

## **BAB I**

### **PENDAHALUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Indonesia yang merupakan negara menganut demokrasi, organisasi partai politik sudah menjadi instrumen syarat mutlak untuk menyalurkan aspirasi masyarakatnya. Partai politik sangat besar perannya dalam mengantarkan kelompok tertentu di puncak kekuasaan, baik itu ketika pemilihan anggota legislatif, pemilihan gubernur dan pemilihan presiden. Reformasi yang bergulir di Indonesia semenjak tahun 1998 secara pelan-pelan mengubah wajah perpolitikan secara nasional. Pasca reformasi, tahun 1999 adalah pemilu pertama di mana masyarakatnya merasakan kebebasan berpolitik, berpendapat dan memilih (Liata, 2020).

Pemilu dalam sistem demokrasi di Indonesia merupakan agenda lima tahunan yang diatur secara tegas dalam konstitusi. Melalui agenda pemilu tersebut setiap partai politik di Indonesia berupaya menguasai lembaga legislatif baik pusat maupun daerah. Penguasaan kursi di lembaga legislatif tersebut dimungkinkan menjadi arena strategis untuk menguasai kebijakan publik sesuai dengan tugas dan fungsi yang dimiliki. Pemilu legislatif adalah pemilihan jabatan publik yang merepresentasikan kehendak atau aspirasi rakyat dan keterwakilan rakyat, seperti anggota DPR, anggota DPD dan anggota DPRD provinsi/kabupaten/kota. Melalui Pemilu legislatif, masyarakat secara tidak langsung diajarkan mengikuti proses politik. Pemilu mempunyai daya tarik bagi siapa saja yang ingin menjadi penguasa dan mempertahankan kekuasaannya. mempunyai daya tarik bagi siapa saja yang

ingin menjadi penguasa dan mempertahankan kekuasaannya (Hakim dan Panuju, 2019).

Secara keseluruhan, partai politik membutuhkan suatu perencanaan strategis dalam melakukan hubungan dengan masyarakat. Pola hubungan terbangun berkaitan dengan kepentingan partai Politik dan kepentingan masyarakat, sangat berkemungkinan ada pertimbangannya “upah-hadiah” atau reward. Hal yang demikian merupakan realitas yang tidak bisa di hindari, terlebih-lebih masyarakat yang serba materialis sekarang ini, sehingga yang mendasari perilaku adalah pertimbangan ekonomis dan kenyamanan psikologis. lebih luas lagi oleh George C. Homans menyampaikan bahwa “yang di pertukarkan tidak hanya uang, tetapi juga barang-barang lain, seperti: penerimaan, kerelaan, martabat, cinta, perasaan dan lain sebagainya yang bukan materialistis (Liata, 2020).

Berdasarkan hasil observasi awal di Desa Peunaron Baru fenomena proses komunikasi kampanye calon legislatif sedikit berbeda, komunikasi yang dilakukan salahsatu calon legislatif di Desa Peunaron Baru berbeda dengan interaksi calon legislatif pada umumnya, yang mana umumnya calon legislatif lain hanya berani membuat janji kepada masyarakat tanpa ada yang hal yang menguatkan janji-janjinya, Sedangkan calon legislatif di desa peunaron baru ini berani menguatkan kampanye dan janji-janjinya dengan surat perjanjian yang ditanda tangannya di atas matrai seperti berjanji seandainya dia menang dan mendapatkan suara 80% di desa peunaron baru maka dia akan memberikan dana aspirasi sebesar tiga ratus juta pertahunnya untuk desa tersebut. Desa Peunaron baru yang penduduknya berjumlah 2.394 jiwa dan memiliki data pemilih tetap sebanyak 1.837 orang dan memiliki 07 tempat pemungutan suara (TPS).

Proses interaksi yang dilakukan oleh calon legislatif di Desa Peunaron Baru adalah dengan bertemu langsung dengan masyarakat melalui tim suksesnya yang sudah ada di desa tersebut, yang mana tim suksesnya ini meminta izin untuk mengumpulkan masyarakat agar datang pada prosesi kampanye kepada tokoh agama dan kepada desa yang ada di Desa Peunaron Baru. Setiap calon legislatif hanya akan melakukan melakukan kampanye dengan jumlah peremuan sebanyak 1 kali pertemuan di tiap-tiap desa di karnakan harus berbagi waktu dengan calon legislatif lain yang akan datang untuk berkampanye juga. Umumnya pertemuan kampanye calon legislatif ini dilakukan di malam hari dikarnakan masyarakat peunaron baru yang mayoritas bekerja pada sektor pertanian dan perkebunan sehingga jika dilakukan peremuan kampanye di siang hari banyak masyarakat yang tidak dapat berhadir dikarnakan urusan pekerjaan.

Pertemuan kampanye ini diselenggarakan oleh tim sukses yang telah memilih tempat pertemuan biasanya di salah satu rumah penduduk atau di lapangan sepak bola yang mana jika di selenggarakan di lapangan sepak bola tim sukses dari calon legislatif yang akan berkampanye telah menyiapkan alas duduk atau tikar untuk pada warga yang datang. Pada saat kampanye calon legislatif akan memperkenalkan identitas dirinya dan identitas partai politiknya, penyampaian visi dan misi dilakukan dan umumnya menjanjikan sesuatu hal baik itu menjanjikan pembangunan insfatruktur bahkan kesehatan.

Pada saat penyampaian janji-janji kampanyenya umumnya akan terjadi kontak komunikasi yang berupa tanya jawab seperti menanyakan janji dan visi misi kepada calon legislatif yang melakukan kampanye politiknya. Para warga yang berhadir saat proses kampanye berlangsung umumnya para tiap-tiap tim sukses telah menyiapkan suguhan berupa makanan dan minuman yang berupa jajanan dan kopi

atau teh. Sehingga hal ini menjadi daya tarik tersendiri untuk memilih calon legislatif tersebut. Tingkat untuk kehadiran penduduk untuk kebersamaian kegiatan kampanye ini biasanya akan rendah apabila calon legislatif yang akan berkampanye bukan putera dan peneri kecamatan peunaron dikarenakan alasan jika ada calon legislatif dari daerah sendiri mengapa harus orang dari luar daerah, akan tetapi Tingkat untuk kehadiran penduduk untuk kebersamaian kegiatan kampanye akan tinggi apabila calon legislatif yang berkampanye adalah putera atau peneri asli penduduk Kecamatan Peunaron, bahkan yang menghadiri kegiatan kampanye ini bukan hanya orang dewasa namun banyak dari anak-anak dan remaja yang ikut menghadiri kegiatan tersebut. Berdasarkan realitas di atas penulis tertarik untuk mengkaji fenomena mengenai pola komunikasi calon legislatif dengan judul **“Strategi Komunikasi Politik Calon Legislatif Dengan Masyarakat Pemilih (Studi Kasus DiDesa Peunaron Baru Kecamatan Peunaron Kabupaten Aceh Timur).**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, adapun yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu :

- 1 Bagaimana strategi komunikasi politik calon egislatif dengan masyarakat pemilih di Desa Peunaron Baru Kecamatan Peunaron selama proses kampanye ?
- 2 Faktor apa saja yang mendasari strategi komunikasi politik calon legislatif dengan masyarakat pemilih di Desa Peunaron Baru Kecamatan Peunaron

### **1.3 Fokus Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka terdapat beberapa hal yang menjadi fokus penelitian penulis. Adapun yang menjadi fokus penulis dalam penelitian ini yaitu :

1. Melihat dan mengkaji tentang strategi komunikasi politik calon egislatif dengan masyarakat pemilih di desa Peunaron Baru Kecamatan Peunaron.
- 3 Mengkaji hal-hal apa saja yang mendasari strategi komunikasi politik calon legislatif dengan masyarakat pemilih di Desa Peunaron Baru Kecamatan Peunaron.

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Adapun yang menjadi tujuan dari penelitian ini yaitu :

- 1 Untuk mendeskripsikan strategi komunikasi politik calon legislatif dengan masyarakat pemilih di desa PeunaronBaru Kecamatan Peunaron selama kampanye.
- 2 Untuk mengetahui Hal-hal apa saja yang mendasari strategi komunikasi politik calon legislatif dengan masyarakat pemilih di Desa Peunaron Baru Kecamatan Peunaron.

### **1.5 Manfaat Penelitian**

Sesuai dengan tujuan penelitian di atas makam penelitian ini di harapkan bermanfaat untuk :

#### **1. Manfaat Teoritis**

- a. Untuk memperkuat pengembangan ilmu pengetahuan, terutama tentang Sosiologi Politik terkait dengan strategi komunikasi politik calon legislatif dengan masyarakat pemilih.

- b. Diharapkan penelitian ini dapat memperkaya sekaligus berkontribusi dalam perkembangan ilmu pengetahuan.

## **2. Manfaat Praktis**

- a. Dapat dijadikan acuan untuk penelitian yang sejenis atau sebagai bahan pengembangan ilmu pengetahuan yang akan dilakukan penelitian selanjutnya.
- b. Dapat menjadi pedoman dalam pengambilan kebijakan oleh pemerintah terkait dengan perencanaan pembangunan terkhusus di bidang sosial komunikasi.

