

## PENGARUH CITRA PARTAI PENDUKUNG, IKLAN POLITIK DAN KELOMPOK REFERENSI TERHADAP MINAT MEMILIH CALON KEPALA DAERAH DALAM PEMILIHAN KEPALA DAERAH KABUPATEN PELALAWAN

Tengku Fardhian Khalil<sup>1)</sup>

Zulkarnain<sup>2)</sup>

Alvi Furwanti<sup>3)</sup>

<sup>1)</sup>Program Pascasarjana Universitas Riau

<sup>2)</sup>Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Riau

<sup>3)</sup>Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Riau

**Abstract.** *The success of the election is affected by the level of political participation of the people who were involved or get involved in every stage of the election process, including the implementation of Pelalawan Regency's Election in 2011. Some of the factors variables thought to influence the political participation of the people in the General Election Pelalawan Regency is supporting party's image (X1), political advertising (X2), the reference group (X3) and interests choosing (X4). The purpose of this study was to analyze the effect of supporting party's image, political advertising and the reference group against interests choosing in Pelalawan Regency's General Election, so that unknown variable factors which are the most dominant influence on the interest choose. The study used descriptive quantitative approach, where the population is citizens who are in the permanent voters list (DPT) in two villages/urban, is Pangkalan Kerinci urban and Teluk Meranti village with number of respondents as many as 150 people. The results show the influence of the supporting party's image probability the interest of selecting significance level is 5% mean 0.368, political advertising at 0.060 and influence of references group interest choosing at 0.163. This suggests that the effect of supporting party's image to select is the dominant interest with a probability of 0.368.*

### PENDAHULUAN

#### Latar Belakang Masalah

Studi tentang politik merupakan kajian yang selalu hangat diperbincangkan banyak orang dari berbagai kalangan dan latar belakang, mulai dari masyarakat kelas atas sampai dengan kelas bawah, dari yang berpendidikan sampai yang tidak pernah mengenyam pendidikan, dari jenderal, eksekutif, politikus mahasiswa, ibu-ibu rumah tangga sampai kuli-kuli buruh dan pengangguran. Perbincangan soal politik tidak hanya dijumpai dalam acara-acara resmi seperti seminar-seminar, diskusi-diskusi politik, maupun studi di kampus-kampus, tetapi juga bahkan di kedai-kedai kopi, sampai dengan warung-warung kecil dan pangkalan ojek, dimana warga masyarakat sering beriteraksi satu sama lainnya.

Pembahasan mengenai politik senantiasa menarik perhatian karena situasi dan kondisi serta akibat-akibat yang timbul dari kegiatan politik selalu menyangkut kehidupan banyak orang, sebagian ada yang diuntungkan dan sebagian lagi ada yang merasa dirugikan atau dikorbankan. Oleh karenanya para pemerhati politik tak pernah surut untuk melakukan kajian terhadap realitas kegiatan politik, terutama jika dikaitkan dengan pelaksanaan pemilihan umum, baik

pemilihan legislatif, pemilihan kepala negara, maupun pemilihan kepala daerah, dimana ada ribuan bahkan jutaan orang yang akan menerima akibat dan manfaat dari pelaksanaan pemilu tersebut.

Partisipasi politik menurut McClosky sebagaimana dikutip oleh Damsar (2010:180) dapat diartikan sebagai kegiatan-kegiatan sukarela dari warga masyarakat melalui mana mereka mengambil bagian dalam proses pemilihan umum dan secara langsung atau tidak langsung ikut berpartisipasi dalam proses pembentukan kebijakan negara.

Dalam diskusi pemilu, partisipasi politik dan perilaku pemilih merupakan paket pembahasan yang saling berhubungan. Partisipasi politik menyoalkan hubungan antara kesadaran politik dan kepercayaan kepada pemerintahan, sedang perilaku memilih adalah keikutsertaan warga dalam pemilu sebagai rangkaian pembuatan keputusan. Oleh karena itu dapat dilihat hubungan yang erat antara demokrasi, partisipasi politik, partai politik dan perilaku memilih dalam pemilihan umum.

Untuk lebih jelasnya nama-nama pasangan calon dan partai-partai pendukung nya disajikan pada Tabel 1. berikut ini:

**Tabel 1. Nama-nama Pasangan Calon Bupati/Wakil Bupati dan Partai Pendukung pada Pemilukada Kabupaten Pelalawan Tahun 2011.**

Nama Pasangan	Partai Politik Pengusung /Gabungan Partai Politik	Jumlah Suara	Jumlah Kursi
H. M. HARRIS dan Drs. H. MARWAN IBRAHIM	Partai Golongan Karya	22.904	7
	Partai Amanat Nasional	12.609	3
	Partai Kebangkitan Bangsa	3.373	1
	PDI Perjuangan	9.885	4
	Partai Hati Nurani Rakyat	4.903	2
	Partai Damai Sejahtera	2.279	-
	Partai Kebangkitan Ulama Indonesia	663	-
	Partai Persatuan Nahdlatul Ummah Indonesia	698	-
	Partai Patriot	964	-
	TOTAL	58.278	17
	Presentase	51,74	56,66
Drs. H. TENGKU KHALIL JAAFAR dan H. HUSNI TAMRIN	Partai Bintang Reformasi	5.111	2
	Partai Republika Nusantara	2.501	1
	Partai Kedaulatan	1.999	1
	Partai Penegak Demokrasi Indonesia	1.377	1
	Partai Peduli Rakyat Nasional	2.155	1
	TOTAL	13.143	6
	Persentase	11,66%	20%
	Drs. H. ABDUL ANAS BADRUN dan NARSUM	Partai Demokrat	12.22
Partai Persatuan Pembangunan		5.107	2
Partai Keadilan Sejahtera		4.333	1
TOTAL		21.66	6
Persentase		19,23%	20%

Sumber: KPU Kabupaten Pelalawan, 2013.

Sesuai dengan tahapan Pemilukada yang telah disusun oleh KPUD Kabupaten Pelalawan, bahwa pelaksanaan pemungutan suara dilaksanakan pada tanggal 16 Februari 2011, yang diikuti seluruh Pasangan Calon dan ditindaklanjuti dengan Penghitungan Suara di Tempat Pemungutan Suara (TPS) pada hari yang sama, selanjutnya Rekapitulasi Hasil Penghitungan Suara di tingkat Panitia Penyelenggara Kecamatan (PPK) dilaksanakan pada tanggal 17 s.d 19 Februari 2011 di masing-masing kecamatan dalam wilayah Kabupaten Pelalawan; kemudian Pleno Rekapitulasi Hasil Penghitungan Suara di KPU Kabupaten Pelalawan dilaksanakan pada tanggal 20 Februari 2011

pada pukul 16.00 WIB sampai selesai yang dituangkan dalam Berita Acara Rekapitulasi Hasil Penghitungan Suara Pemilihan Umum Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah di Tingkat Kabupaten Oleh Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Pelalawan, dan penetapan pemenang dilaksanakan pada tanggal 23 Pebruari 2011.

Berdasarkan tahapan di atas telah diperoleh hasil Pemilukada Kabupaten Pelalawan tahun 2011 dengan perolehan suara masing-masing pasangan calon berdasarkan hasil pleno rekapitulasi Penghitungan suara di tingkat kabupaten sebagaimana disajikan Tabel 2. berikut:

**Tabel 2. Hasil Perolehan Suara dalam Pemilukada Kabupaten Pelalawan Tahun 2011**

No	Pasangan Calon	Perolehan Suara	Persentase
1	Nomor Urut 1 H.M. Harris dan Drs. Marwan Ibrahim	51.296	41,38%
2	Nomor Urut 2 Drs. H.T. Khalil Jaafar dan H. Husni Thamrin	24.391	19,68 %
3	Nomor Urut 3 Drs H. Anas Badrun dan Narsum	48.261	38,94%

Sumber: KPU Kabupaten Pelalawan, 2013

.Hasil perolehan suara di atas menempatkan pasangan H.M. Harris dan Drs. Marwan Ibrahim sebagai pemenang Pemilu Kabupaten Pelalawan tahun 2011 dan terpilih sebagai Bupati/Wakil Bupati Kabupaten Pelalawan untuk Periode Tahun 2011-2016. Hasil ini merupakan buah dari usaha yang telah dilakukan Tim Pemenangan atau Tim Sukses pasangan H.M. Harris dan Drs. Marwan Ibrahim melalui strategi marketing politik yang mampu menarik minat pemilih di Kabupaten Pelalawan dan terbukti dalam pemilu tersebut pasangan H.M. Harris dan Drs. Marwan Ibrahim meraih suara terbanyak.

## TELAAH PUSTAKA

### Telaah Pustaka

#### Minat (Perilaku Pemilih)

Menurut Newman dan Shets (1985) dalam Nursal (2004:69) penilaian atau minat pemilih dipengaruhi oleh tujuh domain kognitif berbeda, yaitu:

1. Isu dan kebijakan politik (*issues and policies*)
2. Citra sosial (*social imagery*), Perasaan Emosional (*emotional felling*),
3. Citra kandidat (*candidat personality*),
4. Peristiwa mutakhir (*curret event*)
5. Peristiwa personal (*personal events*)
6. Faktor epistimik (epistimic issues)

#### Partisipasi Politik

Ekspresi politik semacam ini selalu menjadi ukuran penting bagi kemajuan partisipasi politik masyarakat, karena dari sini partisipasi politik tersebut diterjemahkan sebagai dukungan terbuka terhadap kepentingan politik tertentu yang dianggap memiliki efektifitas pengaruh politik yang sah (Warsito, 2008:22).

Partisipasi merupakan salah satu aspek penting demokrasi. Partisipasi merupakan taraf partisipasi politik warga masyarakat dalam kegiatan-kegiatan politik baik yang bersifat aktif maupun pasif dan bersifat langsung maupun yang bersifat tidak langsung guna mempengaruhi kebijakan pemerintah. Ramlan Surbakti (2000:198) mendefinisikan, partisipasi politik adalah kegiatan warga negara biasa dalam mempengaruhi pembuatan dan pelaksanaan kebijakan umum dan dalam ikut menentukan pemimpin pemerintah.

Sedangkan Kumorotomo (2001:112) mendefinisikan partisipasi politik sebagaimana berikut:

“Partisipasi adalah berbagai corak tindakan massa maupun individual yang memperlihatkan adanya hubungan timbal balik antara pemerintah dan warganya. Secara umum corak partisipasi warga negara dibedakan menjadi empat macam, yaitu : pertama, partisipasi dalam pemilihan (electoral participation),

kedua, partisipasi kelompok (group participation), ketiga, kontak antara warga negara dengan pemerintah (citizen government contacting) dan keempat, partisipasi warga negara secara langsung.

Menurut Huntington dan Nelson (1997:3) dalam bukunya “No Easy.

#### Partai Pendukung

##### Partai Politik

Friedrich (1980) dalam Budiardjo (2000:161) memberikan definisi

partai politik sebagai sekelompok manusia yang teorganisir secara stabil dengan tujuan merebut atau mempertahankan penguasaan terhadap pemerintahan bagi pimpinan partainya dan berdasarkan penguasaan ini memberikan kepada anggota partainya kemanfaatan yang bersifat idiil maupun materiil.

Sigmund Neumann dalam Budiardjo (2000:162) mendefinisikan partai politik adalah organisasi dari aktivis-aktivis politik yang berusaha untuk menguasai kekuasaan pemerintahan serta merebut dukungan rakyat atas dasar persaingan dengan suatu golongan atau golongan-golongan lain yang mempunyai pandangan yang berbeda. Firmanzah (2008:68) menyatakan bahwa partai politik adalah institusi yang mengaktifkan dan memobilisasi orang, kepentingan, menyediakan instrumen kompromi dari beragam pendapat dan memfasilitasi munculnya pemimpin.

Dalam konteks Indonesia, pengertian partai politik menurut Undang-Undang No. 2 Tahun 2008 tentang Partai Politik adalah: “Organisasi politik yang dibentuk oleh sekelompok warga negara Republik Indonesia secara sukarela atas dasar persamaan kehendak dan cita-cita untuk memperjuangkan anggota, masyarakat, bangsa dan negara melalui pemilihan umum”.

#### Iklan Politik

Menurut Linda Lee Kaid dalam Putra (2007), iklan politik adalah proses komunikasi dimana seorang sumber (biasanya kandidat dan atau partai politik) membeli atau memanfaatkan kesempatan melalui media massa guna meng-exposure pesan-pesan politik dengan sengaja untuk mempengaruhi sikap, kepercayaan dan perilaku politik khalayak.

#### Kelompok Referensi

Pemilu adalah salah satu sarana bagi warga negara untuk menyuarakan aspirasinya di dalam mempengaruhi kebijakan Negara. Meskipun pemilu bukan satu-satunya cara untuk menimbulkan partisipasi

politik, namun sampai dengan saat ini pemilu masih dipandang sebagai suatu upaya yang efektif di dalam melibatkan warga Negara untuk berpartisipasi di dalam memilih perwakilan di lembaga legislatif dan memilih pemimpin Negara dan kepala daerah sebagai eksekutif. Oleh karenanya perilaku pemilih selalu menjadi studi yang menarik bagi setiap partai politik, terutama untuk menyusun strategi di dalam meraih simpati pemilih dan memenangkan pemilu.

### Penelitian Terdahulu atau Jurnal.

Dalam sub bab ini dikutip hasil penelitian terdahulu yang ada hubungannya dengan tema penelitian ini. Hal ini diperlukan sebagai pembandingan dan juga sebagai dukungan teoritis dalam upaya merumuskan hipotesis penelitian.

Marissa M. Fenyapwain meneliti Pengaruh Iklan Politik Dalam Pemilukada Minahasa Terhadap Partisipasi Pemilih Pemula di Desa Tounelet Kecamatan Kakas (Journal "Acta Diurna" Volume I. No. 1 Tahun 2013, Permasalahan yang dikaji dalam penelitian ini adalah : apa dan bagaimana pengaruh Iklan Politik dalam Pemilukada Minahasa terhadap Partisipasi Pemilih Pemula di Desa Tounelet kecamatan Kakas?

Hasil dari penelitian ini adalah terdapat

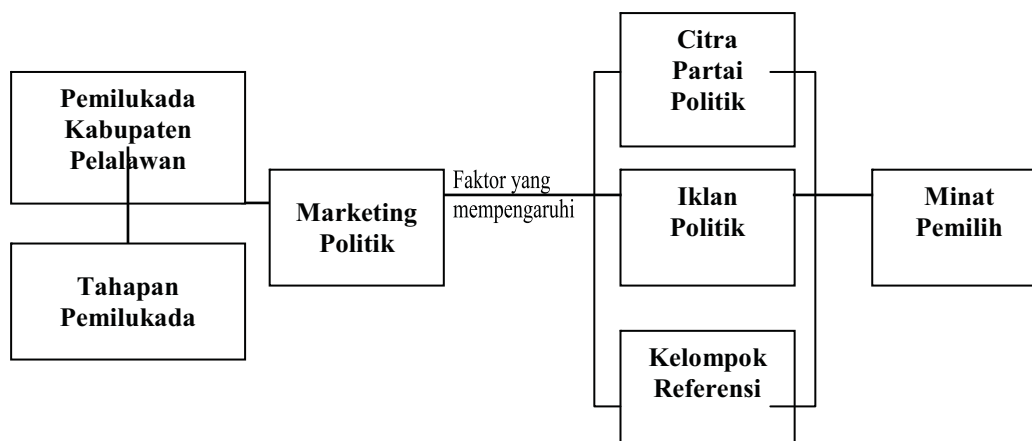
hubungan yang signifikan antara iklan Politik dalam Pemilukada di Minahasa terhadap partisipasi pemilih pemula di desa Tounelet kecamatan Kakas, dengan dihasilkannya  $r_{hitung}$  Korelasi Pearson Product Moment sebesar 0,416, sehingga menyatakan bahwa terdapat tingkat hubungan yang cukup tinggi atau hubungan yang cukup kuat : berdasarkan tabel interpretasi Nilai Korelasi dari Guilford dengan interval koefisien / kategori 0,401-0,599.

### Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran adalah asumsi atau dugaan adanya hubungan antara variabel-variabel yang akan diteliti berdasarkan teori-teori atau penelitian pendahulu. Kerangka pemikiran dapat dapat disusun dengan model teori yang berbentuk kausal.

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini melihat keterkaitan antara variable penelitian, yaitu antara penyelenggaraan Pemilu Kepala/Wakil Kepala Daerah Tahun 2011 dengan tingkat minat pemilih di Kabupaten Pelalawan dengan indikatot-indikator yang mempengaruhinya ditinjau dari konsep maupun teori-teori yang relevan dengan pokok permasalahan penelitian. Kerangka pemikiran dalam penelitian ini sebagaiberikut:

**Gambar 1. Kerangka Pemikiran Penelitian**



Sumber :Fenyapwain M.M (2013)

### Hipotesis

Hipotesis adalah suatu proporsi, kondisi atau prinsip yang untuk sementara waktu dianggap benar atau barangkali tanpa keyakinan agar bisa tertarik suatu konsekwensi yang logis dan dengan cara ini kemudian diadakan pengujian/testing tentang kebenarannya dengan menggunakan data empiris hasil penelitian. Untuk itu hipotesis sangat penting sebagai petunjuk awal di dalam pengumpulan dan analisa data yang diperlukan.

Hipotesis yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Terdapat pengaruh yang signifikan antara citra partai politik terhadap minat pemilih dalam Pemilukada Kabupaten Pelalawan.
2. Terdapat pengaruh yang signifikan antara iklan politik terhadap minat pemilih dalam Pemilukada Kabupaten Pelalawan
3. Terdapat pengaruh yang signifikan kelompok referensi terhadap minat pemilih dalam Pemilukada Kabupaten Pelalawan.
4. Terdapat pengaruh yang signifikan dari citra partai politik, iklan politik dan kelompok referensi secara

- bersama-sama (simultan) terhadap minat,
5. Kelompok referensi merupakan variabel yang paling kuat pengaruhnya terhadap minat pemilih.

### Operasional Variabel

Defenisi operasional diperlukan untuk memudahkan memahami pengertian-pengertian yang digunakan sebagai alat pengukuran dalam penelitian ini. Untuk jelasnya variabel penelitian, defenisi operasional, indikator dan pengukuran variabel penelitian disajikan pada Tabel 2.1. berikut:

### Defenisi Konsep Operasional dan Teknik Pengukuran

Beberapa konsep operasional mengenai istilah-istilah dalam penyelenggaraan Pemilu Kepala Daerah dalam penulisan penelitian ini dijelaskan berdasarkan ketentuan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintah Daerah yang memuat ketentuan sebagai berikut:

- a. Pemilihan Umum yang disingkat dengan Pemilu adalah sarana pelaksanaan perwujudan kedaulatan rakyat yang diselenggarakan secara langsung, umum, bebas, rahasia, jujur, dan adil dalam Negara Kesatuan Republik Indonesia berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945;
- b. Pemilu Kepala Daerah atau disingkat dengan Pemilukada adalah pemilihan umum untuk memilih Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah dalam Negara Kesatuan Republik Indonesia berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945;
- c. Partisipasi politik dalam penelitian ini didefenisikan oleh penulis dengan mengadopsi pendapat Budiarmo (2000:183) yaitu, partisipasi politik adalah kegiatan Pemilih atau warga negara yang memiliki hak suara dalam Pemilu, baik yang bersifat perseorangan ataupun kelompok untuk ikut serta mengambil bagian secara aktif dalam kehidupan politik.
- d. Marketing politik adalah serangkaian kegiatan pemasaran untuk menyukseskan kandidat atau partai politik dengan segala aktivitas politiknya melalui kampanye program pembangunan perekonomian atau kepedulian sosial, tema, isu-isu, gagasan, ideologi, dan pesan-pesan bertujuan program politik yang ditawarkan memiliki daya tarik tinggi dan sekaligus mampu mempengaruhi bagi setiap warga negara dan lembaga/organisasi secara efektif (Kotler and Neil, 2003:3).
- e. Citra partai politik atau *image* politik didefinisikan sebagai konstruksi atas representasi dan persepsi

masyarakat (publik) terhadap suatu partai politik atau kandidat individu mengenai semua hal yang terkait dengan aktivitas politik yang menimbulkan kesan kepada publik.

- f. Iklan politik adalah proses komunikasi dimana seorang sumber (biasanya kandidat dan atau partai politik) membeli atau memanfaatkan kesempatan melalui media massa guna meng-exposure pesan-pesan politik dengan sengaja untuk mempengaruhi sikap, kepercayaan dan perilaku politik publik (Linda Lee Kaid dalam Putra, 2007:62).
- g. Kelompok referensi mengacu pada pendapat Sumarwan (2003:250) adalah seseorang atau sekelompok orang yang secara nyata mempengaruhi perilaku seseorang secara langsung maupun tidak langsung.

### OBJEK DAN METODE PENELITIAN

#### Obyek Penelitian

Bahan yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah hasil Pemilukada Kabupaten Pelalawan Tahun 2011.

#### Metode Penelitian

#### Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kabupaten Pelalawan dan oleh karena di Kabupaten Pelalawan terdapat 12 Kecamatan dan 214 desa, maka dalam penelitian ini sebagai lokasi sampel ditetapkan, yaitu Kecamatan Pangkalan Kerincidengan alasan kecamatan ini diasumsikan mewakili wilayah daratan dan Kecamatan Teluk Meranti yang diasumsikan mewakili wilayah pesisir. Pada masing-masing kecamatan di atas ditetapkan 1 (satu) desa/kelurahan sebagai lokasi penelitian, yaitu Kelurahan Pangkalan Kerinci Kota. (Kecamatan Pangkalan Kerinci) dan Desa Teluk Meranti (Kecamatan Meranti).

#### Disain penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian deskriptif menurut Aditya (2009:1) adalah penelitian yang dimaksudkan untuk menjelaskan fenomena atau karakteristik individual, situasi atau kelompok tertentu secara akurat. Metode kuantitatif dimulai dengan asumsi deduktif, dilanjutkan dengan teori masalah, hipotesis sementara, desain penelitian, dan pengumpulan data dalam angka.

#### Sumber data

Sumber data penelitian ada dua jenis, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang

diperoleh langsung dari responden penelitian. Data sekunder adalah data dalam bentuk dokumen jadi yang diperoleh dari KPU Kabupaten Pelalawan dan Tim Sukses masing-masing pasangan peserta Pemilu Kabupaten Pelalawan.

### Populasi dan Sampel

Populasi penelitian adalah Kelompok referensidari berbagai latar belakangdan masyarakat pemilih yang terdaftar dalam Daftar Pemilih Tetap (DPT) yang mengikuti pemungutan suara Pemilu Kabupaten Pelalawan. Jumlah pemilih yang terdaftar dalam DPT adalah 199.812 orang. Mengingat luasnya wilayah penelitian, maka penulis menetapkan dua kecamatan sebagai wilayah sampel penelitian, yaitu Kecamatan Pangkalan Kerinci dan Kecamatan Teluk Meranti. Ditetapkannya dua kecamatan ini dengan pertimbangan bahwa Kecamatan Pangkalan Kerinci dianggap sebagai representasi wilayah daratan, dan Kecamatan Teluk Meranti dianggap sebagai representasi wilayah pesisir.

Jumlah DPT di Pangkalan Kerinci adalah 53.060 orang dan jumlah DPT di Teluk Meranti adalah 11.460 orang, sehingga jumlah DPT di dua kecamatan tersebut adalah 64.520 orang yang ditetapkan sebagai populasi penelitian dari unsur masyarakat pemilih.

Mengingat jumlah populasi pemilih yang begitu besar, ditetapkan jumlah sampel dengan Slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{199812}{199.812 (0,1)^2 + 1}$$

$$n = \frac{N}{N \cdot d^2 + 1}$$

Keterangan:

- n = Jumlah sampel
- N = Jumlah populasi
- d = Presisi (galad dugaan)

Berdasarkan jumlah populasi, maka diperoleh jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak :

Jumlah sampel (n) dari masyarakat pemilih yang terdaftar dalam DPT digenapkan menjadi 100 orang responden. Sedangkan jumlah sampel dari kelompok referensi ditetapkan 50 orang, sehingga jumlah sampel seluruhnya adalah 150 orang. Untuk jelasnya dapat dilihat pada Tabel 31.berikut:

**Tabel 3. Jumlah Populasi dan Sampel Penelitian**

Responden	JumlahPopulasi	JumlahSampel	Persentase
1			
Kelompok referensi			
- Ketua Tim Sukses	6	6	100
- Ketua Paguyuban	8	8	100
- Ketua kelompok profesi	4	4	100
- Ketua RW	28	4	14,29
- Ketua RT	122	28	22,95
2			
Pemilih dalam DPT	199.812	100	0,05
Jumlah	199.988	150	0,075

Sumber data: Data olahan, 2013

### Teknik pengumpulan data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini diperoleh dengan empat cara, yaitu: Studi kepustakaan, Penelitian lapangan, Wawancara dan Kuesioner,.

### Teknik Analisis Data

Teknik pengolahan data menggunakan perhitungan komputasi program SPSS (Statistical Product and Service Solutions), Yaitu suatu program komputer statistik yang mampu memproses data statistik secara cepat dan tepat, menjadi berbagai output yang dikehendaki para pengambil keputusan.

Data yang diperoleh dari suatu penelitian harus dianalisis terlebih dahulu secara benar agar dapat ditarik kesimpulan. Dalam penelitian ini tehnik yang digunakan yaitu tehnik analisis regresi ganda. Langkah-langkah analisis data adalah sebagai berikut :

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN Politik Pemerintahan

Informasi politik yang disajikan dalam bab ini berkaitan dengan penyelenggaraan Pemilihan Kepala Daerah/Wakil Kepala Daerah di Kabupaten Pelalawan Tahun 2010. Kegiatan Pemilihan Kepala Daerah/Wakil

Kepala Daerah di Kabupaten Pelalawan diselenggarakan oleh Komisi Pemilihan Umum Daerah (KPUD) Kabupaten Pelalawan. Sesuai dengan Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004, maka Komisi Pemilihan Umum Daerah (KPUD) Kabupaten Pelalawan membuat jadwal dan alokasi waktu tahapan Pemilihan Kepala Daerah/Wakil Kepala Daerah Tahun 2010 di Kabupaten Pelalawan.

Adapun jumlah pemilih yang terdaftar dalam tahap pendaftaran pemilih dan jumlah Tempat Pemungutan Suara (TPS) pada Pemilihan Kepala Daerah/Wakil Kepala Daerah/Wakil Kepala Daerah Kabupaten Pelalawan dapat dilihat pada Tabel 4. berikut:

**Tabel Tabel 4. Jumlah DPT dan TPS dalam Pemilihan Kepala Daerah/Wakil Kepala Daerah Kabupaten Pelalawan Tahun 2010**

No	Kecamatan	Jumlah Desa/ Kelurahan	Jumlah Pemilih	Jumlah TPS
1	Langgam	7	10.031	32
2	Pangkalan Kerinci	7	32.129	73
3	Bandar Sei Kijang	5	8.711	23
4	Pelalawan	9	9.304	24
5	Bunut	8	5.544	21
6	Bandar Petalangan	8	7.574	23
7	Teluk Meranti	9	8.754	21
8	Kuala Kampar	9	12.097	36
9	Pangkalan Kuras	16	21.563	75
10	Pangkalan Lesung	8	13.697	33
11	Ukui	11	17.053	52
12	Kerumutan	8	9.627	26
	TOTAL	107	156.084	439

**Sumber data:** KPUD Kabupaten Pelalawan, 2010

Dari data pada Tabel 4. di atas dapat diketahui bahwa jumlah PPK di Kabupaten Pelalawan adalah 12, jumlah PPS adalah 107, jumlah pemilih yang terdaftar adalah 156.084 orang, dan jumlah TPS seluruhnya adalah 439 buah. Jumlah PPK disesuaikan dengan jumlah kecamatan, sedangkan jumlah PPS disesuaikan dengan jumlah desa/kelurahan.

## Analisis Data

### Uji Instrumen

#### a. Uji Validitas

Uji validitas dalam hal ini bertujuan untuk menguji tingkat ketepatan instrumen dalam mengukur variabel partai politik, iklan politik, kelompok referensi dan minat pemilih. Perhitungan uji validitas instrument menggunakan analisis korelasi pearson dengan bantuan computer program SPSS. Keputusan mengenai butir item yang dinyatakan valid dengan membandingkan nilai  $r$  hitung dengan nilai  $r$  tabel, jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel maka butir item dinyatakan valid.

#### b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas instrument bertujuan untuk mengetahui besarnya indeks kepercayaan instrument dari variabel partai politik, iklan politik, kelompok referensi dan minat pemilih. Setelah dilakukan uji validitas dan diperoleh butir pernyataan yang valid, selanjutnya dilakukan uji reliabilitas dengan menggunakan rumus *Cronbach Alpha*. Keputusan untuk mengetahui bahwa instrument adalah reliable jika nilai  $r$  Alpha  $>$  0,6.

### Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Normalitas Data

Untuk menguji normalitas data dalam penelitian ini digunakan uji *Kolmogorov Sminorv-Test*. Untuk menerima atau menolak hipotesis dengan cara membandingkan p-value dengan taraf signifikansi ( $\alpha$ ) sebesar 0.05. Jika p-value  $>$  0.05, maka data berdistribusi normal. Dalam asumsi kenormalan regresi, uji normalitas dilaksanakan terhadap residual dari regresi (perhitungan pada halaman lampir)

**Tabel 5. Hasil Uji Normalitas Data**

Variabel	Kolmogorov Sminorv-Test	Sig.	p-value	Interpretasi normal
Unstandardized Residual	0,583	0,886	p>0.05	

Sumber: Data olahan, 2013

Dari tabel 5 diatas dapat disimpulkan bahwa distribusi datanya adalah normal.

besarnya *tolerance value* dan *variance inflation factor* (VIF). Dari hasil perhitungan diperoleh hasil sebagai berikut:

b. Uji Multikolinieritas

Pengujian multikolinieritas dilakukan dengan melihat

**Tabel 6. Hasil Uji Multikolinieritas Data**

Variabel	Tolerance	VIF	Kesimpulan
Partai politik	0,749	1,334	Tidak ada masalah multikolinieritas
Iklan politik	0,839	1,191	Tidak ada masalah multikolinieritas
Kelompok referensi	0,720	1,989	Tidak ada masalah multikolinieritas

Sumber: Data olahan, 2013.

Analisis Regresi Linier Berganda

Teknis analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda, bertujuan untuk menguji pengaruh partai politik, iklan politik, kelompok referensi terhadap minat pemilih. Model regresi dapat disusun sebagai berikut:

X2 = iklan politik

X3 = kelompok referensi

á = konstanta

â1 = koefisien regresi variabel partai politik

â2 = koefisien regresi variable iklan politik

â3 = koefisien regresi variable kelompok referensi

e = pengganggu (*error*)

$$Y = \acute{a} + \acute{a}1 X1 + \acute{a}2 X2 + \acute{a}3 X3 + e$$

Keterangan:

Y = minat pemilih

X1 = partai politik

Perhitungan analisis regresi dalam penelitian ini menggunakan program SPSS. Sedangkan hasil analisis seperti pada lampiran disajikan Tabel 4.16 berikut ini :

**Tabel 7. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda**

Variabel Independen	Koefisien Regresi	t hitung	Sig.
Partai politik	0,368	4,713	0,000
Iklan politik	0,060	0,740	0,460
Kelompok referensi	0,163	1,814	0,072
Konstanta	7,552	4,135	0,000
R2	0,255		
F hitung	16,677		0,000

Dari hasil analisis regresi diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 7,552 + 0,368 X1^{**} + 0,060 X2 + 0,163 X3^{*} + e$$

$$t = 4,173$$

$$t = 0,740$$

$$t = 1,814$$

\*\* = signifikan pada 5%

\* = signifikan pada 10%

Uji Statistik

a. Uji t

- Uji ini digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh dari masing – masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen.



**Tabel 8. Hasil Uji t Statistik**

Coefficients <sup>a</sup>		Unstandardized		Standardized	t	Sig
Mode		Coefficients		Coefficients		
I		B	Std.	Beta		
1	(Constant)	7.552	1.827		4.135	.000
	Partai politik	.368	.078	.389	4.713	.000
	Iklan politik	6.00E-02	.081	.058	.740	.460
	Kelompok referensi	.163	.09	.153	1.814	.072

<sup>a</sup>. Dependent Variable: KP

Sumber: Data olahan, 2013

- Dengan menggunakan program SPSS dihasilkan masing – masing variabel bebas sebagai berikut :
- $X_1 = 4,713^{**}$
- $X_2 = 0,740$
- $X_3 = 1,814^*$
- $^{**}$  = signifikan pada 5%
- $^*$  = signifikan pada 10%
- Karena nilai t hitung  $X_2$  dan  $X_3 < t$  tabel ( $0,740$  dan  $1,814 < 1,976$ ) maka konsekuensinya adalah  $H_0$  diterima  $H_a$  ditolak untuk masing – masing variabel diatas dalam hal ini  $X_2$  dan  $X_3$ , artinya masing – masing variabel iklan politik dan kelompok refereni secara parsial berpengaruh tidak signifikan

terhadap minat pemilih masyarakat. Sedang karena nilai t hitung untuk  $X_1 > t$  tabel ( $4,713 > 1,976$ ) maka konsekuensinya adalah  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya variabel partai politik secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat pemilih masyarakat.

b. Uji F

- Uji F adalah untuk mengetahui apakah variabel partai politik, iklan politik dan kelompok referensi secara bersama – sama mempunyai pengaruh signifikan terhadap minat pemilih dalam Pemilihan Kepala Pelalawan Tahun 2010.

**Tabel 9. Hasil Uji t Statistik**

ANOVA <sup>b</sup>		Sum of	df	Mean	F	Sig.
Mode		Squares		Square		
1	Regression	173.090	3	57.697	16.677	.000 <sup>a</sup>
	Residual	505.104	146	3.46		
	Total	678.193	149			

a. Predictors: (Constant), Partai politik, iklan politik dan kelompok referensi

b. Dependent Variable: Minat pemilih

- Dari hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS diperoleh F hitung sebesar 16,677, karena nilai F hitung  $> F$  tabel ( $16,677 > 2,667$ ).
- Koefisien Determinasi
- Analisis koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh kemampuan variabel – variabel independent (partai politik, iklan politik dan kelompok referensi) secara bersama – sama dalam menjelaskan variabel dependen (minat pemilih). Dari hasil analisis dengan menggunakan program SPSS diketahui bahwa besarnya nilai  $R^2$  (koefisien determinasi) = 0,255 atau 25,5% berarti kemampuan variabel – variabel bebas secara bersama – sama yaitu partai politik, iklan politik dan kelompok referensi dalam menjelaskan minat

pemilih adalah sebesar 25,5% sedangkan sisanya sebesar 74,5% dijelaskan oleh variabel lain diluar model regresi.

d. Koefisien Regresi

- Untuk mengetahui faktor yang paling dominan terhadap minat pemilih dalam penelitian ini dengan melihat besarnya nilai koefisien regresi, hal ini mengingat jumlah soal angket masing – masing variabel sama. Untuk melihat pengaruh yang dominan dapat diketahui dengan melihat koefisien regresi b terbesar yang dihasilkan dari ketiga variabel independent. Dari hasil analisis regresi diketahui bahwa nilai koefisien regresi partai politik ( $\hat{\beta}_1$ ) = 0,368 nilai koefisien regresi iklan politik ( $\hat{\beta}_2$ ) =

0,060 dan nilai koefisien regresi kelompok regresi ( $\hat{\beta}_3$ ) = 0,163. Melihat besarnya nilai koefisien regresi dari ketiga variabel independent tersebut diketahui bahwa variabel partai politik mempunyai pengaruh paling dominan terhadap minat pemilih pada Pemilu, yaitu sebesar 0,368.

## P E N U T U P

### Kesimpulan

Adapun kesimpulan hasil penelitian sebagai berikut :

1. Partai politik secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat pemilih, sebesar 0,368 dan dari uji t diperoleh bahwa  $t_{hitung} (4,713) > t_{tabel} (1,976)$ , artinya pengaruh partai politik terhadap minat pemilih adalah signifikan. Sedangkan iklan politik secara parsial pengaruhnya tidak signifikan terhadap minat pemilih, dimana koefisien regresinya sebesar 0,060 dan uji t diperoleh bahwa  $t_{hitung} (0,740) < t_{tabel} (1,976)$ , artinya pengaruh Iklan politik terhadap minat pemilih adalah tidak signifikan. Kelompok referensi secara parsial pengaruhnya tidak signifikan terhadap minat pemilih, dimana koefisien regresinya sebesar 0,163 dan uji t diperoleh bahwa  $t_{hitung} (1,814) < t_{tabel} (1,976)$ , artinya pengaruh kelompok referensi terhadap minat pemilih adalah tidak signifikan.
2. Partai politik, Iklan politik, kelompok referensi secara bersama – sama berpengaruh signifikan terhadap minat pemilih, dimana koefisien determinasi  $R^2$  sebesar 0,255 berarti variasi variabel minat pemilih dapat dijelaskan oleh variasi variabel partai politik, Iklan politik dan kelompok referensi sebesar 25,5% sedangkan sisanya sebesar 74,5% dijelaskan oleh variabel lain. Dari uji F diperoleh  $F_{hitung} (16,677) > F_{tabel} (2,667)$ , artinya secara bersama – sama pengaruh partai politik, Iklan politik dan kelompok referensi terhadap minat pemilih adalah signifikan.

### Saran

Penulis menyarankan agar KPU Kabupaten Pelalawan meningkatkan sosialisasi calon Kepala Daerah pada Pemilu Kabupaten Pelalawan secara kontinyu sampai ke pelosok-pelosok daerah. Hasil penelitian menunjukkan iklan politik memberi pengaruh yang rendah, ini mengindikasikan penggunaan media massa, baik media cetak, radio dan televisi belum dimanfaatkan secara optimal dalam melakukan sosialisasi calon kepala daerah.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adorno. T. & Horkheimer, M (1999) “*The Culture Industry Enlightenment as mass Deception*” dalam Doring S. ed *The Cultural Studies Reader*, Second edition, London : Routledge : 1999
- Adam, Rainer, *Media Politik Radio*, Buku Pegangan Jurnalis Radio, PT Sembrani Aksara Nusantara Jakarta : 2000
- Ardianto, Elvinaro, 2008. *Strategi PR Politik Para Kandidat Dalam Pilkada*. Observasi Vol.6, No.1, 2008
- Budiyanto. *Dasar-Dasar Ilmu Tata Negara*. Jakarta: Erlangga, 2000.
- Budiardjo, Miriam. 2000. *Dasar-dasar Ilmu Politik*. Jakarta: Gramedia.
- Cangara Hafied. 1998. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada :
- Chaffe, Stephen. H. Xinshu Zhao, Glenn Lashner. *Political Knowledge and the Campaign Media of 1992 Communication Research* Vol. 21 No:3 Juni 1994.
- Crow and Crow. 2000. *Psikologi Pendidikan*. Bina Ilmu: Surabaya
- Damsar, 2010. *Pengantar Sosiologi Politik*, Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Denver, David. *Campaigns and Elections* dalam Mary Hawkeswarth & Maurice Kogan (eds) *Encyclopedia of Government and Politics* Vol. 1 London : Routledge, 1992.
- Ebenstein, William, C. Herman Pritchett, Henry A, Turner, & Dean Mann, *American Democracy in World Perspective*, New York : Harper&Row Publisher, 1997.
- Engel, F. James; Roger D. Blackwell; Paul W. Miniard. 1994. *Perilaku Pemilih*. Jakarta : Binarupa Aksara
- Fadillah, Putra, 2003. *Partai politik dan kebijakan publik*, Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Firmanzah. 2008. *Marketing Politik: Antara Pemahaman dan Realitas*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Kasali, Rhenald, 2000, *Manajemen Public Relations : Konsep dan Aplikasinya di Indonesia* , Jakarta : PT Pustaka Utama Grafiti.
- Kaid, Lynda Lee, 2004. (eds) *Handbook of Political Communication Research*, Mahwah, New Jersey : Lawrence Earlbaum Associates Publisher.
- Kertajaya, Hermawan, 2001. *Marketing Ujung Tombak Bisnis*, Jakarta: Lembaga Manajemen FE UI
- Kotler, Philip; Gary Armstrong. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi Bahasa Indonesia*. Erlangga: Jakarta.

- Kotler, Philip; Gary Amstrong. 2002. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta: Erlangga
- Koirudin, *Partai Politik dan Agenda Transisi Demokrasi*, Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2004
- Kumorotomo, Wahyudi , 2000. *Etika Administrasi Negara*, Jakarta : Rajawali Press.
- Muchtar Mas' oed dan Andrews Mac. Collin, 2002. *Perbandingan Sistem Politik*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Pers.
- Mulyana, Deddy. 2002. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Napitupulu, Paimin, 2007, *Menuju Pemerintahan Perwakilan*, Bandung: Alumni
- Nawawi, Hadari, 2007. *Metodologi Bidang Sosial*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Nimmo, Dan, 2000. *Komunikasi Politik, Khalayak dan Efek*, PT Remaja Rosdakarya, Bandung
- Nurudin, 2001. *Komunikasi Propaganda*, Bandung: *Remaja Rusda Karya*,
- Nugroho, Rian, 2000. *Indonesia 2020, Sebuah Sketsa Tentang Visi Dan Strategi Dalam kepemimpinan Manajemen Politik dan Ekonomi*, Jakarta: Penerbit RBI.
- Pawito, Ph. D, 2008. *Komunikasi Politik Media Massa Dan Kampanye Pemilihan*, Yogyakarta: 2008: Jalasutra
- Rahmat, Arifin, 2000. *Sistem Politik Indonesia*, Surabaya :Penerbit SIC.
- Rakhmat, Jalaluddin, 2000. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Rinie, Meka S. 2005. *Sosialisasi Partai Politik Islam dalam Meningkatkan Kesadaran Politik Anggota*. Bandung: Tidak diterbitkan
- Rush, Michael dan Althoff, *Pengantar Sosiologi Politik*, Jakarta : PT Rajawali, 1999,
- Salim, Hairus, 2004. *Islam dan Pemilu*. Yogyakarta: Yayasan Lembaga Kajian Islam dan Sosial
- Schiffman, Leon G & Leslie, Lazar Kanuk 2004. *Perilaku Pemilih (edisi 7)*. Prentice Hall: Jakarta.
- Sudijono, Sastroadmojo, 2000. *Perilaku Politik*, IKIP Semarang Press
- Sumarwan, Ujang. 2004. *Perilaku Pemilih*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Suwardi, Harsono. 2000. *Peran Pers Dalam Politik Di Indonesia*, Penerbit Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.
- Suwardi, Harsono, dkk, 2002, *Politik, Demokrasi dan Manajemen Komunikasi*, Yogyakarta : Galang Press.
- Usman, Suyanto, P. Hd. *Struktur Interaksi Kelompok Elite Dalam Pembangunan*, Majalah Prisma, Edisi 6 Juni, Jakarta : 1991
- Venus, Antar, 2004, *Manajemen Kampanye : Panduan Teoritis dan Praktis dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi*, Bandung : Remaja Rosdakarya
- Warsito, Tulus , 2002. *Pembangunan Politik: Refleksi Kritis atas Krisis*. Yogyakarta: Bigraf Publishing, <http://teorimp.wordpress.com/2010/12/28/pengertian-marketing-politik/>
- S. Arifianto, 2009. *Peranan Media Massa Pada Pemilu Legislatif 2009*. KomMTi – Volume : 3, No. : 9 / Desember 2009
- Kaid, Lynda Lee, (eds) *Handbook of Political Communication Research*, Mahwah, New Jersey : Lawrence Earlbaum Associates Publisher, 2004. <http://teorimp.wordpress.com/2010/12/28/pengertian-marketing-politik/>
- Referensi: <http://kamusbahasaIndonesia.org/citra/mirip#ixzz2ga58095x>