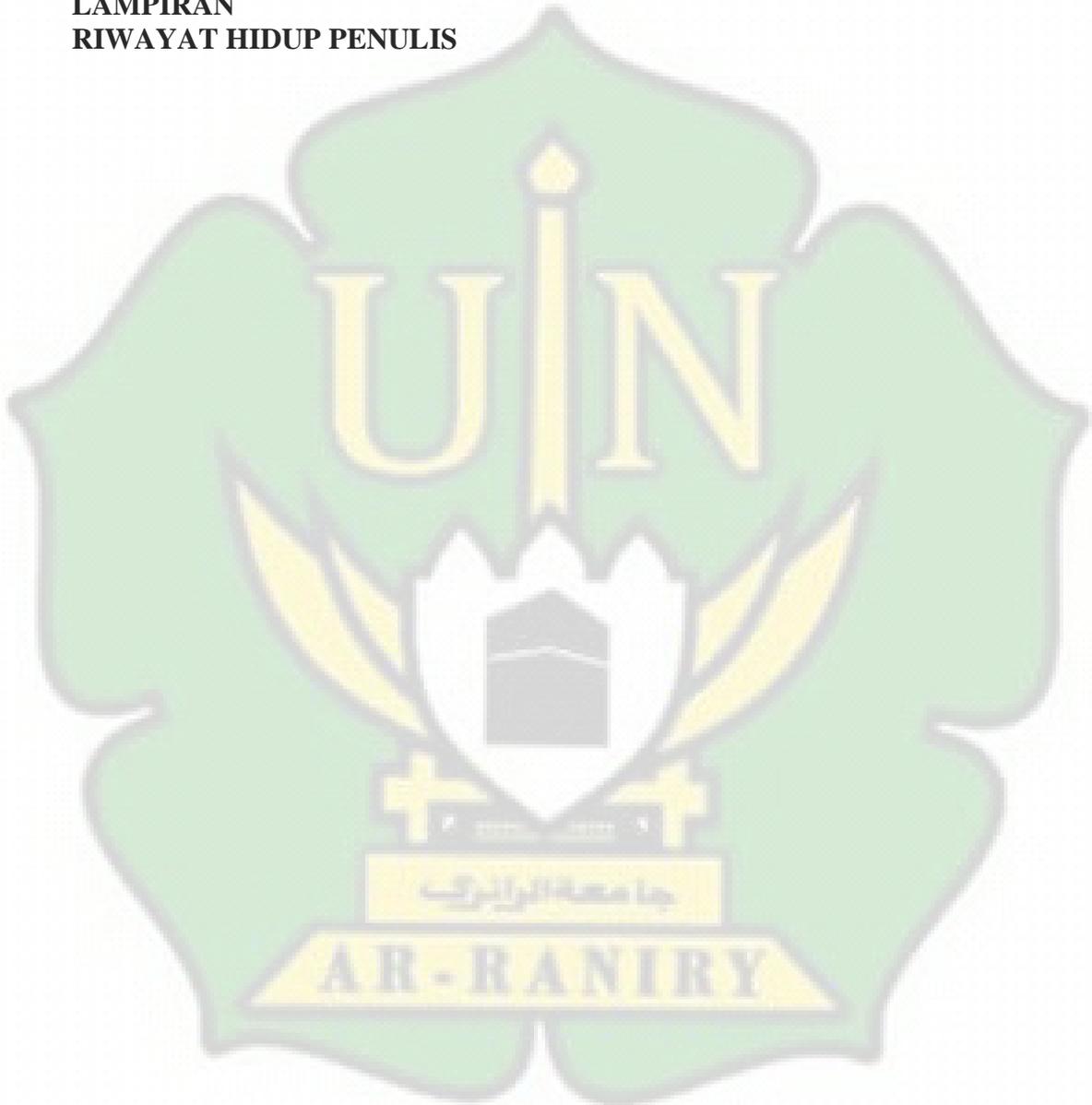
Lampiran 2 : Dokumentasi Dan Foto



DAFTAR ISI

LEMBARAN JUDUL	
LEMBARAN PENGESAHAN	
LEMBARAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	
KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR TABEL.....	iii
DAFTAR LAMPIRAN.....	iv
DAFTAR ISI.....	v
ABSTRAK	vii
BAB I PENDAHULUAN.....	1 .
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Tujuan Penelitian	4
1.4. Manfaat Penelitian	4
1.4.1. Manfaat Teoritis	5
1.4.2. Manfaat Praktis	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1. Penelitian Terdahulu	6
2.2. Kampanye	10
2.3. Alat Peraga Kampanye.....	12
2.4. Pemasaran Politik.....	14
2.5. Calon Petahana atau <i>Incumbent</i> dalam Pemilihan Legislatif Kota Banda Aceh Tahun 2019.....	17
BAB III METODE PENELITIAN	22
3.1. Lokasi Penelitian.....	22
3.2. Metodologi Penelitian	22
3.3. Sumber dan Jenis Data.....	23
3.3.1. Sumber Data.....	23
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	24
3.4.1. Wawancara.....	24
3.4.2. Dokumentasi dan Kepustakaan.....	25
3.5. Teknik Analisis Data.....	25
BAB IV PEMBAHASAN.....	28
4.1. Efektifitas Alat Peraga Kampanye terhadap Kandidat dalam Pemilihan Legislatif Kota Banda Aceh Tahun 2019	28
4.2. Pengaruh Alat Peraga Kampanye terhadap Masyarakat dalam Pemilihan Legislatif Kota Banda Aceh Tahun 2019	37

BAB V PENUTUP	41
5.1. Kesimpulan	41
5.2. Saran	42
DAFTAR PUSTAKA	43
LAMPIRAN	
RIWAYAT HIDUP PENULIS	



ABSTRAK

Kampanye pada proses pemilihan merupakan ajang adu strategi oleh para kandidat dalam meraih suara untuk memperoleh suara sebanyak-banyaknya dari masyarakat sebagai pemilih. Penggunaan Alat Peraga Kampanye (APK) merupakan salah satu upaya pemenangan yang selalu dipakai oleh para kandidat dalam menyiarkan promosi program, profil diri dalam masa kampanye di berbagai fasilitas umum, dalam hal Pemilihan Legislatif (Pileg) Kota Banda Aceh Tahun 2019 juga menjadi ajang kandidat menampilkan APK guna mendulang suara. Beberapa hal yang ingin dijelaskan dalam tulisan ini adalah : Pertama, mengenai efektifitas APK dalam upaya pemenangan kandidat dalam Pileg Kota Banda Aceh Tahun 2019. Kedua, Ingin mengetahui bagaimana pengaruh bagi masyarakat dalam Pileg Kota Banda Aceh Tahun 2019. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan menggunakan teknik pengumpulan data wawancara terhadap empat kandidat petahana dalam Pileg Kota Banda Aceh Tahun 2019 dan lima responden masyarakat Kota Banda Aceh. Hasil penelitiannya yaitu : Pertama, Penggunaan APK dalam proses pemenangan kandidat masih diperlukan sebagai media atau alat kampanye, selain berfungsi sebagai alat kampanye atau promosi politik kepada masyarakat dalam meraih suara, melalui desain dan bentuk yang diolah semaksimal mungkin APK dapat mempengaruhi preferensi masyarakat. Kedua, APK memiliki pengaruh dalam preferensi memilih masyarakat Kota Banda Aceh, selain juga sebagai media informasi serta kampanye para kandidat walaupun hal tersebut dipengaruhi berbagai faktor di baliknya. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa masih efektifnya alat peraga kampanye dalam kegiatan pemenangan kandidat dalam menarik suara atau preferensi memilih dari masyarakat dalam memilih dalam Pileg Kota Banda Aceh Tahun 2019.

Kata Kunci : Alat Peraga Kampanye, Kampanye, Pemilihan Legislatif Kota Banda Aceh Tahun 2019

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pemilihan umum (Pemilu) adalah arena kompetisi untuk mengisi jabatan-jabatan politik di pemerintahan yang didasarkan pada pilihan formal dari warga negara yang memenuhi syarat.¹ Pemilu menjadi ciri kehidupan berdemokrasi suatu negara sebagai sarana penyaluran hak asasi warga negara. Sesuai dengan prinsip kedaulatan rakyat dimana rakyat yang berdaulat, semua aspek penyelenggaraan pemilihan umum itu sendiri harus juga dikembalikan kepada rakyat untuk menentukannya. Maka penyelenggaraan pemilu haruslah menjadi fokus penting bagi pihak pemerintah atau *stakeholder* terkait sebagai pemenuhan hak asasi rakyat sebagai organ penting dari nilai demokrasi dalam menentukan hak pilihnya terhadap kepemimpinan untuk lima tahun mendatang.²

Pelaksanaan pemilu dalam Pasal 22 E Ayat (1) dilakukan secara langsung, umum, bebas, rahasia, jujur, dan adil setiap lima tahun sekali. Pasal 22 E Ayat (5) Undang-Undang Dasar 1945 menentukan bahwa pemilihan diselenggarakan oleh suatu Komisi Pemilihan Umum (KPU) yang bersifat nasional, tetap, dan mandiri. KPU sebagai pelaksana pemilihan umum memiliki wewenang untuk membuat

¹ Sigit Pamungkas, *Perihal Pemilu*, (Yogyakarta, Laboratorium Jurusan Ilmu Pemerintahan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Pemerintahan Universitas Gadjah Mada, 2009), hlm. 1.

² Jimly Asshiddiqie, *Pengantar Ilmu Hukum Tatanegara*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2013), hlm. 416.

peraturan yang disebut peraturan KPU untuk menjamin kelancaran dalam acara pemilihan umum serta mengikat bagi peserta pemilu.³

Pelaksanaan pemilu didalamnya terdapat fase yang disebut yaitu masa kampanye. Pasal 1 UU No. 7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum menyatakan kampanye pemilu adalah kegiatan peserta pemilu atau pihak lain yang ditunjuk oleh peserta pemilu untuk meyakinkan pemilih dengan menawarkan visi, misi, dan program peserta pemilu.⁴ Dalam setiap pemilihan, kampanye merupakan suatu tahapan dimana para kandidat melakukan penyebarluasan, promosi atau memperkenalkan atas keunggulan diri atau partai yang dibawanya.⁵

Berdasarkan proses kampanye, maka penggunaan Alat Peraga Kampanye (APK) merupakan salah satu instrumen yang cukup penting dalam kegiatan kampanye para kandidat dalam mempromosikan dirinya dan menguasai opini publik melalui sosialisasi program kerja dalam mempengaruhi opini publik dengan pemasangan atribut partai atau kandidat yang berbentuk umbul-umbul, poster, spanduk.⁶ Menurut Peraturan Komisi Pemilihan Umum (PKPU) No. 23 Tahun 2018 alat peraga kampanye adalah semua benda atau bentuk lain yang memuat visi, misi, program, dan/atau informasi lainnya dari peserta pemilu,

³ Undang-undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945. Di Website <https://dpr.go.id/jdih/uu1945>.

⁴ Undang-undang Nomor 7 Tahun 2017 Tentang Pemilihan Umum. Di Website https://sipuu.setkab.go.id/PUUdoc/175296/UU_Nomor_7_Tahun_2017_-_Penjelasan.pdf. (Diakses 15 Januari 2019).

⁵ Hafied Cangara, *Komunikasi Politik*, (Jakarta: Rajawali Press, 2009), hlm. 275.

⁶ Firmanzah, *Mengelola Partai Politik: Komunikasi dan Positioning Ideologi Politik di Era Demokrasi*, (Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2008), hlm. 217.

simbol atau tanda gambar peserta pemilu yang dipasang untuk keperluan kampanye dan bertujuan untuk mengajak orang memilih Peserta Pemilu tertentu.⁷

Penyelenggaraan Pemilihan Legislatif (Pileg) 2019 di Kota Banda Aceh, dalam hal ini pada masa kampanye, para kandidat berlomba-lomba dalam memperkenalkan diri sebagai calon terbaik di antara peserta lainnya. Hal ini bertujuan sesuai esensi dari suatu pemilihan mendapatkan kekuasaan melalui suara yang diberikan oleh masyarakat. Penggunaan strategi dengan menempatkan alat kampanye misalnya baliho, spanduk, dan lain-lain merupakan salah satu cara dalam menghadapi Pileg 2019. Menurut Royes Ruslan yang merupakan calon legislatif (Caleg) petahana atau *incumbent* dari Partai Demokrat menyatakan bahwa alat peraga kampanye seperti spanduk dan baliho adalah suatu strategi yang sangat efektif untuk memperkenalkan dirinya dimata masyarakat. Hal ini dikarenakan promosi awal sangat penting bagi para kandidat untuk memperkenalkan diri di hadapan masyarakat dalam menentukan calon yang dipilihnya pada hari pemilihan.⁸

Dengan melihat kasus di atas, Peneliti tertarik untuk mengangkat judul “EFEKTIFITAS ALAT PERAGA KAMPANYE DALAM PEMENANGAN KANDIDAT PADA PEMILIHAN LEGISLATIF KOTA BANDA ACEH TAHUN 2019”

⁷ Peraturan Komisi Pemilihan Umum (PKPU) Republik Indonesia nomor 28 tahun 2018. Di Website https://jdih.kpu.go.id/data/data_pkpu/PKPU%2028%20THN%202018.pdf. (Diakses 14 Januari 2019)

⁸ Wawancara dengan Royes Ruslan, Kandidat Pemilihan Legislatif di Kota Banda Aceh tahun 2019 Nomor Urut 1 dari Partai Demokrat, Daerah Pemilihan satu (Baiturrahman dan Lueng Bata), pada tanggal 25 Desember 2018 di Taufik Coffe Lamdingin.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas juga dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana efektifitas alat peraga kampanye bagi para kandidat dalam kampanye pemenangan Pemilihan Legislatif Kota Banda Aceh tahun 2019 ?
2. Bagaimana pengaruh alat peraga kampanye bagi masyarakat Kota Banda Aceh dalam penyelenggaraan Pemilihan Legislatif Kota Banda Aceh tahun 2019 ?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui efektifitas alat peraga kampanye dalam kampanye pemenangan Pemilihan Legislatif Kota Banda Aceh tahun 2019.
2. Untuk mengetahui pengaruh alat peraga kampanye bagi masyarakat Kota Banda Aceh dalam penyelenggaraan Pemilihan Legislatif Kota Banda Aceh tahun 2019.

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan manfaat baik secara teoritis maupun secara praktis yakni sebagai berikut :

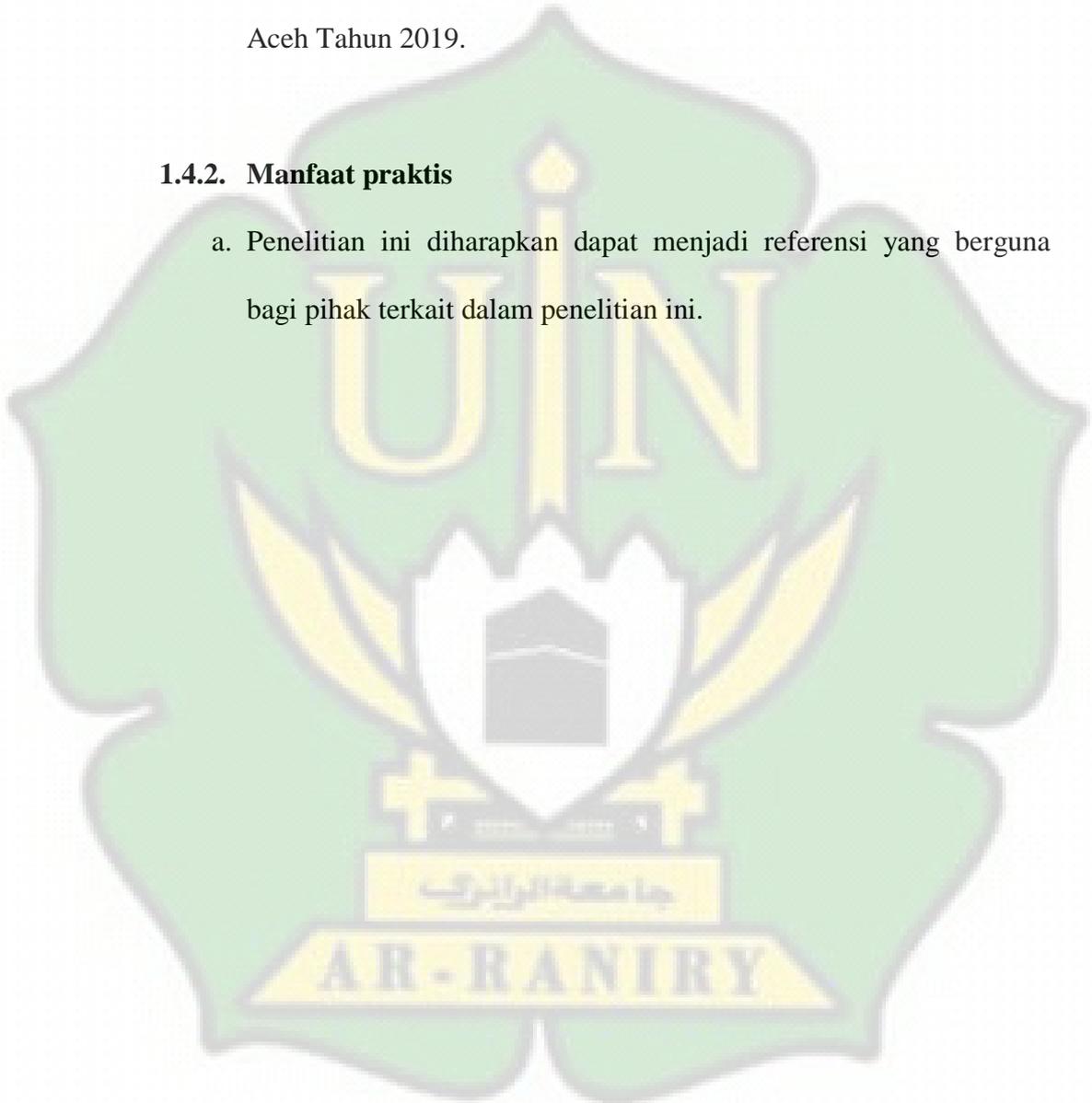
1.4.1. Manfaat teoritis

- a. Secara khusus hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap kajian terutama dibidang ilmu politik.

b. Untuk memperkaya khazanah ilmu pengetahuan dan menjadi referensi bagi mahasiswa tentang efektifitas alat peraga kampanye dalam pemenangan kandidat pada pemilihan legislatif Kota Banda Aceh Tahun 2019.

1.4.2. Manfaat praktis

a. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi yang berguna bagi pihak terkait dalam penelitian ini.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan sebuah acuan peneliti dalam pengembangan kajian penelitian. Adapun penelitian yang dinilai memiliki relevansi adalah sebagai berikut :

Skripsi yang berjudul “Pengaruh Alat Peraga Kampanye terhadap Partisipasi Politik di Kelurahan Sumber Rejo pada Pemilihan Kepala Daerah Bandar Lampung 2015” ditulis oleh Yoga Swasono (2017), mahasiswa program studi Ilmu Pemerintahan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung. Dalam penelitiannya ini, Yoga bertujuan mengetahui bagaimana pengaruh penempatan Alat Peraga Kampanye (APK) terhadap partisipasi politik di Kelurahan Sumber Rejo pada Pemilihan Kepala Daerah Bandar Lampung. Pendekatan penelitian yang digunakan yaitu penelitian *Explanatory Research* dengan menggunakan teknik pengambilan sampel yaitu sampling sistematis. Penelitian ini bersifat kuantitatif dan menggunakan metode survei yang dilakukan di TPS 5 dan TPS 8 sebagai tempat yang terdekat dengan lokasi APK di Kelurahan Sumber Rejo. Hasil dari penelitian ini yaitu pengaruh alat peraga kampanye melalui pengetahuan politik terhadap sebesar 13,84 persen, sedangkan pengaruhnya untuk partisipasi politik sebesar 18,40 persen, pengaruh tidak langsung alat peraga kampanye melalui pengetahuan politik terhadap partisipasi politik sebesar 15,95 persen dan pengaruh langsung alat peraga kampanye melalui

pengetahuan politik terhadap partisipasi politik sebesar 48,18 persen. Sedangkan pengaruh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini adalah 51,82 persen. Alat peraga kampanye ternyata memiliki korelasi terhadap pengetahuan politik dan mempengaruhi partisipasi politik masyarakat di Kelurahan Sumber Rejo Kecamatan Kemiling Kota Bandar Lampung. Persamaan penelitian di atas adalah kesamaan dalam melihat fenomena alat peraga kampanye dalam pengaruhnya saat masa-masa kampanye. Perbedaannya adalah penggunaan jenis kuantitatif dan penelitian *Explanatory Research* dengan mengambil data berdasarkan survei, sedangkan skripsi yang Peneliti lakukan menggunakan jenis kualitatif dengan studi kasus.⁹

Skripsi yang berjudul “Pemasangan Alat Peraga Kampanye Calon Legislatif di Sleman (Analisis terhadap Peraturan Bupati Nomor 3 tahun 2014 *Juncto* Peraturan Bupati Nomor 13 tahun 2013 *Juncto* Peraturan Bupati Nomor 30 tahun 2013 tentang Pemasangan Alat Peraga Kampanye)” ditulis oleh Moh. Hudi (2014), mahasiswa program studi Ilmu Hukum Fakultas Syari’ah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Dalam Penelitiannya ini, Hudi mengkaji apakah pemasangan alat peraga kampanye Calon Legislatif tahun 2014 sudah sesuai dengan Peraturan Bupati Nomor 3 tahun 2014, apa sajakah faktor penghambat dalam pelaksanaan pemasangan alat peraga kampanye (APK), serta apa sanksi terhadap pelanggaran tersebut. Penelitian ini menggunakan metode *field research* (penelitian lapangan). Penelitian ini bersifat kualitatif dan

⁹ Yoga Swasono, “Pengaruh Alat Peraga Kampanye terhadap Partisipasi Politik di Kelurahan Sumber Rejo pada Pemilihan Kepala Daerah Bandar Lampung 2015”(Skripsi tidak diterbitkan), Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung, Bandar Lampung, 2017.

menggunakan metode wawancara sebagai data primer dan data sekunder yang didapatkan dari Peraturan Perundang-undangan, buku-buku, dokumen, dan lain-lain. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemasangan alat peraga kampanye calon legislatif tidak efektif berdasarkan Peraturan Bupati Nomor 3 tahun 2014, karena masih banyak Partai Politik dan Calon Legislatif yang melanggar perizinan, wajib mendapatkan rekomendasi dari Kantor Kesatuan Bangsa, pemasangan *billboard* satu unit untuk satu desa, pemasangan alat peraga kampanye pada fasilitas umum, lingkungan gedung pemerintahan, lembaga pendidikan, di tempat pelayan kesehatan dan di tempat yang dilarang lainnya. Faktor penghambat dalam pelaksanaan pemasangan alat peraga kampanye adalah kurangnya media konstruksi alat peraga kampanye milik Pemerintah Kabupaten Sleman, jika dibandingkan dengan jumlah partai politik dan calon legislatif. Masih adanya celah dari pengawasan yang dilakukan Panitia Pengawas Pemilu. Sedangkan sanksi yang diberikan apabila partai politik atau calon legislatif melanggar maka akan ditertibkan oleh satuan Polisi Pamong Praja berdasarkan rekomendasi dari Panwaslih dalam bentuk pembongkaran, pencabutan atau pemindahan APK dengan memberitahukan terlebih dahulu kepada peserta pemilihan umum supaya tercipta kondisi yang kondusif. Persamaan penelitian di atas adalah kesamaan dalam objek penelitian yaitu alat peraga kampanye serta menggunakan jenis dan metode pengumpulan yang sama. Perbedaannya adalah skripsi di atas berusaha melihat secara yuridis mengenai penerapan peraturan Bupati nomor 3 tahun 2014 serta realita di lapangan mengenai penempatan alat peraga kampanye apakah sudah tepat atau masih banyak penyelewengan atau

tidak tepat sasaran, sedangkan dalam skripsi Peneliti melihat Alat Peraga Kampanye dalam pemenangan kandidat di ajang Pemilihan Legislatif Kota Banda Aceh.¹⁰

Sebuah artikel dari Jurnal Ilmu Sosial Volume 13 Nomor 1 Februrari 2014 Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP UNDIP Semarang yang berjudul “Evaluasi Alat Peraga Kampanye Pemilihan Umum di Era Demokrasi Elektoral” ditulis oleh Muchamad Yuliyanto (2014). Dalam Jurnalnya penulis berusaha mengetahui bagaimana respon publik terhadap kampanye di era demokrasi yang masih menggunakan alat atau peralatan di lingkungan sekitar seperti alat peraga kampanye. Penelitian ini berjenis kualitatif dengan menggunakan metode pengumpulan data yaitu wawancara secara mendalam. Hasilnya didapati beberapa jawaban dimana terdapat perbedaan pendapat antara pihak pemilih dan para kandidat yang berkepentingan dalam kampanye. Pihak pemilih berpendapat bahwasanya kampanye yang dapat dilihat dengan pemasangan APK dinilai sudah merusak tatanan lingkungan. Sedangkan para kandidat menyatakan bahwasanya penempatan material kampanye di tempat umum tersebut berguna untuk menjangkau calon pemilih dalam jumlah massal. Selain itu, terdapat klasifikasi pemilih dengan tingkat pendidikan tinggi berpendapat bahwa APK berguna untuk memberikan pendidikan politik terhadap kandidat pada hari pemilu, di sisi lain pemilih yang berpendidikan rendah menyatakan bahwa APK kampanye tidak

¹⁰ Moh. Hudi, “Pemasangan Alat Peraga Kampanye Calon Legislatif di Sleman (Analisis terhadap Peraturan Bupati Nomor 3 tahun 2014 Juncto Peraturan Bupati Nomor 13 tahun 2013 Juncto Peraturan Bupati Nomor 30 tahun 2013 tentang Pemasangan Alat Peraga Kampanye)” (Skripsi tidak diterbitkan), Fakultas Syari’ah dan Hukum, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta, 2014.

dapat meningkatkan melek politik para pemilih, khususnya di pemilihan tingkat legislatif. Terakhir, berdasarkan keseluruhan masyarakat menyatakan bahwa cara kampanye yang menarik bagi mereka adalah mengadakan kumpul massa dengan melakukan kegiatan temu muka, kegiatan amal lebih menarik pemilih dalam melihat sosok kandidat. Persamaan dari jurnal diatas dengan skripsi Penulis yaitu kesamaan objek penelitian yaitu alat peraga kampanye serta jenis dan metode penelitian yang dipilih. Adapun perbedaan yang ditemukan mengenai arah yang hendak dikaji dimana artikel diatas menasar persepsi masyarakat serta para kandidat dalam menilai efektifitas alat peraga kampanye di era demokrasi elektoral, sedangkan Peneliti mengangkat isu bagaimana efektifitas APK dalam pemenangan suatu kandidat di dalam suatu pemilihan.¹¹

2.2. Kampanye

Pengertian secara umum tentang istilah kampanye yang dikenal sejak 1940-an campaign is *generally exemply persuasion in action* (Kampanye secara umum menampilkan suatu kegiatan yang bertitik tolak untuk membujuk). Menurut Leslie B. Snyder, kampanye merupakan komunikasi merupakan aktivitas komunikasi yang terorganisasi, secara langsung ditujukan khalayak tertentu, pada periode waktu yang telah ditetapkan untuk mencapai tujuan tertentu.¹²

¹¹ Muhammad Yuliyanto, Evaluasi Alat Peraga Kampanye Pemilihan Umum di Era Demokrasi Elektoral. *Jurnal Ilmu Sosial Fisip Undip Semarang*, Februari 2014. Vol. 13. No.1.

¹² Rosady Ruslan, *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005), hlm. 23.

Menurut Peraturan Komisi Pemilihan Umum (PKPU) nomor 28 tahun 2018 tentang Kampanye Pemilihan Umum Pasal 1 Ayat 21, mengartikan kampanye sebagai kegiatan peserta pemilu atau pihak lain yang ditunjuk oleh Peserta Pemilu untuk meyakinkan Pemilih dengan menawarkan visi, misi, program, dan citra diri.¹³

Pemaparan diatas dapat diartikan bahwa kampanye adalah suatu aktivitas proses komunikasi untuk mempengaruhi dan memotivasi khalayak untuk berpartisipasi hingga menciptakan efek atau dampak tertentu seperti untuk mempromosikan diri atau partai untuk memilih dirinya saat pemilihan nanti. Selain itu terdapat pula jenis-jenis kampanye menurut beberapa sumber, yaitu:

1. *Product Oriented Campaigns*

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

2. *Candidate Oriented Campaigns*

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

¹³Peraturan Komisi Pemilihan Umum (PKPU) Republik Indonesia nomor 28 tahun 2018. Di Website https://jdih.kpu.go.id/data/data_pkpu/PKPU%2028%20THN%202018.pdf. (Diakses 14 Januari 2019).

3. *Ideologically or cause oriented campaigns*

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

4. Jenis Kampanye yang sifatnya menyerang (*attacking campaign*):

a. Kampanye Negatif

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

b. Kampanye Hitam (*Black Campaign*)

Kampanye yang bersifat buruk atau jahat dengan cara menjatuhkan lawan politik untuk mendapatkan keuntungan.¹⁴

2.3. **Alat Peraga Kampanye**

Menurut PKPU nomor 28 tahun 2018 tentang kampanye pemilihan umum dalam Pasal 1 Poin 28 menyatakan bahwa Alat Peraga Kampanye (APK) adalah semua benda atau bentuk lain yang memuat visi, misi, program, dan/atau informasi lainnya dari Peserta Pemilu, simbol atau tanda gambar Peserta Pemilu,

¹⁴ Dan Nimmo, *Komunikasi Politik: Komunikator, Pesan dan Media*, (Bandung: Rosda, 2009), hlm. 48-49.

yang dipasang untuk keperluan Kampanye yang bertujuan untuk mengajak orang memilih Peserta Pemilu tertentu.¹⁵

Dalam PKPU nomor 33 tahun 2018 disebutkan bahwa Alat Peraga Kampanye pada pasal 32 Ayat (1) meliputi:

- a. baliho, *billboard*, atau *videotron*
- b. spanduk; dan/atau
- c. umbul-umbul.

Selanjutnya dalam pasal yang sama Ayat 3 mengenai ukuran dari Alat Peraga Kampanye sebagaimana dimaksud adalah:

- a. Baliho, paling besar ukuran 4 m (empat meter) x 7 m (tujuh meter), *billboard* atau *videotron*, paling besar ukuran 4 m (empat meter) x 8 m (delapan meter).
- b. Spanduk, paling besar ukuran 1,5 m (satu koma lima meter) x 7 m (tujuh meter); dan c. umbul-umbul, paling besar ukuran 1,15 m (satu koma lima belas meter) x 5 m (lima meter).

Dalam pasal yang sama Ayat 4 mengenai isi dan muatan dari APK harus mengandung :

¹⁵Peraturan Komisi Pemilihan Umum (PKPU) Republik Indonesia nomor 28 tahun 2018. Di Website https://jdih.kpu.go.id/data/data_pkpu/PKPU%2028%20THN%202018.pdf. (Diakses 14 Januari 2019)

- a. Desain dan materi pada Alat Peraga Kampanye sebagaimana dimaksud pada Ayat (1) paling sedikit memuat visi, misi, dan program Peserta Pemilu.¹⁶

2.4. Pemasaran Politik

Menurut Bruce I. Newman dan Richard M. Perloff menyatakan bahwa pemasaran politik merupakan sebagai aplikasi prinsip-prinsip pemasaran dalam kampanye politik yang beraneka ragam individu, organisasi, prosedur-prosedur, dan melibatkan analisis, pengembangan, eksekusi dan strategi manajemen kampanye oleh kandidat, partai politik, pemerintah, pelobi, kelompok-kelompok tertentu yang bisa digunakan untuk mengarahkan opini publik terhadap ideologi mereka.¹⁷ Sedangkan, Dewi Haroen menyatakan pemasaran politik adalah penerapan konsep dan metode marketing ke dalam dunia politik. Marketing diperlukan untuk menghadapi persaingan dalam memperebutkan pasar (*market*), yang dalam hal ini adalah para pemilih.¹⁸

Dari konteks aktivitas politik, pemasaran politik dimaksudkan mengenai aktivitas penyebarluasan informasi tentang kandidat, partai, dan program yang dilakukan oleh aktor-aktor politik (komunikator) melalui saluran komunikasi tertentu yang ditujukan kepada sasaran tertentu dengan tujuan mengubah

¹⁶ Peraturan Komisi Pemilihan Umum (PKPU) Republik Indonesia nomor 33 tahun 2018. Di Website https://jdih.kpu.go.id/data/data_pkpu/PKPU%2033%20THN%202018.pdf. (Diakses 14 Januari 2019).

¹⁷ Hafied Cangara, *Komunikasi Politik*,... hlm. 277

¹⁸ Dewi Haroen, *Personal Branding*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2014), hlm. 48.

wawasan, pengetahuan, sikap dan perilaku calon pemilih sesuai keinginan pemberi informasi.¹⁹

Menurut Firmanzah, dalam proses pemasaran politik, terdapat 4 unsur utama atau yang dikenal 4 P, yaitu:

1. Produk (*Product*)

Merupakan ideologi, gagasan-gagasan dari sang kandidat dan partai yang akan disampaikan kepada masyarakat sebagai calon pemilih. Produk ini berisi konsep, identitas, ideologi dari para kandidat atau partai politik. Produk dapat berasal dari dimasa lalu maupun sekarang yang berkontribusi dalam pembentukan sebuah produk politik.

2. Promosi (*Promotion*)

Merupakan upaya periklanan, kehumasan dan promosi untuk sebuah partai yang dipikirkan secara matang sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Dalam hal ini, pemilihan media perlu dipertimbangkan.

3. Harga (*Price*),

Mencakup banyak hal, mulai ekonomi, psikologis, dan citra nasional. Harga ekonomi mencakup semua biaya yang dikeluarkan partai selama periode kampanye. Harga psikologis mengacu pada harga persepsi psikologis misalnya, pemilih merasa nyaman, dengan latar belakang etnis, agama, pendidikan dan lain-lain. Sedangkan harga citra nasional berkaitan dengan apakah pemilih merasa

¹⁹ Hafied Cangara, *Komunikasi Politik*,... hlm. 277

kandidat tersebut dapat memberikan citra positif dan dapat menjadi kebanggaan negara.

4. Penempatan (*Place*)

Hal ini berkaitan erat dengan cara hadir atau distribusi sebuah partai dan kemampuannya dalam berkomunikasi dengan para pemilih. Ini berarti sebuah partai harus dapat memetakan struktur serta karakteristik masyarakat baik itu geografis maupun demografis.²⁰

Menggunakan 4P pemasaran dalam aktivitas politik, menjadikan pemasaran politik tidak hanya sebatas masalah iklan, tetapi juga menyangkut cara sebuah institusi politik atau parpol dalam merumuskan produk politik, menyusun program publikasi kampanye dan komunikasi politik, strategi segmentasi untuk memenuhi kebutuhan lapisan masyarakat sampai ke perhitungan harga sebuah produk politik. Kesimpulannya, konsep pemasaran politik ini bertujuan dalam membantu pihak parpol dan kandidat dalam mengenal masyarakat yang diwakili atau target dan kemudian dilakukan perumusan isu politik yang sesuai dengan aspirasi khalayak calon pemilih.

²⁰ Firmanzah, *Marketing Politik*, (Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2010), hlm. 203.

2.5 Calon Petahana atau *Incumbent* dalam Pemilihan Legislatif Kota Banda Aceh Tahun 2019

Terdapat 25 calon petahana atau *incumbent* dalam Pemilu Legislatif Kota Banda Aceh pada tahun 2019, ini berarti terdapat lebih kurang 90 persen kandidat dari 30 Daftar Anggota Dewan Perwakilan Rakyat Kabupaten/Kota (DPRK) Kota Banda Aceh periode 2014-2019, kembali mencalonkan dirinya dalam Pileg kali ini. Hasilnya terdapat 16 kandidat atau 50 persen yang kembali berhasil menduduki kursi DPRK Kota Banda Aceh untuk periode pemerintahan 2019-2024.

Banyaknya kandidat petahana atau *incumbent* yang kembali menduduki kursi legislatif Kota Banda Aceh ini, mendasari Peneliti untuk mengangkat menjadi skripsi bagaimana strategi yang dipakai atau digunakan para caleg ini dalam hal penggunaan Alat Peraga Kampanye (APK), apakah APK masih sinergis dalam pola strategi yang dijalankan kandidat *incumbent* untuk meraup suara dalam memenangkan ajang akbar lima tahunan ini.

Sebagai informasi, berikut disajikan daftar list tabel informasi, dimulai dengan daftar Anggota DPRK Kota Banda Aceh Tahun 2014-2019, kandidat Pileg Kota Banda Aceh tahun 2019 yang berstatus petahana serta kandidat petahana yang kembali menduduki kursi DPRK Kota Banda Aceh periode 2019-2024. Penjabaran ini berguna untuk memberitahukan informasi bagaimana dinamika pencalonan *incumbent* di Pemilihan tingkat legislatif Kota Banda Aceh yang cukup tinggi.

Tabel 2.1**Daftar Anggota DPRK Kota Banda Aceh tahun 2014-2019**

No.	Kandidat	Partai Politik	Dapil (Daerah Pemilihan)
1.	Ir. M. Ali	Nasdem	Meuraxa - Kuta Raja (Dapil 1)
2.	Tgk. Januar Hasan	Demokrat	Meuraxa - Kuta Raja (Dapil 1)
3.	Ismawardi	PAN	Meuraxa - Kuta Raja(Dapil 1)
4.	Daniel Abdul Wahab	Partai Keadilan Dan Persatuan Indonesia (PKPI)	Meuraxa - Kuta Raja (Dapil 1)
5.	Farid Nyak Umar, ST	PKS	Kuta Alam (Dapil 2)
6.	Sabri Badruddin, ST	Golkar	Kuta Alam (Dapil 2)
7.	Mahyiddin	Gerindra	Kuta Alam (Dapil 2)
8.	Aiyub Bukhari, S.Pd	Demokrat	Kuta Alam (Dapil 2)
9.	M. Nasir, B.Sc	PPP	Kuta Alam (Dapil 2)
10.	T. Hendra Budiansyah	Partai Aceh (PA)	Kuta Alam (Dapil 2)
11.	H. Heri Julius. S.Sos	Nasdem	Syiah Kuala – Ulee Kareng (Dapil 3)
12.	Mukminan, SE	PKS	Syiah Kuala – Ulee Kareng (Dapil 3)
13.	Askari, S,Sos	Golkar	Syiah Kuala – Ulee Kareng (Dapil 3)
14.	H. Isnaini Husda, SE	Demokrat	Syiah Kuala – Ulee Kareng (Dapil 3)
15.	Mahdi, S.Ag	PAN	Syiah Kuala – Ulee Kareng (Dapil 3)
16.	H. Azhar	Partai Damai Aceh	Syiah Kuala – Ulee Kareng (Dapil 3)
17.	Ir. Bunyamin	Partai Aceh	Syiah Kuala – Ulee Kareng (Dapil 3)
18.	Abdul Rafur	Nasdem	Baiturrahman – Lueng Bata (Dapil 4)
19.	Zulfikar	PKS	Baiturrahman – Lueng Bata (Dapil4)
20.	H. Iskandar Mahmud, SH	Golkar	Baiturrahman – Lueng Bata (Dapil4)
21.	Royes Ruslan, SH	Demokrat	Baiturrahman – Lueng Bata (Dapil 4)
22.	Khairul Basyar	PAN	Baiturrahman –

			Lueng Bata (Dapil 4)
23.	Syarifah Munirah, S.Ag	PPP	Baiturrahman – Lueng Bata (Dapil 4)
24.	Razali Ismail	Partai Aceh	Baiturrahman – Lueng Bata (Dapil 4)
25.	T. Iqbal Djohan, SE	Nasdem	Banda Raya - Jaya Baru (Dapil 5)
26.	Irwansyah, ST	PKS	Banda Raya - Jaya Baru (Dapil 5)
27.	Ramza Harli, SE	Gerindra	Banda Raya - Jaya Baru (Dapil 5)
28.	Arif Fadillah, S.I. Kom	Demokrat	Banda Raya - Jaya Baru (Dapil 5)
29.	H. Ilmiza Sa'aduddin Djamal	PPP	Banda Raya - Jaya Baru (Dapil 5)
30.	Tasrif B,ST	Partai Aceh	Banda Raya - Jaya Baru (Dapil 5)

Sumber: Komisi Independen Pemilihan Kota Banda Aceh. Di Website
http://kip.bandaacehkota.go.id/wp-content/uploads/2015/12/Hasil-Pemilu-Legislatif-2014_.pdf.
(Diakses 12 Juni 2019)

Tabel 2.2

Daftar Calon Petahana atau *Incumbent* dalam Pemilihan Legislatif Kota Banda Aceh tahun 2019

No.	Kandidat	Partai Politik	Daerah Pemilihan (Dapil)
1.	Abdur Rafur	Nasdem	Baiturrahman-Lueng Bata (Dapil 1)
2.	Syarifah Munirah, S.Ag	PPP	Baiturrahman-Lueng Bata (Dapil 1)
3.	Khairul Basyar	PAN	Baiturrahman-Lueng Bata (Dapil 1)
4.	Royes Ruslan	Nasdem	Baiturrahman-Lueng Bata (Dapil 1)
5.	Razali Ismail	Partai Aceh	Baiturrahman-Lueng Bata (Dapil 1)
6.	H. Iskandar Mahmud, SH	Golkar	Baiturrahman – Lueng Bata (Dapil 1)
7.	Sabri Badruddin, ST	Golkar	Kuta Alam (Dapil 2)
8.	Aiyub Bukhari, SPd.	Demokrat	Kuta Alam (Dapil 2)
9.	T. Hendra	Partai Aceh	Kuta Alam (Dapil 2)

	Budiansyah		
10.	M. Nasir B.Sc	PPP	Kuta Alam (Dapil 2)
11.	Farid Nyak Umar	PKS	Kuta Alam (Dapil 2)
12.	Mahyiddin	Gerindra	Kuta Alam (Dapil 2)
13.	Askari S.Sos	Golkar	Syiah Kuala-Ulee Kareng (Dapil 3)
14.	Heri Julius	Nasdem	Syiah Kuala-Ulee Kareng (Dapil 3)
15.	H.Isnaini Husda, SE	Demokrat	Syiah Kuala-Ulee Kareng (Dapil 3)
16.	Ir. Bunyamin	Partai Aceh	Syiah Kuala-Ulee Kareng (Dapil 3)
17.	Ramza Harli, SE	Gerindra	Banda Raya - Jaya Baru (Dapil 4)
18.	Iqbal Djohan, SE	Nasdem	Banda Raya - Jaya Baru (Dapil 4)
19.	Irwansyah, ST	PKS	Banda Raya - Jaya Baru (Dapil 4)
20.	H. Ilmiza Sa'aduddin Djamal, MBA	PPP	Banda Raya - Jaya Baru (Dapil 4)
21.	Tasrif, B.ST	Partai Aceh	Banda Raya - Jaya Baru (Dapil 4)
22.	Ir. M. Ali	Nasdem	Meuraxa - Kuta Raja (Dapil 5)
23.	Daniel Abdul Wahab, S.Pd	Nasdem	Meuraxa - Kuta Raja (Dapil 5)
24.	Tgk. Januar Hasan	Demokrat	Meuraxa - Kuta Raja (Dapil 5)
25.	Ismawardi	PAN	Meuraxa - Kuta Raja (Dapil 5)

Sumber : Komisi Independen Pemilihan Kota Banda Aceh. Di Website <http://kip.bandaacehkota.go.id/pengumuman-daftar-calon-tetap-dct-anggota-dprk-banda-aceh/>.
(Diakses 13 Juni 2019)

Tabel 2.3

Daftar Petahana atau *Incumbent* yang Berhasil Menang dalam Pemilihan Legislatif Kota Banda Aceh tahun 2019

No.	Kandidat	Partai Politik	Daerah Pemilihan (Dapil)
1.	H. Iskandar Mahmud, SH	Golkar	Baiturrahman – Lueng Bata (Dapil 1)
2.	Abdur Rafur	Nasdem	Baiturrahman-Lueng

			Bata (Dapil 1)
3.	Syarifah Munirah, S.Ag	PPP	Baiturrahman-Lueng Bata (Dapil 1)
4.	Royes Ruslan	Nasdem	Baiturrahman-Lueng Bata (Dapil 1)
5.	Sabri Badruddin, ST	Golkar	Kuta Alam (Dapil 2)
6.	Aiyub Bukhari, SPd.	Demokrat	Kuta Alam (Dapil 2)
7.	T. Hendra Budiansyah	Partai Aceh	Kuta Alam (Dapil 2)
8.	Heri Julius S.Sos	Nasdem	Syiah Kuala-Ulee Kareng (Dapil 3)
9.	H.Isnaini Huda, SE	Demokrat	Syiah Kuala-Ulee Kareng (Dapil 3)
10.	Ir. Bunyamin	Partai Aceh	Syiah Kuala-Ulee Kareng (Dapil 3)
11.	Ramza Harli, SE	Gerindra	Banda Raya - Jaya Baru (Dapil 4)
12.	Irwansyah, ST	PKS	Banda Raya - Jaya Baru (Dapil 4)
13.	H. Illmiza Sa'aduddin Djamal, MBA	PPP	Banda Raya - Jaya Baru (Dapil 4)
14.	Daniel Abdul Wahab, S.Pd	Nasdem	Meuraxa - Kuta Raja (Dapil 5)
15.	Tgk. Januar Hasan	Demokrat	Meuraxa - Kuta Raja (Dapil 5)
16.	Ismawardi	PAN	Meuraxa - Kuta Raja (Dapil 5)

Sumber: Nama-nama Caleg yang Lolos ke DPRK Kota Banda Aceh 2019-2024. Di website <http://www.ajnn.net/news/nama-nama-caleg-yang-lolos-ke-dprk-banda-aceh-2019-2024/index.html>. (Diakses 13 Juni 2019).

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Lokasi Penelitian

Penelitian tentang “Efektifitas Alat Peraga Kampanye Dalam Pemenangan Kandidat Pada Pemilihan Legislatif Kota Banda Aceh Tahun 2019” dipilih berdasarkan tujuan yang hendak dicapai. Lokasi penelitian berada di Kota Banda Aceh.

3.2. Metodologi Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan deskriptif kualitatif. Data yang dikumpulkan terutama berupa kata-kata, kalimat atau gambar yang memiliki arti lebih bermakna dan mampu memacu timbulnya pemahaman yang lebih nyata daripada sekedar sajian angka atau frekuensi. Peneliti menekankan catatan dengan deskriptif kalimat yang rinci, lengkap dan mendalam yang menggambarkan situasi sebenarnya guna mendukung penyajian data.²¹

Menurut Sugiyono tujuan utama penelitian kualitatif adalah untuk mengembangkan pengertian, konsep-konsep yang pada akhirnya menjadi teori. Penelitian kualitatif sebagai upaya memaparkan data secara keseluruhan dan menganalisisnya secara jeli dan transparan. Dalam penelitian ini akan dilaporkan terhadap suatu kondisi yang bertujuan untuk membuat gambaran secara

²¹ Sutopo, H. B, *Metodologi Penelitian Kualitatif Dasar Teori dan Penerapan dalam Penelitian*, (Surakarta: UNS Press, 2002), hlm. 40.

sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta berhubungan antara fenomena yang diteliti.²²

3.3. Sumber dan Jenis Data

3.3.1. Sumber Data

Sumber data utama dalam penelitian kualitatif adalah orang-orang yang diamati dan diwawancarai. Dalam penelitian ini, kata-kata dan tindakan yang diperoleh peneliti bersumber pada hasil wawancara dengan kandidat petahana yang maju dan kembali menang dalam Pemilihan Legislatif tahun 2019 di Kota Banda Aceh, alasannya adalah kandidat petahana tersebut lebih mengetahui strategi yang tepat dalam setiap pemilihan yang diikutinya. Selain itu, masyarakat sebagai pemilih juga menjadi objek penelitian ini untuk memberikan tanggapan dan pendapatnya terhadap pengaruh alat peraga kampanye kandidat bagi pemilih Pileg 2019 di Kota Banda Aceh. Sumber data utama dicatat melalui catatan tertulis dan melalui alat rekaman (rekorder).

Selain sumber utama yang diperoleh melalui observasi dan wawancara, untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian ini juga tidak terlepas dari sumber tertulis lainnya yaitu berupa buku-buku, jurnal, serta sumber dari internet yang relevan yang berkenaan dengan penelitian ini.

²² Koentjaraningrat, *Metode-Metode Penelitian Masyarakat*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 1997), hlm. 129.

Untuk melengkapi sumber penelitian sebagai data penelitian adalah dokumentasi/foto. Penggunaan foto sebagai sumber data di lapangan pada saat proses penelitian berlangsung, dan dapat menjadi tanda bukti bahwa seseorang telah melakukan penelitian.

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang diperlukan dan relevan dengan masalah ini, maka digunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut :

3.4.1. Wawancara

Wawancara merupakan proses untuk memperoleh data untuk tujuan penelitian dengan cara bertanya jawab secara langsung dengan menggunakan alat panduan wawancara. Pada penelitian ini peneliti menggunakan teknik wawancara mendalam (*indepth interview*).²³ Dengan menggunakan teknik ini, peneliti diharapkan dapat memperoleh informasi yang lebih spesifik tentang Efektifitas Alat Peraga Kampanye dalam Pemenangan Kandidat pada Pemilihan Legislatif Kota Banda Aceh Tahun 2019. Kegiatan wawancara dilakukan terhadap pihak-pihak-pihak terkait masalah penelitian, seperti Anggota Legislatif yang Petahana periode 2019-2024 serta masyarakat sebagai calon pemilih atau target pemasangan alat peraga kampanye. Proses wawancara dilakukan dalam waktu 30-45 menit.

²³ Lexy J. Moleong, *Metodologi penelitian Kualitatif*, (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2007), hlm. 43.

3.4.2. Studi Dokumentasi

Studi dokumentasi adalah cara yang digunakan untuk mengumpulkan data melalui dokumen-dokumen, foto-foto yang bertujuan untuk melengkapi data. Tujuan peneliti menggunakan studi dokumentasi adalah untuk melengkapi data, serta menguji validitas data yang ada di lapangan.²⁴

3.5. Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian kualitatif pada dasarnya dilakukan sejak awal kegiatan penelitian sampai akhir kegiatan penelitian. Teknik analisis dalam penelitian ini bersifat induktif yaitu teknik analisis yang tidak dimaksudkan untuk membuktikan suatu prediksi atau hipotesis penelitian, tetapi kesimpulan yang dihasilkan terbentuk dari data yang dikumpulkan. Sifat analisis induktif menekankan pentingnya apa yang sebenarnya terjadi dilapangan apa yang bersifat khusus berdasarkan karakteristik konteksnya. Analisis induktif yang digunakan adalah teknik analisis interaktif, dengan analisis interaktif maka membandingkan data yang diperoleh lewat wawancara dengan hasil observasi sebagai usaha pemantapan kesimpulan. Hasil kesimpulan tersebut harus dikaitkan dengan beragam variabel yang terdapat dalam rumusan masalah penelitian. Dalam analisis interaktif terdapat tiga komponen yang harus dipahami seorang peneliti

²⁴Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif, R @ D*, (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm. 309.

yaitu reduksi data, sajian data dan penarikan kesimpulan. Tiga komponen tersebut harus saling berkaitan.²⁵

1. Reduksi Data

Data yang diperoleh dari hasil observasi, wawancara dan dokumentasi dicatat dalam catatan lapangan yang berisi tentang apa yang dilihat, didengar, disaksikan, dialami, dan juga temuan tentang apa yang dijumpai selama penelitian. Setelah pengumpulan data, langkah selanjutnya mereduksi data. Reduksi data merupakan proses seleksi, pemfokusan, penyederhanaan, dan informasi data-data yang didapat dari catatan di lapangan.

2. Penyajian Data

Setelah proses transformasi data selanjutnya dilakukan proses penyajian data. Penyajian data adalah sekumpulan informasi tersusun sehingga memberikan kemungkinan penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Dengan penyajian data akan dipahami apa yang terjadi, apa yang harus dilakukan, dan apa lebih lanjut lagi menganalisis mengambil tindakan berdasarkan atas pemahaman yang didapat dari penyajian-penyajian data tersebut. Penarikan kesimpulan dalam tahapan ini menyangkut interpretasi politik yaitu, menggambarkan makna dari data yang ditampilkan. Peneliti berupaya mencari data yang dihasilkan dalam penelitian, serta menganalisis data dan membuat kesimpulan.

²⁵Burhan Bugin, *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta: Kencana Persada Media Group, 2011), hlm. 144.

3. Penarikan Kesimpulan

Setelah data disajikan maka tahap terakhir adalah penerikan kesimpulan, penarikan kesimpulan bermaksud memberikan makna dan penjelasan terhadap hasil penyajian data. Dengan demikian, penarikan kesimpulan pada penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan hasil dari analisis data terkait Efektifitas Alat Peraga Kampanye Dalam Pemenagan Kandidat Pada Pemilihan Legislatif Kota Banda Aceh Tahun 2019.



BAB IV

PEMBAHASAN

4.1 Efektifitas Alat Peraga Kampanye terhadap Kandidat dalam Pemilihan Legislatif Kota Banda Aceh Tahun 2019

Setiap penyelenggaran pemilihan, para kandidat atau calon legislatif yang berjuang di pesta lima tahunan tersebut selalu menyiapkan berbagai strategi dalam menggaet massa untuk memilihnya di hari pencoblosan. Berbagai cara dan upaya dikerahkan, demi satu suara dari tiap individu yang ada di lingkup masyarakat. Strategi kampanye memiliki beragam macam bentuk baik fisik maupun non fisik, dibayar maupun tidak dibayar.

Proses penempatan alat peraga kampanye merupakan suatu bentuk yang menggunakan pendekatan pendekatan finansial, dimana biaya dikeluarkan oleh kandidat untuk memproduksi alat iklan (APK) dalam proses desain, produksi APK, dan penempatan di berbagai tempat yang telah ditentukan, terutama di lokasi-lokasi yang dinilai strategis. Strategi ini mengutamakan pembentukan citra positif dari sosok kandidat dimana simbol dan gambar/desain dimaksimalkan sebaik mungkin serta harus dapat membangkitkan sentimen antar pemilih dengan kandidat. Pemilih cenderung memilih kontestan yang memiliki arah yang sama yang mereka rasakan.²⁶

²⁶ Adman Nursal, *Political Marketing: Strategi Memenangkan Pemilu*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2004), hlm. 263.

Begitupun jika dilihat praktik pemasangan dan penempatan alat peraga kampanye yang dilakukan oleh kandidat legislatif Kota Banda Aceh, khususnya calon petahana, dapat dilihat bahwa APK masih merupakan unsur penting dalam proses strategi pemenangan kandidat. Berdasarkan hasil wawancara ketiga narasumber yang merupakan calon *incumbent* dalam Pileg 2019 Kota Banda Aceh yaitu Sabri Badruddin yang merupakan kandidat petahana Partai Golongan Karya (Golkar) dari daerah pemilihan atau dapil dua (Kuta Alam), Isnaini Husda yang merupakan caleg petahana Partai Demokrat dari dapil tiga (Syiah Kuala-Ulee Kareng), serta kandidat terakhir Bunyamin yang juga merupakan sosok petahana dari Partai Aceh yang berasal dari dapil tiga (Syiah Kuala-Ulee Kareng) menyatakan bahwa penempatan atau pemasangan alat peraga kampanye masih cukup efektif dalam penginformasian diri mereka kepada khalayak pemilih. Ketiganya kompak akan *statement* masih pentingnya alat peraga kampanye dalam proses kampanye.

Misalnya, seperti pernyataan kandidat Sabri Badruddin, yang menyatakan :

*“Menurut saya, alat peraga kampanye masih diperlukan dalam pesta demokrasi, saya melihat walaupun terkadang terkesan semrawut, namun keberadaannya menjadi ujung tombak para caleg dalam memperkenalkan dirinya serta menjadi pendidikan politik kepada masyarakat. Coba kalau tidak ada APK itu, bagaimana masyarakat tau seorang kandidat mencalonkan diri, bagaimana saya misalnya mendapatkan suara dari masyarakat”.*²⁷

²⁷ Wawancara dengan Sabri Badruddin, Kandidat Incumbent Pemilihan Legislatif di Kota Banda Aceh tahun 2019 dengan Nomor Urut 1 dari Partai Golongan Karya, Daerah Pemilihan dua (Kuta Alam), pada tanggal 28 Juni 2019 di Kantor DPRK Kota Banda Aceh.

Senada dengan pernyataan diatas, menurut Isnaini Husda keberadaan APK tidak dapat dikesampingkan dalam proses politik para kandidat pemilu, berikut kutipan wawancaranya :

*“Ya kita tentu masih memerlukannya, khususnya kami dari Partai Demokrat memang memang ini menjadi bagian strategi partai untuk memperkenalkan kandidat di tengah masyarakat, kita tidak dapat menafikan keberadaan APK walaupun perkembangan jaman semakin maju. Keberadaan baliho dan spanduk misalnya, itu menjadi tempat perkenalan saya dengan masyarakat, baik profil, ideologi politik saya, pesan politik saya. Selain itu, dengan APK kita dapat menjangkau pemilih yang tidak terjangkau atau target dari strategi pertemuan atau temu ramah yang biasanya kita adakan untuk saling tukar aspirasi dan tanya jawab bersama masyarakat”.*²⁸

Sedangkan pendapat Bunyamin berpendapat bahwa bagi dirinya APK sangatlah penting serta dibarengi dengan berbagai strategi lainnya seperti temu ramah atau mengadakan silaturahmi ke berbagai desa, serta ikut serta dalam kegiatan-kegiatan masyarakat, seperti menghadiri kenduri, hajatan, serta kegiatan gotong royong bersama masyarakat sehingga masyarakat dapat memberikan penilaian positif terhadap sosok kandidat itu sendiri. Bunyamin berkata:

“Bagi saya APK itu penting, selain untuk memperkenalkan diri terhadap masyarakat, juga menjadi pemeriah suasana kampanye. Dengan penempatan dan pembagian APK seperti stiker-stiker, kartu nama, dan lain lain masyarakat akan memilihnya, penempatan baliho yang tepat sasaran, bukan tak mungkin beberapa individu masyarakat akan memilih, ya sekali dua kali mungkin masih ragu, yang ketiga kali atau seterusnya pasti menjadi bahan pertimbangannya dalam mencoblos di hari H (hari pemilihan). Bahkan ini terkadang menjadi peluang di detik-detik terakhir dimana APK yang terakhir dilihat di

²⁸ Wawancara dengan Isnaini Husda, Kandidat Incumbent Pemilihan Legislatif di Kota Banda Aceh tahun 2019 dengan Nomor Urut 1 dari Partai Demokrat, Daerah Pemilihan tiga (Ulee Kareng-Syiah Kuala), pada tanggal 1 Juli 2019 di Kantor DPRK Kota Banda Aceh.

*jalan atau tempat lain akan menjadi pilihannya di kotak suara, ini ada walaupun tidak banyak”.*²⁹

Terdapat temuan menarik dari hasil wawancara di lapangan, penempatan APK seperti baliho atau spanduk di jalan-jalan atau tempat umum lainnya menjadi tolak ukur masyarakat dalam menilai keseriusan seorang kandidat dalam menghadapi pemilihan. Seperti pernyataan dari Syaiful, yang merupakan warga Punge Ujong, Kecamatan Meuraxa, dia berujar semakin banyaknya APK dari sosok kandidat maka caleg itu serius serta tidak main-main dalam menghadapi pemilihan. Berikut hasil wawancaranya :

*“Kadang kita melihat, bahwasanya ada calon terkadang tidak pasang baliho atau spanduk, jangankan itu, terkadang kartu nama aja gak ada dibagi-bagi kepada kami masyarakat, kan tidak sreg dilihat. Bagaimana ada hasil kalau tidak ada usaha, dari segi itu saja kita menilai kalau keseriusan dari seorang caleg itu sendiri dalam menghadapi pemilihan, bagaimana nanti kalau sudah terpilih pasti lebih parah lagi, bisa-bisa kita rakyat tidak diperdulikan”.*³⁰

Sabri Badruddin yang merupakan caleg dari dapil dua yang mencakup kecamatan Kuta Alam menyatakan kondisi ini juga dialaminya dalam proses kampanye pada saat itu. Terkadang masyarakat di beberapa kawasan tertentu masih memiliki pemikiran materi adalah segalanya. Dalam hal ini materi dimaknai dengan jumlah APK yang jumlahnya massal menjadi penentu kemenangan dari seorang kandidat. Sabri Badruddin berujar :

“Pengalaman yang lalu, saya banyak dihubungi ketika saya agak terlambat dalam persiapan pemasangan, mereka (masyarakat)

²⁹ Wawancara dengan Bunyamin, Kandidat Incumbent Pemilihan Legislatif di Kota Banda Aceh tahun 2019 dengan Nomor Urut 1 dari Partai Aceh, Daerah Pemilihan tiga (Ulee Kareng-Syiah Kuala), pada tanggal 28 Juni 2019 di Kantor DPRK Kota Banda Aceh.

³⁰ Wawancara dengan Syaiful, warga Punge Ujong Kecamatan Meuraxa dan pemilih di Pemilihan Legislatif Kota Banda Aceh 2019, pada tanggal 3 Juli 2019 di sekitar Kota Banda Aceh.

*mempertanyakan kesiapan saya maju melihat hari pemilihan sudah semakin dekat, dibilang saya “kurang panas”.*³¹

Ujar sosok yang telah menduduki kursi DPRK Kota Banda Aceh sejak tahun 2009 tersebut. Kasus yang sama juga dialami oleh kandidat dari Partai Aceh yaitu Bunyamin, namun dirinya telah memilih strategi yang berbeda dimana, penempatan APK jumlah yang massal menjadi fokus dirinya untuk me“merahkan” Kota Banda Aceh, walaupun dana yang dihabiskan juga tidak sedikit.

*“Ya kalau kita memang agak kita kencangkan sedikit dari calon lain, apalagi Kota Banda Aceh dikenal daerah “Nasional”, maka dengan itu penempatan APK harus lebih masif, apalagi Partai Aceh dikenal sebagai partai yang mencerminkan entitas keacehan, harus sedikit berbeda.”*³²

Hal ini berbeda dengan Isnaini Huda, dirinya mengaku tidak terlalu banyak memproduksi APK hal ini mengingat strategi yang ditempuh sedikit berbeda, dirinya lebih memfokuskan pada pertemuan, temu ramah bersama masyarakat, APK hanya *back up* pemasaran dirinya yang tidak terjangkau dalam pertemuan-pertemuan dirinya dengan masyarakat, apalagi dapil tiga yaitu kawasan Ulee Kareng dan Syiah Kuala memiliki jumlah desa sebanyak 19 desa.

Strategi penempatan dan produksi APK juga merupakan hal menarik dimana para kandidat memiliki cara dan strategi masing-masing. Penempatan dan pendistribusian dilakukan secara seksama serta cermat, berdasarkan wawancara

³¹ Wawancara dengan Sabri Badruddin, Kandidat Incumbent Pemilihan Legislatif di Kota Banda Aceh tahun 2019 dengan Nomor Urut 1 dari Partai Golongan Karya, Daerah Pemilihan dua (Kuta Alam), pada tanggal 28 Juni 2019 di Kantor DPRK Kota Banda Aceh.

³² Wawancara dengan Bunyamin, Kandidat Incumbent Pemilihan Legislatif di Kota Banda Aceh tahun 2019 dengan Nomor Urut 1 dari Partai Aceh, Daerah Pemilihan tiga (Ulee Kareng-Syiah Kuala), pada tanggal 28 Juni 2019 di Kantor DPRK Kota Banda Aceh.

yang dilakukan terhadap kandidat petahana dalam Pileg 2019, maka berikut beberapa strategi yang dilakukan para calon legislatif tersebut dalam proses pemasangan dan pendistribusian alat peraga kampanye agar lebih efektif :

1. Pemetaan awal terhadap masyarakat

Dalam hal ini para kandidat menilai dan melakukan survei terhadap kondisi masyarakat, bagaimana ekonomi masyarakat, sikap politik mereka apakah mereka pemilih yang irrasional (masyarakat melek politik rendah, pasif politik), rasional (masyarakat sadar dan aktif dalam politik serta biasanya terpelajar), emosional, semua itu dirumuskan agar dapat dibentuk formula atau strategi khusus dalam proses kampanye di tempat tersebut, hal ini dilakukan karena untuk mengatasi heterogenya (majemuk) kondisi sosial masyarakat dan tidak salah kaprah dalam proses politik di suatu lokasi nantinya.

2. Relasi

Jaringan kekerabatan, persaudaraan atau kedekatan dengan sosok individu menjadi peluang besar para kandidat untuk melakukan proses politik dengan cepat dan efektif, lewat pembicaraan mulut ke mulut, atau reunion maka proses kampanye dirasa akan lebih mudah dan mengikat orang yang. Pembagian kartu nama, baju, kalender atau sejenisnya biasanya dapat dilakukan melalui kedekatan emosional ini, melalui sanak saudara, famili, keluarga, dan teman sejawat.

3. Penempatan APK yang strategis

Penempatan APK seperti spanduk, baliho, bendera, merupakan salah satu metode yang penting guna menggaet masyarakat untuk memilih dirinya. Biasanya tempat-tempat yang menjadi pusat perkumpulan masyarakat di desa-desa, seperti di sekitaran warung kopi, diluar lingkaran mesjid, di jembatan menjadi target para kandidat dan timnya untuk menempatkan baliho atau spanduk.

4. Penentuan branding diri yang tepat

Ketepatan pemilihan branding diri merupakan cara para kandidat dalam “menjual” apa yang menjadi daya tarik, baik itu dari sisi kepartaian atau dari dirinya sendiri. Branding keunggulan partai dapat dilihat seperti Partai Aceh memiliki ciri khas memperjuangkan poin-poin di MoU Helsinki serta nilai keacehan, Partai Demokrat dengan branding Partai yang berjasa terhadap perdamaian di Aceh, Partai Nanggroe Aceh (PNA) yang memiliki branding pelaksanaan program JKA dan Aceh Hebat nya. Sedangkan dari sisi ketokohan partai terkadang juga dipilih untuk menjadi branding kandidat dalam APK itu, misal ketokohan Susilo Bambang Yudhoyono atau sering dikenal SBY sering dipakai oleh beberapa kandidat dari Partai Demokrat, Muzakkir Manaf dan Hasan Tiro dalam branding kader Partai Aceh dalam mempromosikan dirinya, dan yang paling banyak dilakukan oleh kader di pemilihan legislatif Kota Banda Aceh yaitu menggunakan Prabowo-Sandi untuk *blow up* dirinya, melalui penempatan gambar sedang berdekatan atau penyisipan foto tokoh tersebut dalam APK, walaupun terdapat perbedaan koalisi partai yang menjadi wadah kandidat bernaung, namun

dikarenakan melihat arah dan sikap politik masyarakat Aceh yang pro terhadap pasangan Prabowo-Sandi maka para kandidat juga memanfaatkan momentum tersebut.

Hal ini seperti dikatakan Isnaini Husda dalam wawancaranya :

“Ya politik ini kan luwes, kita (kandidat) bermain sesuai apa yang ada di masyarakat, misalnya dalam hal ini perihal branding kita, kita lihat, terkadang ada yang bisa kita jual partai kita, atau malah ketokohan tertentu. Semua itu berdasarkan pemetaan kita dalam merumuskan strategi APK.”³³

Analogi yang terbentuk dari pernyataan diatas yaitu dinamisme politik yang menjadi alasan mengapa terdapat perbedaan yang kentara dalam berpolitik, politik dijadikan sebagai pasar dan masyarakat menjadi konsumen, pasar tetap melihat bagaimana permintaan dan selera dari konsumen

Proses produksi maupun pendistribusian APK tentu memakan biaya yang tidak murah dan memakan waktu yang cukup lama. Adapun anggaran yang dihabiskan rata rata mencapai kisaran 20-40 juta rupiah berdasarkan informasi dari wawancara yang telah dilakukan. Biaya itu telah termasuk biaya desain, produksi, serta pemasangan oleh tim kampanye dari masing-masing kandidat, serta dominannya biaya pemasangan merupakan yang paling memakan anggaran terbanyak. Dalam hal ini, meski APK terhitung tidak ekonomis dan memakan waktu, serta kehadiran media sosial yang murah, memiliki jangkauan luas dalam menggaet perhatian masyarakat tentu menjadi alternatif tersendiri. Penggunaan media selain APK seperti dari pengamatan yang dilakukan oleh Peneliti hanya

³³ Wawancara dengan Isnaini Husda, Kandidat Incumbent Pemilihan Legislatif di Kota Banda Aceh tahun 2019 dengan Nomor Urut 1 dari Partai Demokrat, Daerah Pemilihan tiga (Ulee Kareng-Syiah Kuala), pada tanggal 1 Juli 2019 di Kantor DPRK Kota Banda Aceh.

dilakukan oleh Isnaini Husda melalui akun Facebook dirinya dengan nama pengguna Isnaini Husda serta akun tim pemenangan yang memiliki nama pengguna Rakan Isnaini Husda, sedangkan untuk dua kandidat lainnya tidak ditemukan promosi dengan menggunakan media sosial. Kebutuhan terhadap APK dalam promosi kandidat yang bertanding di kancah pemilihan masih tinggi dengan kondisi masyarakat Kota Banda Aceh yang masih mengedepankan nilai kearifan lokal dalam proses politik dengan mengadakan pertemuan-pertemuan, musyawarah. Masyarakat lebih suka terhadap cara kampanye dengan temu ramah, silaturahmi, kegiatan sosial yang dilakukan kandidat, daripada penggunaan promosi media sosial. Penetrasi penggunaan teknologi dan gawai dalam kampanye kandidat berada dari pasar yang berbeda dengan preferensi yang masih minim.³⁴

Berdasarkan amatan peneliti terhadap pihak narasumber kandidat Pemilihan Legislatif Kota Banda Aceh 2019 yaitu Bunyamin, Isnaini Husda, dan Sabri Badruddin dalam melakukan proses pemasaran politik sesuai konsep mengenai pembentukan branding diri memiliki konsep dan strategi masing-masing. Ketiganya, memiliki pola yang hampir sama dalam menampilkan diri (*display*) di APK yaitu membranding dirinya sendiri tanpa melakukan penonjolan tokoh atau sosok orang lain yang memiliki pengaruh dan reputasi di masyarakat. Secara konsep kampanye, strategi pesan kampanye yang ditampilkan di APK yang dilakukan oleh ketiga kandidat berpola pada pola *Candidate Oriented Campaigns*, dimana kandidat fokus dalam promosi kampanye dalam meraih

³⁴ Berdasarkan hasil kesimpulan wawancara dari tiga kandidat Pemilihan Legislatif Kota Banda Aceh tahun 2019.

kemenangan dalam pemilihan. Isi kampanye yang ditampilkan APK yang dapat dilihat dari lampiran skripsi, masing-masing kandidat hanya menampilkan data diri, nomor urut, serta pesan politis. Proses pendidikan politik serta penyebaran pesan ideologis tidak terlihat dari APK yang diproduksi oleh kandidat yang menjadi narasumber dalam penelitian.

4.2. Pengaruh Alat Peraga Kampanye terhadap Masyarakat dalam Pemilihan Legislatif Kota Banda Aceh Tahun 2019

Masyarakat Kota Banda Aceh terkenal dengan kemajemukan populasi dimana mayoritas merupakan perantau dari berbagai daerah di Provinsi Aceh. Perbedaan latar belakang, bahasa, dan hingga budaya juga menentukan bagaimana pengalaman, pandangan, sikap serta penentuan pilihan politik. Hal ini juga menyiratkan Peneliti untuk melihat pengaruh alat peraga kampanye sebagai sumber informasi masyarakat dalam mengenal kandidat yang akan dipilihnya dalam Pileg Kota Banda Aceh tahun 2019. Apakah dengan banyaknya penempatan APK menjadi sumber informasi utama dalam mengenal sosok kandidat yang maju dalam pemilihan, atau bahkan dapat mempengaruhi masyarakat untuk memilih sosok kandidat yang ditampilkan di APK di sekitarnya tersebut.

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan terhadap lima responden yang tinggal dan pemilih di Kota Banda Aceh, semua responden sepakat bahwa APK memiliki pengaruh dalam menentukan pilihan politik mereka dalam

pemilihan tersebut. Melalui spanduk, baliho yang ditempatkan di tempat umum, responden memperoleh informasi mengenai kandidat atau caleg. Namun, untuk preferensi pilihan kandidat, keberadaan APK tidak selalu mempengaruhi masyarakat dalam memilih Caleg yang banyak menempatkan dan memproduksi alat peraga di tempat umum.

Hal ini sesuai pernyataan Sayed yang merupakan warga Sukadamai, Kecamatan Lueng Bata mengakui APK menjadi alat bagi dirinya untuk informasi mengenai kandidat yang maju dalam Pileg Kota Banda Aceh 2019, namun untuk calon yang akan dipilih beliau menyatakan memiliki pilihan sendiri.

*“Ya, saya juga mengetahui berbagai kandidat yang maju di Pileg itu dari APK, selain dari tempat lain seperti koran, internet, dan-lain lain lah. Nah, untuk calon favorit kebetulan saya punya pilihan sendiri”.*³⁵

Di sisi lain, ternyata penempatan APK dapat menjadikan suatu preferensi dalam memilih. Syaiful yang merupakan warga Punge Ujong, Kecamatan Meuraxa menyatakan bahwa dirinya menjadi APK sebagai preferensi memilih dalam memberikan suara. Pilihannya jatuh pada kandidat yang banyak menempatkan APK di tempat umum, hal ini dikarenakan beliau tidak terlalu memikirkan kandidat di pemilihan karena kesibukannya dalam aktivitas sehari-hari seperti yang terdapat dalam kutipan wawancara berikut :

“Saya tidak mau ambil pusing mengenai kandidat itu, karena saya sehari-sehari sibuk kerja ini itu, maka dengan adanya APK itulah menjadi pedoman saya dalam mengetahui calon-calon yang maju.

³⁵ Wawancara dengan Sayed, warga Sukadamai Kecamatan Lueng Bata dan pemilih di Pemilihan Legislatif Kota Banda Aceh 2019, pada tanggal 2 Juli 2019 di sekitar Kota Banda Aceh.

*Waktu kemarin itu sih saya pilih kandidat yang banyak ada APK, karena itu tadi, saya sibuk lagipula kan masa Caleg tidak ada APK itu kita pilih, tidak bagus dilihat, harus semarak”.*³⁶

Hal tersebut juga disetujui oleh Putri Mona yang merupakan warga Lampaseh Aceh, Kecamatan Meuraxa dalam wawancara dengannya mengatakan bahwa kehadiran APK tidak hanya sebagai media informasi kandidat yang maju dalam kontestasi politik, tetapi juga menjadi preferensi dirinya dalam memilih.

*“ Saya mengakui bahwa APK yang di jalan-jalan itu menjadi pilihan saya dalam pemilu kemarin. Selain karena saya tidak mempunyai pilihan (kandidat favorit), karena kemarin saya fokus pada pilihan Presiden serta saya tidak terlalu suka dunia politik”.*³⁷

Namun, Pemanfaatan APK oleh para kandidat juga tidak selalu mendapat tanggapan positif dari masyarakat sebagai pemilih. Melati, yang merupakan representasi pemilih pemula dalam Pemilu 2019 ini menyatakan keberadaan APK di berbagai fasilitas publik memang menjadi sumber informasi mengenai kandidat, namun dirinya lebih menyukai sumber informasi kondisi Pileg 2019 dari internet seperti media sosial. Gadis yang tinggal di Beurawe, Kecamatan Kuta Alam mengatakan bahwa penggunaan APK di masa kini cenderung merusak tatanan dan kebersihan kota, dengan banyaknya penempatan yang tidak teratur. Lanjutnya, dengan perkembangan teknologi, seharusnya promosi kampanye di

³⁶ Wawancara dengan Syaiful, warga Punge Ujong Kecamatan Meuraxa dan pemilih di Pemilihan Legislatif Kota Banda Aceh 2019, pada tanggal 3 Juli 2019 di sekitar Kota Banda Aceh.

³⁷ Wawancara dengan Putri Mona, warga Lampaseh Aceh Kecamatan Meuraxa dan pemilih di Pemilihan Legislatif Kota Banda Aceh 2019, pada tanggal 2 Juli 2019 di sekitar Kota Banda Aceh

internet dengan memanfaatkan berbagai media sosial dapat menjadi alternatif karena mudah diakses oleh segala lapisan masyarakat dan ramah lingkungan.³⁸

Uraian di atas memberikan berbagai pengetahuan bagaimana penilaian masyarakat mengenai APK dalam proses kampanye kandidat serta pengaruhnya dalam proses pemilihan umum. Promosi APK menjadi sumber informasi masyarakat dalam mendapatkan pengetahuan kandidat yang maju dalam pemilihan serta terkadang ikut menjadi ujung tombak kandidat dalam meyakinkan pemilih. Namun, penggunaan APK oleh kandidat bukan faktor penentu dalam pemberian hak suara oleh masyarakat. Dengan segala pandangan serta tingkat 'melek politik' yang dimiliki, sikap kritis terhadap hak politik menjadi lebih tinggi membuat tiap individu mempunyai perbedaan pertimbangan tersendiri dalam memilih sosok pemimpin.

³⁸ Wawancara dengan Melati, warga Beurawe Kecamatan Kuta Alam dan pemilih di Pemilihan Legislatif Kota Banda Aceh 2019, pada tanggal 3 Juli 2019 di sekitar Kota Banda Aceh.

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan uraian dan pokok permasalahan yang telah dijelaskan dari bab I-IV mengenai efektifitas alat peraga kampanye (APK) dalam pemenangan kandidat pada Pemilihan Legislatif Kota Banda Aceh tahun 2019, maka kesimpulannya adalah sebagai berikut.

Efektifitas APK dalam proses pemenangan kandidat yang berstatus petahana atau *incumbent* masih diperlukan sebagai media atau alat kampanye. Selain sebagai alat kampanye atau promosi politik kepada masyarakat dalam meraih suara, melalui desain dan bentuk yang diolah semaksimal mungkin APK dapat mempengaruhi preferensi masyarakat. Status petahana membuktikan bahwa pentingnya APK dalam strategi kampanye yang diusung kandidat selain silaturahmi, pengadaan kegiatan sosial dan lain-lain.

Adapun pengaruh APK bagi masyarakat Kota Banda Aceh dalam Pileg tingkat 2019 sebagai media informasi dalam mengenal kandidat. Penggunaan APK juga dapat menjadi preferensi responden dalam memilih, hal ini dipengaruhi oleh berbagai sikap, pengetahuan politik dan berbagai pengaruh diluar itu, dimana berdasarkan penelitian ini, terdapat juga kasus bahwa APK tidak mempengaruhi preferensi memilih para responden.

5.2. Saran

1. Untuk para kandidat, melalui promosi kampanye yang dilakukan dalam media APK tidak hanya orientasi kemenangan diri, tetapi juga harus memberikan pendidikan politik kepada masyarakat sebagai pemilih agar terciptanya sikap aktif serta peningkatan melek politik dari masyarakat Kota Banda Aceh.
2. Penempatan APK di berbagai fasilitas umum harus mempertimbangan estetika tatanan kota, karena realita di lapangan saat memasuki masa kampanye, penggunaan APK terutama bendera, spanduk, dan lain-lain merusak citra kebersihan Kota Banda Aceh.
3. Kepada masyarakat sebagai pemilih agar terus meningkatkan wawasan dan aktif mengenai politik agar terciptanya suasana politik yang kondusif dan melahirkan pemimpin yang dapat membawa Kota Banda Aceh yang lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Asshiddiqie, Jimly. *Pengantar Ilmu Hukum Tatanegara*. Jakarta. Raja Grafindo Persada. 2013.
- Bugin, Burhan. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta. Kencana Persada Media Group. 2011.
- Cangara, Hafied. *Komunikasi Politik*. Jakarta. Rajawali Press. 2009.
- Firmanzah. *Marketing Politik*. Jakarta. Yayasan Pustaka Obor Indonesia. 2010.
- _____. *Mengelola Partai Politik: Komunikasi dan Positioning Ideologi Politik di Era Demokrasi*. Jakarta. Yayasan Pustaka Obor Indonesia. 2008.
- Haroen, Dewi. *Personal Branding*. Jakarta. PT. Gramedia Pustaka Utama. 2014.
- Hudi, Moh. *Pemasangan Alat Peraga Kampanye Calon Legislatif di Sleman (Analisis terhadap Peraturan Bupati Nomor 3 tahun 2014 Juncto Peraturan Bupati Nomor 13 tahun 2013 Juncto Peraturan Bupati Nomor 30 tahun 2013 tentang Pemasangan Alat Peraga Kampanye)*. Skripsi, tidak diterbitkan. Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga. 2014.
- J. Moleong, Lexy *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung. PT. Remaja Rosdakarya. 2007.
- Koentjaraningrat. *Metode-Metode Penelitian Masyarakat*. Jakarta. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Nimmo, Dan. *Komunikasi Politik: Komunikator, Pesan dan Media*. Bandung. Rosda. 2009.
- Nursal, Adman. *Political Marketing: Strategi Memenangkan Pemilu*. Jakarta. Gramedia Pustaka Utama. 2004.
- Pamungkas, Sigit. *Perihal Pemilu*. Yogyakarta, Laboratorium Jurusan Ilmu Pemerintahan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Pemerintahan Universitas Gadjah Mada. 2009.
- Ruslan, Rosady. *Kiat dan strategi Kampanye Public Relations*. Jakarta. PT Raja Grafindo Persada. 2005.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif, R @ D*. Bandung. Alfabeta. 2012.
- Swasono, Yoga. *Pengaruh Alat Peraga Kampanye terhadap Partisipasi Politik di Kelurahan Sumber Rejo pada Pemilihan Kepala Daerah Bandar Lampung 2015*. Skripsi, tidak diterbitkan. Bandar Lampung: Universitas Lampung. 2017.

Yuliyanto, Muhammad. Evaluasi Alat Peraga Kampanye Pemilihan Umum di Era Demokrasi Elektoral. *Jurnal Ilmu Sosial Fisip Undip Semarang*, Februari 2014. Vol. 13. No.1.

WEBSITE :

Peraturan Komisi Pemilihan Umum (PKPU) Republik Indonesia nomor 33 tahun 2018. Di website
https://jdih.kpu.go.id/data/data_pkpu/PKPU%2033%20THN%202018.pdf.

Peraturan Komisi Pemilihan Umum (PKPU) Republik Indonesia nomor 28 tahun 2018. Di Website
https://jdih.kpu.go.id/data/data_pkpu/PKPU%2028%20THN%202018.pdf.

WAWANCARA :

Narasumber : Bunyamin, kandidat dalam Pemilihan Legislatif di Kota Banda Aceh tahun 2019 dengan Nomor Urut 1 dari Partai Aceh, daerah pemilihan tiga (Ulee Kareng–Syiah Kuala), pada tanggal 28 Juni 2019 di Kantor DPRK Kota Banda Aceh.

Narasumber : Isnaini Husda, kandidat dalam Pemilihan Legislatif di Kota Banda Aceh tahun 2019 dengan Nomor Urut 1 dari Partai Demokrat, daerah pemilihan tiga (Ulee Kareng–Syiah Kuala), pada tanggal 1 Juli 2019 di Kantor DPRK Kota Banda Aceh.

Narasumber : Royes Ruslan, kandidat dalam Pemilihan Legislatif di Kota Banda Aceh tahun 2019 dengan Nomor Urut 1 dari Partai Demokrat, daerah pemilihan satu (Baiturrahman dan Lueng Bata), Pada Tanggal 25 Desember 2018 di Taufik Coffe Lamdingin.

Narasumber : Sabri Badruddin, kandidat dalam Pemilihan Legislatif di Kota Banda Aceh tahun 2019 dengan Nomor Urut 1 dari Partai Golongan Karya, daerah pemilihan dua (Kuta Alam), pada tanggal 28 Juni 2019 di Kantor DPRK Kota Banda Aceh.

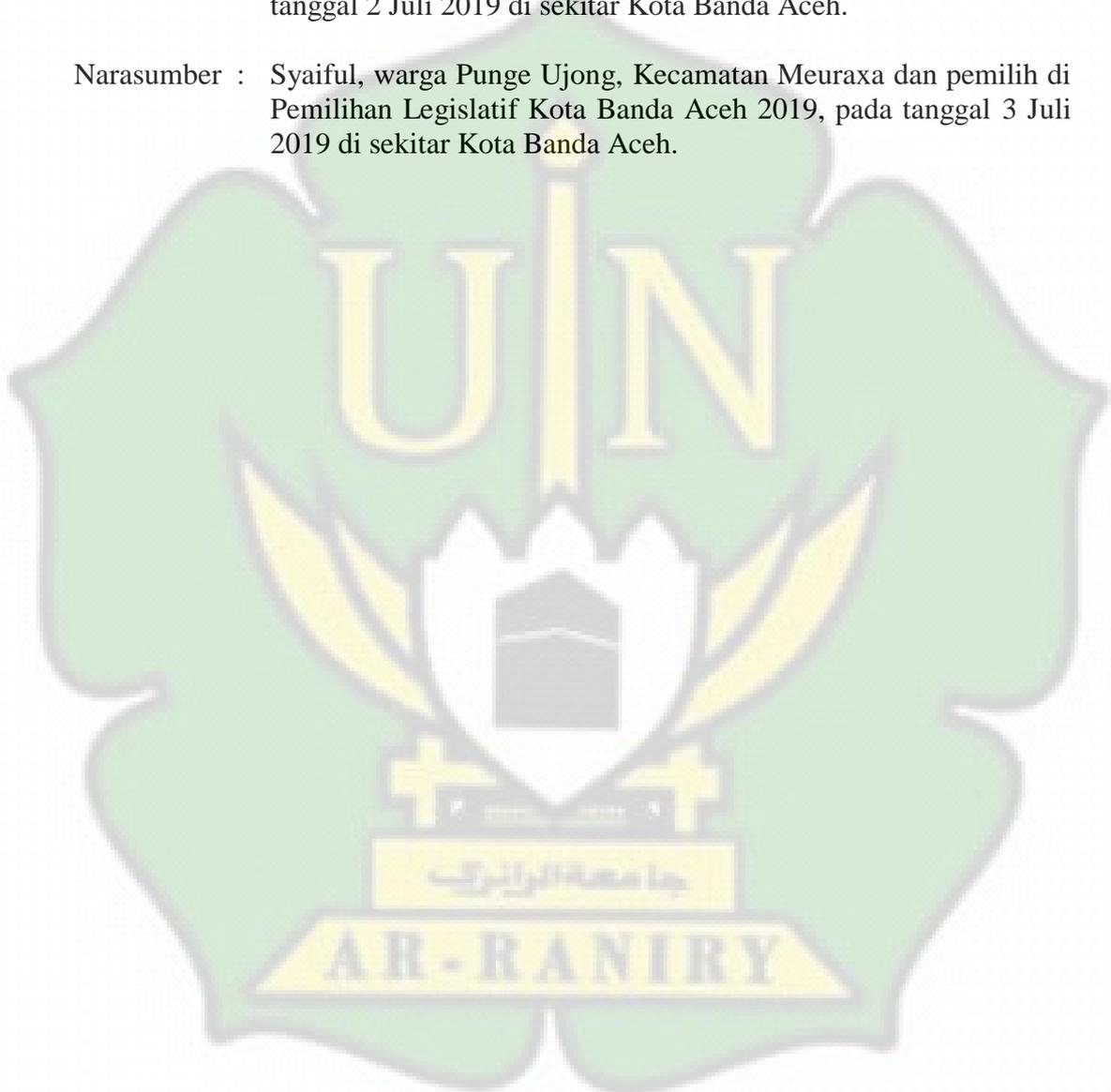
Narasumber : Melati, warga Beurawe, Kecamatan Kuta Alam dan pemilih di Pemilihan Legislatif Kota Banda Aceh 2019, pada tanggal 3 Juli 2019 di sekitaran Kota Banda Aceh.

Narasumber : Putri Mona, warga Lampaseh Aceh, Kecamatan Meuraxa dan pemilih di Pemilihan Legislatif Kota Banda Aceh 2019, pada tanggal 2 Juli 2019 di sekitaran Kota Banda Aceh.

Narasumber : Sayed, warga Sukadamai, Kecamatan Lueng Bata dan pemilih di Pemilihan Legislatif Kota Banda Aceh 2019, pada tanggal 2 Juli 2019 di sekitaran Kota Banda Aceh.

Narasumber : Suryadi, warga Lampaseh Aceh, Kecamatan Meuraxa dan pemilih di Pemilihan Legislatif Kota Banda Aceh 2019, pada tanggal 2 Juli 2019 di sekitar Kota Banda Aceh.

Narasumber : Syaiful, warga Punge Ujong, Kecamatan Meuraxa dan pemilih di Pemilihan Legislatif Kota Banda Aceh 2019, pada tanggal 3 Juli 2019 di sekitar Kota Banda Aceh.



LAMPIRAN 1: Pedoman Wawancara

PEDOMAN WAWANCARA

A. Untuk Kandidat 1

Identitas Diri

Nama : Bunyamin

Umur : 55 Tahun

Jabatan : Anggota DPRK Kota Banda Aceh dari Partai Aceh

Waktu Wawancara : 28 Juni 2019

Lokasi Tempat : Kantor DPRK Kota Banda Aceh

Daftar Pertanyaan

1. Bagaimana strategi Bapak dalam menghadapi Pemilu Legislatif Kota Banda Aceh Tahun 2019 ?
2. Bagaimana persepsi Bapak terhadap penggunaan Alat Peraga Kampanye (APK) seperti spanduk, baliho, papan reklame, dan lain-lain dalam komunikasi yang dibangun?
3. Bagaimana efektivitas APK tersebut dalam kegiatan komunikasi Bapak sendiri ?
4. Bagaimana perkiraan anggaran dalam kegiatan pembuatan dan penyebaran di berbagai titik APK ini ?
5. Melihat perkembangan digital di era ini, apakah tidak sebaiknya kegiatan komunikasi politik yang Bapak bangun dilakukan di dunia maya saja secara masif dan luas ?

Untuk Kandidat 2

Identitas Diri

Nama : Isnaini Husda
Umur : 45 Tahun
Jabatan : Anggota DPRK Kota Banda Aceh dari Partai Demokrat
Waktu Wawancara : 1 Juli 2019
Lokasi Tempat : Kantor DPRK Kota Banda Aceh.

Daftar Pertanyaan

1. Bagaimana strategi Bapak dalam menghadapi Pemilu Legislatif Kota Banda Aceh Tahun 2019 ?
2. Bagaimana persepsi Bapak terhadap penggunaan Alat Peraga Kampanye (APK) seperti spanduk, baliho, papan reklame, dan lain-lain dalam komunikasi yang dibangun?
3. Bagaimana efektivitas APK tersebut dalam kegiatan komunikasi Bapak sendiri ?
4. Bagaimana perkiraan anggaran dalam kegiatan pembuatan dan penyebaran di berbagai titik APK ini ?
5. Melihat perkembangan digital di era ini, apakah tidak sebaiknya kegiatan komunikasi politik yang Bapak bangun dilakukan di dunia maya saja secara masif dan luas ?

Untuk Kandidat 3

Identitas Diri

Nama : Royes Ruslan
Umur : 42 Tahun
Jabatan : Anggota DPRK Kota Banda Aceh dari Partai Demokrat
Waktu Wawancara : 25 Desember 2018
Lokasi Tempat : Taufik Coffe Lamdingin

Daftar Pertanyaan

1. Bagaimana strategi Bapak dalam menghadapi Pemilu Legislatif Kota Banda Aceh Tahun 2019 ?
2. Bagaimana persepsi Bapak terhadap penggunaan Alat Peraga Kampanye (APK) seperti spanduk, baliho, papan reklame, dan lain-lain dalam komunikasi yang dibangun?
3. Bagaimana efektivitas APK tersebut dalam kegiatan komunikasi Bapak sendiri ?
4. Bagaimana perkiraan anggaran dalam kegiatan pembuatan dan penyebaran di berbagai titik APK ini ?
5. Melihat perkembangan digital di era ini, apakah tidak sebaiknya kegiatan komunikasi politik yang Bapak bangun dilakukan di dunia maya saja secara masif dan luas ?

Untuk Kandidat 4

Identitas Diri

Nama : Sabri Badruddin
Umur : 46 Tahun
Jabatan : Anggota DPRK Kota Banda Aceh dari Partai Golkar
Waktu Wawancara : 28 Juni 2019
Lokasi Tempat : Kantor DPRK Kota Banda Aceh.

Daftar Pertanyaan

1. Bagaimana strategi Bapak dalam menghadapi Pemilu Legislatif Kota Banda Aceh Tahun 2019 ?
2. Bagaimana persepsi Bapak terhadap penggunaan Alat Peraga Kampanye (APK) seperti spanduk, baliho, papan reklame, dan lain-lain dalam komunikasi yang dibangun?
3. Bagaimana efektivitas APK tersebut dalam kegiatan komunikasi Bapak sendiri ?
4. Bagaimana perkiraan anggaran dalam kegiatan pembuatan dan penyebaran di berbagai titik APK ini ?

5. Melihat perkembangan digital di era ini, apakah tidak sebaiknya kegiatan komunikasi politik yang Bapak/Ibu bangun dilakukan di dunia maya saja secara masif dan luas ?

B. Untuk Masyarakat 1

Identitas Diri

Nama : Melati
Umur : 19 tahun
Pekerjaan : Mahasiswa
Waktu Wawancara : 3 Juli 2019
Lokasi Tempat : Sekitaran Kota Banda Aceh

Daftar Pertanyaan

1. Menurut Anda seberapa pentingkah alat peraga kampanye bagi anda sebagai pemilih ?
2. Apakah dengan penempatan APK itu mempengaruhi faktor suara Anda dalam memilih sang calon tersebut atau pilihan kandidat telah dimiliki sendiri dari lain-lain baik saudara, kerabat ?
3. Darimanakah Anda dapat mengenali Calon/Peserta Pileg 2019 tingkat Kota Banda Aceh ?
4. Apakah jika Anda tidak memiliki informasi terhadap calon yang maju di pemilihan, Apakah APK menjadi pilihan terakhir dalam memilih ?

Untuk Masyarakat 2

Identitas Diri

Nama : Putri Mona
Umur : 28 tahun
Pekerjaan : Wiraswasta

Waktu Wawancara : 2 Juli 2019

Lokasi Tempat : Sekitaran Kota Banda Aceh

Daftar Pertanyaan

1. Menurut Ibu seberapa pentingkah alat peraga kampanye bagi Ibu sebagai pemilih ?
2. Apakah dengan penempatan APK itu mempengaruhi faktor suara Ibu dalam memilih sang calon tersebut atau pilihan kandidat telah dimiliki sendiri dari lain-lain baik saudara, kerabat ?
3. Darimanakah Ibu dapat mengenali Calon/Peserta Pileg 2019 tingkat Kota Banda Aceh ?
4. Apakah jika Ibu tidak memiliki informasi terhadap calon yang maju di pemilihan, Apakah APK menjadi pilihan terakhir dalam memilih ?

Untuk Masyarakat 3

Identitas Diri

Nama : Sayed

Umur : 25 tahun

Pekerjaan : Mahasiswa

Waktu Wawancara : 2 Juli 2019

Lokasi Tempat : Sekitaran Kota Banda Aceh

Daftar Pertanyaan

1. Menurut anda seberapa pentingkah alat peraga kampanye bagi anda sebagai pemilih ?
2. Apakah dengan penempatan APK itu mempengaruhi faktor suara anda dalam memilih sang calon tersebut atau pilihan kandidat telah dimiliki sendiri dari lain-lain baik saudara, kerabat ?
3. Darimanakah anda dapat mengenali Calon/Peserta Pileg 2019 tingkat Kota Banda Aceh ?
4. Apakah jika anda tidak memiliki informasi terhadap calon yang maju di pemilihan, Apakah APK menjadi pilihan terakhir dalam memilih ?

Untuk Masyarakat 4

Identitas Diri

Nama : Suryadi

Umur : 32 tahun

Pekerjaan : Wiraswasta

Waktu Wawancara : 2 Juli 2019

Lokasi Tempat : Sekitaran Kota Banda Aceh

Daftar Pertanyaan

1. Menurut Bnda seberapa pentingkah alat peraga kampanye bagi Bapak sebagai pemilih ?
2. Apakah dengan penempatan APK itu mempengaruhi faktor suara Bapak dalam memilih sang calon tersebut atau pilihan kandidat telah dimiliki sendiri dari lain-lain baik saudara, kerabat ?
3. Darimanakah Bapak dapat mengenali Calon/Peserta Pileg 2019 tingkat Kota Banda Aceh ?
4. Apakah jika Bapak tidak memiliki informasi terhadap calon yang maju di pemilihan, Apakah APK menjadi pilihan terakhir dalam memilih ?

Untuk Masyarakat 5

Identitas Diri

Nama : Syaiful

Umur : 45 tahun

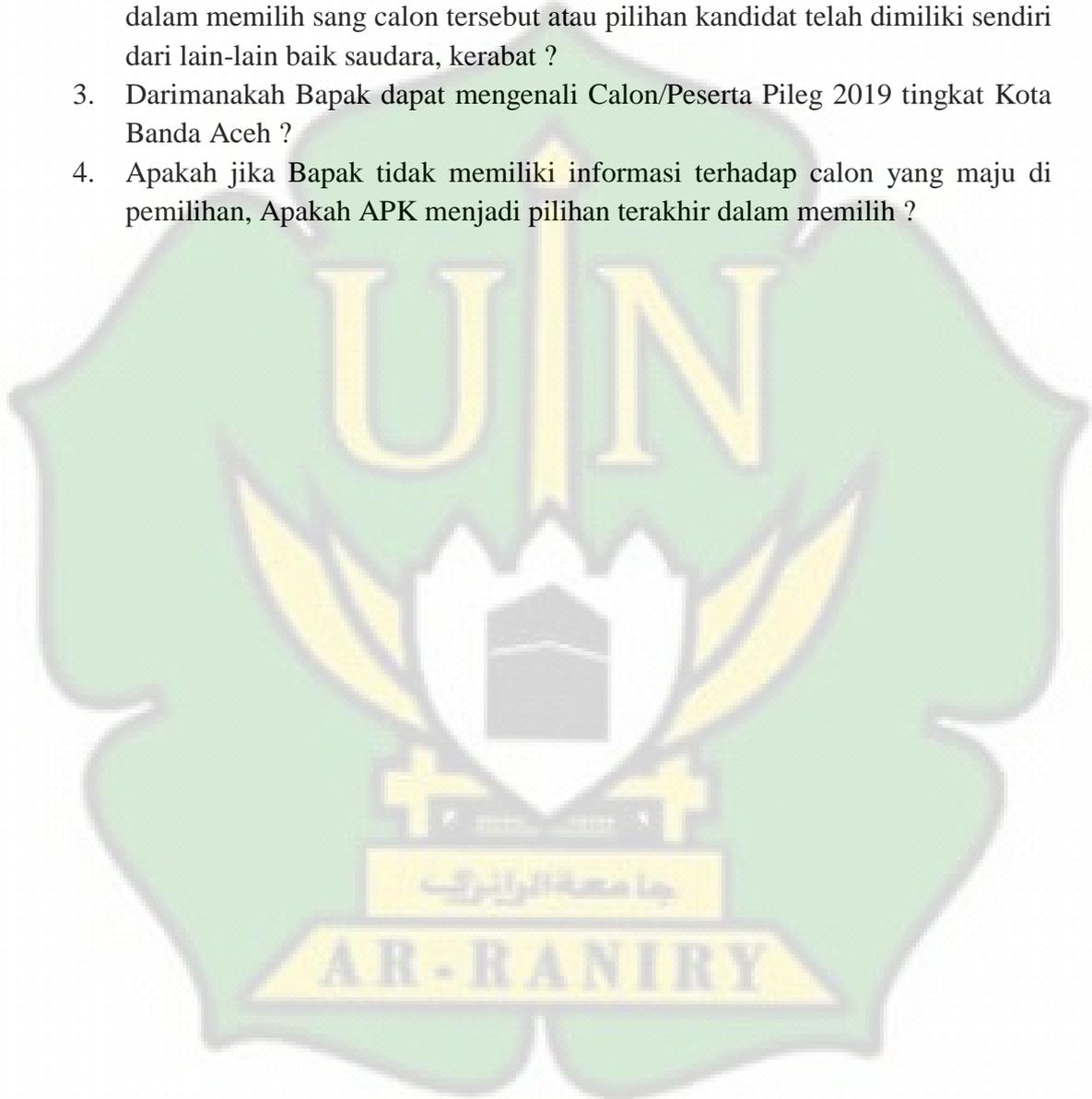
Pekerjaan : Pedagang

Waktu Wawancara : 3 Juli 2019

Lokasi Tempat : Sekitaran Kota Banda Aceh

Daftar Pertanyaan

1. Menurut Bapak seberapa pentingkah alat peraga kampanye bagi Bapak sebagai pemilih ?
2. Apakah dengan penempatan APK itu mempengaruhi faktor suara Bapak dalam memilih sang calon tersebut atau pilihan kandidat telah dimiliki sendiri dari lain-lain baik saudara, kerabat ?
3. Darimanakah Bapak dapat mengenali Calon/Peserta Pileg 2019 tingkat Kota Banda Aceh ?
4. Apakah jika Bapak tidak memiliki informasi terhadap calon yang maju di pemilihan, Apakah APK menjadi pilihan terakhir dalam memilih ?



LAMPIRAN 2 : DOKUMENTASI DAN FOTO



Foto : Bersama Bapak Sabri Badruddin (Anggota DPRK Kota Banda Aceh dari Partai Golkar)



Foto : Bersama Bapak Isnaini Husda (Anggota DPRK Kota Banda Aceh dari Partai Demokrat)



Dokumentasi : APK dari Pencilonan Isnaini Husda



Dokumentasi : APK dari Pencilonan Bunyamin

