

**KOMUNIKASI POLITIK CALON LEGISLATIF DALAM PEMILIHAN UMUM
ANGGOTA DPRD KABUPATEN KENDAL.**

**(Studi Perbandingan Strategi Kampanye Calon Legislatif PKB Berlatar Belakang
Keluarga Ulama Dan Keluarga Biasa Pada Pemilu Legislatif DPRD Kabupaten Kendal
Tahun 2014)**

Nicky Dwi Rizkyyawan (D2B009105)

ABSTRAK

This research is motivated because of the emergence of the phenomenon which in the year 2014 was a year of political and legislaif many candidates vying to attract the sympathy of the public. The number of candidates from the National Awakening Party, will be difficult to obtain an absolute victory for either candidate, so as to get a lot of support is needed a way to win. The problem formulation presented in this study is "How do differences in political communication candidates ordinary family background and family scholars of the National Awakening Party to be elected to Parliament in the 2014 election Kendal?" While this type of research is a qualitative research approach politics. From the research that is done is known, political communication styles performed by PKB background candidates from a family of scholars and ordinary families not found much difference to attract public sympathy.

Penelitian ini dilatarbelakangi karena munculnya fenomena dimana di tahun 2014 merupakan tahun politik dan para calon legislaif banyak berlomba-lomba menarik simpati dari masyarakat. Banyaknya calon dari Partai Kebangkitan Bangsa, akan sulit diperoleh kemenangan mutlak bagi salah satu calon, sehingga untuk mendapatkan pendukung yang banyak diperlukan sebuah cara untuk memenangkannya. Adapun perumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini adalah “Bagaimana perbedaan komunikasi politik yang dilakukan calon legislatif berlatar belakang keluarga biasa dan keluarga ulama Partai Kebangkitan Bangsa untuk bisa terpilih menjadi anggota DPRD Kabupaten Kendal di Pemilu 2014?” Sedangkan jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan politik. Dari hasil penelitian yang dilakukan diketahui, gaya komunikasi politik yang dilakukan oleh caleg PKB berlatar belakang dari keluarga ulama dan dari keluarga biasa tidak ditemukan banyak perbedaan untuk menarik simpati masyarakat.

Keywords: *Legislative Candidates, Political Communication, Election.*

Calon Legislatif, Komunikasi Politik, Pemilu.

1.1 PENDAHULUAN

Pemilu menyangkut persoalan partai-partai politik sebagai penyalur aspirasi rakyat. Pembentukan partai politik bersandar pada hak asasi dan menjamin konstitusional yang merupakan perwujudan hak setiap orang untuk diakui kemerdekaannya oleh pemerintah. Hal ini sesuai dengan pasal 28 UUD 1945 yang menyatakan negara menjamin masyarakat untuk berserikat dan berkumpul dan mengeluarkan pendapatnya.

Sejarah perkembangan Peraturan Pelaksanaan Pemilihan Umum dari tahun ke tahun mengalami kemajuan seiring dengan perkembangan demokrasi itu sendiri. Indonesia telah mengalami sembilan kali Pemilihan Umum. Pemilihan Umum pertama kali dilaksanakan pada tahun 1955 dan terbaru pada tahun 2009. Sejak tahun 2004 Pemilihan Umum diselenggarakan terjadi perubahan yang signifikan terhadap sistem pemilu yang dianut di Indonesia. Pemilihan Umum tahun 2004 diselenggarakan pertama kali dimana peserta dapat memilih langsung anggota DPD selain anggota DPR dan DPRD. Pemilihan Umum 2004 menggunakan sistem proporsional dengan daftar calon terbuka untuk pemilihan anggota DPR dan DPRD serta sistem distrik berwakil banyak untuk pemilihan anggota DPD.

Strategi jitu menjadi anggota legislatif semestinya berawal dari pemahaman, bahwa keberpihakan masyarakat berawal dari kecemasan. Kecemasan dalam definisi Toynbee, Pierre, Chardin, atau siapa saja. Bahwa harapan bertumpuk dari keinginan masyarakat melahirkan kecemasan. Kecemasan masyarakat yang berakar turun nyata dalam lingkungan terkecil, yaitu dirinya sendiri. Maka secara sederhana, seorang calon legislatif mampu menempatkan dirinya sebagai obat atau penawar konstituennya, dan setelah itu barulah strategi dijalankan.

Mengingat hal diatas maka penulis mengadakan penelitian mengenai Komunikasi politik calon legislatif dalam pemilihan umum anggota DPRD kabupaten (studi strategi perbandingan kampanye calon legislatif partai berideologi islam pada pemilihan umum anggota DPRD Kabupaten Kendal tahun 2014).

1.2 KERANGKA TEORI

1.2.1 Pemilu di Indonesia

Pemilu mempunyai hubungan erat dengan prinsip demokrasi dan prinsip hukum sebagai prinsip-prinsip fundamental yang banyak dipergunakan di negara-negara modern. Pemilu berhubungan erat dengan demokrasi karena sebenarnya pemilu merupakan salah satu cara pelaksanaan demokrasi. Dalam prinsip negara hukum, melalui pemilu rakyat dapat memilih wakil-

wakilnya yang berhak membuat produk hukum dan melakukan pengawasan atau pelaksanaan kehendak-kehendak rakyat yang digariskan oleh wakil-wakil rakyat tersebut.¹

Ada beberapa varian seperti *block vote* (BV), *alternative vote* (AV), sistem dua putaran atau *two round sistem* (TRS), sistem paralel, *limited vote* (LV), *single non-transferable* (SNTV), *mixed member proportional* (MMP), dan *single transferable vote* (STV). Tiga yang pertama lebih dekat dengan sistem distrik, sedangkan yang lain lebih dekat dengan sistem proporsional atau semi proporsional.

Sistem distrik merupakan sistem pemilihan umum yang paling tua dan didasarkan atas kesatuan geografis. Setiap kesatuan geografis (yang biasa disebut “distrik” karena kecilnya daerah yang tercakup) memperoleh satu kursi dalam parlemen. Untuk itu Negara dibagi dalam sejumlah besar distrik pemilihan yang kira-kira sama jumlah penduduknya.

Sistem distrik, satu distrik menjadi bagian dari suatu wilayah, satu distrik hanya berhak atas satu kursi, dan kontestan yang memperoleh suara terbanyak menjadi pemenang tunggal. Hal ini dinamakan *the first past the post* (FPTP). Pemenang tunggal meraih satu kursi. Hal ini terjadi walaupun selisih suara sangat kecil, suara yang tadinya mendukung kontestan lain dianggap hilang (*wasted*) dan tidak dapat membantu partainya untuk menambah jumlah suara partai di distrik lain.

Sistem proporsional, suatu wilayah dianggap sebagai suatu kesatuan dan dalam wilayah itu jumlah kursi dibagi sesuai kursi yang diperoleh oleh para kontestan, secara nasional, tanpa menghiraukan distribusi suara itu. Dalam sistem proporsional tidak ada suara yang terbuang atau hilang seperti yang terjadi dalam sistem distrik.

Sistem distrik sering dipakai di Negara yang mempunyai sistem dwi- partai, seperti Inggris dan Negara bekas jajahannya seperti India dan Malaysia serta Amerika. Sedangkan sistem proporsional sering diselenggarakan dalam Negara dengan banyak (multi) partai seperti Belgia, Swedia, Italia, Belanda dan Indonesia.²

Pada tahun 2004 peserta pemilu berkurang dari 48 menjadi 24 parpol saja. Ini disebabkan telah diberlakukannya ambang batas (*Electoral Threshold*) sesuai UU no 3/1999 tentang PEMILU yang mengatur bahwa partai politik yang berhak mengikuti pemilu selanjutnya adalah parpol yang meraih sekurang-kurangnya 2% dari jumlah kursi DPR. Partai politik yang tidak mencapai ambang

¹ Moh. Mahfud, MD, 1999. *Hukum dan Pilar-Pilar Demokrasi*, Yogyakarta: Gama Media.

² Sardini, Nur Hidayat, 2011, *Restorasi Penyelenggaraan Pemilu Di Indonesia*, Yogyakarta: Fajar Media Press.

batas boleh mengikuti pemilu selanjutnya dengan cara bergabung dengan partai lainnya dan mendirikan parpol baru.

Untuk partai politik baru. Persentasi *threshold* dapat dinaikkan jika dirasa perlu seperti persentasi *Electroral Threshold* 2009 menjadi 3% setelah sebelumnya pemilu 2004 hanya 2%. Begitu juga selanjutnya pemilu 2014 ambang batas bisa juga dinaikan lagi atau diturunkan.

Mengenai praktik kampanye pada Pemilu Legislatif akan menjadi penting seiring dengan Putusan Mahkamah Konstitusi Nomor 22-24/PUU-VI/2008 mengenai penetapan calon terpilih berdasarkan perolehan suara terbanyak. Sebelumnya menurut ketentuan Pasal 214 UU No. 10 Tahun 2008 tentang Pemilu Anggota DPR, DPD dan DPRD, calon terpilih ditetapkan berdasarkan perolehan suara sekurang-kurangnya 30 % dari BPP. Selain itu calon terpilih kembali ditetapkan berdasarkan nomor urut.³

1.2.2 Kampanye Politik.

Kampanye merupakan proses penyampaian pesan yang bertujuan untuk mengubah sikap, pendapat dan tingkah laku pemilih. Perubahan ini ingin dicapai melalui himbuan, ajakan, dan janji sehingga membuat warga atau kelompok masyarakat tertarik untuk menjatuhkan pilihan politiknya pada partai atau kandidat tertentu.

Partai politik atau seorang kandidat pemilihan kepala daerah, dalam upaya untuk menarik simpati dari masyarakat harus melakukan kampanye. Pengertian kampanye dalam buku Komunikasi Politik oleh Dan Nimmo adalah “upaya untuk mempropagandakan pemberi suara yang potensial”.⁴

Merujuk kepada definisi-definisi yang telah diungkapkan oleh para pakar maka setiap aktifitas kampanye setidaknya harus mengandung empat hal yakni:

1. Tindakan kampanye yang ditujukan untuk menciptakan efek atau dampak tertentu,
2. Jumlah khalayak sasaran yang besar,
3. Biasanya dipusatkan dalam kurun waktu tertentu, dan
4. Melalui serangkaian tindakan komunikasi yang terorganisasi.

Di samping keempat ciri pokok di atas, kampanye juga memiliki karakteristik lain, yaitu sumber yang jelas, yang menjadi penggagas, perancang, penyampai sekaligus penanggung jawab suatu produk kampanye (campaign makers), sehingga setiap individu yang menerima pesan

³ http://www.academia.edu/4092016/Pola_Kampanye_Pasca_Putusan_MK_ttg_Suara_Terbanyak . Diakses pada tanggal 13 April 2014 Jam 19.13

⁴ Nimmo, Dan. 2006. *Komunikasi Politik: Khalayak dan Efek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya

kampanye dapat mengidentifikasi bahkan mengevaluasi kredibilitas sumber pesan tersebut setiap saat.

Kampanye merupakan bagian penting atau salah satu bentuk penting dari pemasaran politik. Dengan semakin ketatnya persaingan politik karena berlangsungnya sistem multipartai dan pemilihan secara langsung saat ini, maka pemasaran politik semakin diperlukan. Untuk memahami lebih jauh bagaimana tahapan dan proses kampanye dijalankan, ada beberapa model kampanye meliputi: Model Komponensial Kampanye, Model Kampanye *Ostergaard*, *The Five Functional Stages Development Model*, *The Communicative Functions Model*, Model Kampanye Nowak dan Warneryd, dan *The Diffusion of Innovations Model*⁵.

Firmanzah mengatakan bahwa penggunaan metode marketing dalam bidang politik dikenal sebagai pemasaran politik (*political marketing*). Dalam hal ini dapat dikatakan bahwa dalam masa semakin tingginya tingkat persaingan pada dunia politik sehingga diperlukan strategi tertentu untuk dapat memenangkan persaingan tersebut. Seperti pada pemasaran komersil, maka Pemasaran Politik juga terdapat produsen (pelaku politik), produk (produk politik: *Person, Party, Policy* melalui *Presentation*) dan konsumen (*electorate*).⁶

1.2.3 Peran Partai Politik dalam Pemilu.

Partai Politik dan Pemilu adalah dua unsur yang saling berhubungan, dalam pelaksanaan pemilu penting adanya peran serta dari partai politik, partai politik adalah wadah bagi mereka calon kandidat dalam pemilu, tetapi partai politik juga sarana bagi masyarakat untuk mengetahui lebih dalam tentang pemilu. Untuk itu perlu adanya kestabilan antara partai politik dan pelaksanaan pemilu sehingga dapat menciptakan kestabilan pada kondisi politik di Indonesia.

Peran partai dalam pemilihan umum seperti pemilihan calon legislatif partai banyak berperan dalam memberikan pendidikan politik kepada para calon sebelum ditetapkan sebagai calon tetap. Setelah ditetapkan sebagai calon tetap, partai membantu memenangkan calon mesosialisasikan program atau visi misi seorang caleg dengan berkoordinasi dengan DPC atau PAC.

Tetapi kebanyakan partai politik dalam pemilu legislatif maupun kepala daerah sering mempertontonkan perilaku politik yang buruk dalam pesta demokrasi tersebut. Seperti perusakan atribut calon lain, *money politics*, *black campaign*, dan masih banyak hal lainnya yang sedikit demi sedikit mendegradasi pola demokrasi bangsa ini.

⁵ Venus, Antar. 2004. *Manajemen Kampanye*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya

⁶ Firmanzah, 2012. *Marketing Politik*, Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.

Dalam undang-undang partai politik no.2 tahun 2008 Pasal 10 Ayat 2 poin a tertera salah satu tujuan khusus dari dibentuknya partai politik adalah meningkatkan partisipasi politik anggota dan masyarakat dalam rangka penyelenggaraan kegiatan politik dan pemerintahan. Sikap negatif yang datang dari masyarakat umum mengenai partai politik ini terjadi tidak lain dikarenakan berbagai macam masalah yang selama ini terus berkembang. Sementara masalah tersebut tidak dicarikan solusinya seperti masalah komunikasi yang buruk dan penyimpangan peran partai politik.

Dalam hal memberikan suasana kondusif dalam masyarakat pun partai politik gagal menunjukkan taringnya. Yang terjadi malah semakin tinggi persaingan di antara rakyat ketika akan pemilu maupun pilkada. Tak jarang pilkada berakhir rusuh karena partai politik tidak mampu menjalankan fungsi dan perannya sebagai sarana pencipta suasana demokrasi yang kondusif yang sesuai dengan UU No.2 tahun 2008 Pasal 11 ayat 1 poin b.

Dalam situasi seperti itu maka jajaran struktural berdasarkan kewenangan yang dimilikinya melalui AD/ART Partai dan/atau Peraturan Organisasinya wajib melakukan pembinaan-pembinaan teritorial dan personel (Konstituen) terhadap jajaran struktural di tingkat bawah. Secara kongkret adalah bahwa jajaran struktural di tingkat provinsi harus melakukan pembinaan secara terus menerus kepada jajaran struktural di tingkat kota/kabupaten, dan diteruskan kepada tingkat kecamatan, desa, serta RT/RW. Begitu pula sebaliknya, dari tingkat RT/RW secara berjenjang melakukan pelaporan-pelaporan kegiatan kepada tingkat desa, kecamatan, kota/kabupaten dan provinsi.

1.3 Metodologi Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan politik. Yakni suatu penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena calon legislatif dari partai politik yang penulis amati di Kabupaten Kendal yang dalam hal ini lebih difokuskan pada caleg dari partai PKB.

1.3.1 Sampel Penelitian.

Dalam penelitian ini mengambil sampel yaitu dengan mewawancari 2 calon legislatif dan tim sukses mereka masing-masing yang diambil berdasarkan latar belakang keluarga ulama dan keluarga biasa. Disamping itu peneliti juga menggunakan metode pengambilan sampel secara acak sederhana yang mengambil 100 responden dan yang dipilih adalah berdasarkan acak.

HASIL

3.1 Komunikasi Politik DPC PKB Dalam Pemilu Legislatif Kabupaten Kendal 2014.

DPC PKB dalam menghadapi kompetisi Pemilu 2014 juga menerapkan strategi pencalegan kader. Dalam hal ini, PKB menerapkan dua jenis kader dalam komposisi caleg. Pertama, caleg internal (inti) dan kedua, caleg eksternal. Caleg internal adalah mereka yang telah terbina secara intensif dan telah teruji kiprahnya, baik di saat pemilu maupun di masa-masa bukan pemilu. Sedangkan caleg eksternal adalah kader yang berasal dari tokoh masyarakat atau simpatisan PKB yang mempunyai jejaring massa banyak, namun belum intensif terbina dalam ideology PKB. Perekrutan dan penempatan kader-kader eksternal dalam pencalegan adalah sebagai strategi untuk penambahan suara (*voute getter*) PKB. Oleh partai, mereka ditempatkan pada posisi nomor 3 ke atas, karena nomor 1-2 menjadi milik kader inti yang diproyeksikan untuk jadi. Namun, bagaimanapun juga caleg eksternal mempunyai hak dan kewajiban yang sama dengan caleg internal.

Kegiatan kampanye politik yang dilakukan caleg partai PKB antara lain dengan:

1. Silaturahmi dengan tetangga, sahabat dan kerabat yaitu program yang dilakukan kader dan keluarga untuk melakukan pemasaran PKB melalui silaturahmi.
2. Memperkenalkan PKB pada semua, yaitu program yang dilakukan oleh kader melalui interaksi dan komunikasi dalam berbagai ruang dan waktu serta kemampuan yang dimiliki oleh kader
3. Silaturahmi dengan tokoh, yaitu program yang dilakukan kader dalam rangka memasarkan PKB melalui sarana silaturahmi kepada tokoh masyarakat dan simpul massa.

Selain tiga hal diatas dalam kampanye politiknya, PKB berencana akan mengadakan hiburan rakyat yang rencananya akan mendatangkan Bapak Mahfud MD dan H. Rhoma Irama dalam kampanye terbuka di Stadion Madya Kendal.⁷ Selain itu terdapat berbagai program atau kegiatan juga dilakukan PKB kabupaten Kendal secara berkala dan konsisten. Program atau kegiatan ini antara lain:

1. Pengobatan murah
2. Bazaar murah
3. Pengajian
4. Senam dan jalan sehat

⁷ Diolah dari keterangan bapak Nasikhin JR wakil ketua DPC PKB Kabupaten Kendal.

5. Bakti sosial

3.2 Komunikasi Politik Calon Legislatif PKB Kabupaten Kendal.

Menjelang pemilu legislatif pada 2014, para caleg yang bertarung ibarat memperebutkan simpati masyarakat. Tebar pesona kesegala penjuru daerah. Disetiap sudut kota bahkan pedesaan, mustahil kita tidak menemukan atribut kampanye berupa poster, spanduk, bahkan baliho. Isinya pun sama, gambar para caleg lengkap dengan embel-embel kampanye. Para caleg sudah sangat banyak dan atribut kampanye mereka sangat mengganggu baik dari segi kebersihan maupun keamanan berkendara karena ada beberapa atribut kampanye khususnya bendera yang penulis temukan menghalangi jalan raya bahkan ada poster yang ditempel menutupi rambu-rambu lalu lintas. Tetapi secara umum setiap dapil mempunyai karakteristik marketing politik sendiri-sendiri. Masing-masing caleg mempunyai strategi dan cara komunikasi politik menyesuaikan daerah-daerah kerjanya. Setiap caleg dari PKB diharuskan mengenal daerah pemilihannya, jangan menjadi seorang pemimpin perang yang bodoh yang berperang tanpa mempelajari area pertempuran. Jikalau perlu buat catatan jumlah desa, kecamatan atau kabupaten yang akan didulang suaranya nanti. Hal tersebut sangat penting untuk mempetakan jaringan pada saat kampanye. Langkah Caleg PKB kemudian ada kerja politik, ada langkah yang harus dilakukan yaitu berkeliling di Dapil yang dipilih, luangkan waktu dengan berbincang dengan masyarakatnya, satu hal agar nyaman, ajak saudara, sahabat yang kenal daerah itu, lakukan dengan tertib, ikhlas dan sungguh-sungguh. Tetapi kenyataan dilapangan sangat jarang caleg dari PKB yang turun ke masyarakat dengan cara bertemu langsung dan mengobrol langsung dengan masyarakat.

3.3 Perbedaan Komunikasi Politik Dari Caleg PKB Berlatar Belakang Keluarga Ulama Dan Caleg PKB Dari Keluarga Biasa.

3.3.1 Komunikasi Politik Caleg Berlatar Belakang Keluarga Ulama.

Dari wawancara penulis kepada caleg yang juga mempunyai latar belakang ulama, dalam pileg tahun ini beliau membentuk tim kampanye yang terdiri dari internal dan eksternal. Struktur internal merupakan keluarga beliau dan dari anggota partai. Apalagi beliau-beliau ini merupakan orang lama di DPC PKB Kabupaten Kendal. Sedangkan dari struktur eksternal tim kampanye terdiri dari tokoh-tokoh masyarakat dan tokoh agama yang ada di Kabupaten Kendal. Tim kampanye itu sendiri memiliki latar belakang yang berbeda-beda mulai dari segi pekerjaan, umur dan lain sebagainya. Selain itu juga mengadakan pengajian bersama di pondok pesantren, dengan harapan akan terbentuknya rasa kebersamaan dan kekeluargaan dirinya dan konstituen. Secara tidak

langsung kepercayaan dari konstituen diharapkan dapat meningkat. Ketika turun langsung ke masyarakat juga akan menyebar stiker-stiker dan juga menyebar sarung gratis.

3.3.2 Komunikasi Politik Caleg PKB Berlatar Belakang Keluarga Biasa.

Dari kesimpulan wawancara dengan beberapa caleg dari keluarga biasa, kebanyakan dari mereka sendiri tidak membentuk tim kampanye untuk kemenangan dirinya dalam pemilihan legislatif Kabupaten Kendal. Dalam kampanye kali ini, kebanyakan caleg dari keluarga biasa meminta dukungan dari pihak-pihak terdekat seperti keluarga, saudara, dan tetangga disekitar tempat tinggalnya. Menurut mereka faktor lingkungan terdekat merupakan faktor yang terpenting dalam pencalonannya. Karena mereka beranggapan jika lingkungan sekitar menerima pencalonan dirinya dalam pemilu legislatif ini maka itu akan mempermudah dalam menjalankan program kampanye. Langkah selanjutnya meminta dukungan kepada jajaran pengurus DPC PKB untuk membantu supaya dirinya bisa terpilih menjadi anggota legislatif. Namun, juga tidak lupa untuk ber silaturahmi dengan tokoh masyarakat dan tokoh agama di Kabupaten Kendal meminta restu dari para tokoh masyarakat dalam kampanye pemilu legislatif.

KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

Dari analisis yang telah dijelaskan dalam skripsi ini menyangkut bagaimana perbedaan gaya komunikasi politik calon legislatif dari Partai Kebangkitan Bangsa yang mempunyai latar belakang dari keluarga ulama dan yang mempunyai latar belakang dari keluarga biasa maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- Gaya komunikasi dari setiap individu calon legislatif dari Partai Kebangkitan Bangsa baik yang berasal dari keluarga ulama dan calon legislatif yang berasal dari keluarga biasa relative hampir sama dan sesuai dengan apa yang dianjurkan oleh DPC Partai Kebangkitan Bangsa sendiri yaitu tidak melakukan *money politic* dan tidak melakukan kontrak politik dengan masyarakat yang bisa menjadi boomerang bagi kader PKB sendiri ketika nanti terpilih sebagai anggota DPRD maupun DPR RI.
- Dari strategi-strategi komunikasi politik yang dilakukan oleh DPC PKB maupun dari calon legislatif dalam kampanye pemilihan legislatif tahun 2014 mendapatkan hasil yang tidak sesuai dengan target yang dipasang oleh DPC PKB yaitu dalam pemilihan legislatif ini PKB Kabupaten Kendal akan mendapatkan 10 kursi. Tetapi dari perolehan hasil akhir yang didapatkan PKB dalam pemilu legislatif kali ini hanya memperoleh 6 kursi atau kehilangan 2

kursi dari pemilu sebelumnya meskipun dalam pemilu tahun 2014 PKB berhasil menempati peringkat 2 di Kabupaten Kendal.

- Faktor yang paling dominan dalam gagalnya PKB Kabupaten Kendal dalam mencapai target yaitu kurangnya intensitas calon legislatif menemui langsung masyarakat dalam berkampanye. Calon legislatif lebih sering berkampanye melalui media-media seperti media spanduk, media cetak lokal Kabupaten Kendal, media radio, serta penyebaran stiker. Hal ini dibuktikan dengan kuesioner yang disebar oleh peneliti kepada 100 responden secara acak.

4.2 Saran/Rekomendasi

1. Partai Kebangkitan Bangsa agar lebih selektif dalam pemilihan kader untuk menyampaikan visi dan misi partai dalam kampanye pemilu legislatif. Dalam hal ini kader yang benar-benar militan dan loyal kepada partai jangan hanya kader yang hanya mempromosikan diri sendiri dan kurang dalam menyampaikan visi dan misi partai dalam kampanye pemilu.
2. Para calon legislatif seharusnya lebih memperbanyak intensitas untuk bertemu dengan masyarakat dalam berkampanye jangan hanya melalui media spanduk, iklan, dan lainnya. Hal tersebut dilakukan agar masyarakat bisa menjadi lebih mengenal dan lebih yakin untuk memilih.

Daftar Referensi:

- Firmanzah, 2012. Marketing Politik, Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Moh.Mahfud, MD,1999. Hukum dan Pilar-Pilar Demokrasi, Yogyakarta: Gama Media.
- Nimmo, Dan. 2006. Komunikasi Politik: Khalayak dan Efek. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Sardini, Nur Hidayat, 2011, Restorasi Penyelenggaraan Pemilu Di Indonesia, Yoyakarta: Fajar Media Press.
- Venus, Antar. 2004. Manajemen Kampanye. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya

Website:

- http://www.academia.edu/4092016/Pola_Kampanye_Pasca_Putusan_MK_ttg_Suara_Terbanyak .
Diakses pada tanggal 13 April 2014 Jam 19.13