

**ANALISIS KOMUNIKASI POLITIK DAN BUDAYA KERJA
TIM KAMPANYE PASANGAN CALON
PADA PEMILIHAN KEPALA DAERAH 2018 DI KOTA
PADANG**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana Administrasi Publik (S.AP)



Oleh :

INDAH PURWANTI

NIM 15042033

JURUSAN ADMINISTRASI PUBLIK

FAKULTAS ILMU SOSIAL

UNIVERSITAS NEGERI PADANG

2019

PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

Judul : Analisis Komunikasi Politik dan Budaya Kerja Tim
Kampanye Pasangan Calon pada Pemilihan Kepala
Daerah 2018 di Kota Padang
Nama : Indah Purwanti
TM/NIM : 2015 / 15042033
Program Studi : Ilmu Administrasi Negara
Jurusan : Ilmu Administrasi Negara
Fakultas : Ilmu Sosial

Padang, 27 Mei 2019

Disetujui oleh :

Dosen Pembimbing



Aldri Frinaldi, SH, M.Hum, Ph.D
NIP.19700212 199802 1 001

PENGESAHAN LULUS UJIAN SKRIPSI

Dinyatakan lulus setelah dipertahankan di depan tim penguji Skripsi
Jurusan Ilmu Administrasi Negara Fakultas Ilmu Sosial
Universitas Negeri Padang

Pada hari Selasa, Tanggal 24 Mei 2019 Pukul 10.00 s/d 11.00 WIB

**Analisis Komunikasi Politik dan Budaya Kerja Tim Kampanye Pasangan
Calon pada Pemilihan Kepala Daerah 2018 di Kota Padang**

Nama : Indah Purwanti
NIM : 15042033
Program Studi : Ilmu administrasi Negara
Fakultas : Ilmu Sosial

Padang, 27 Mei 2019

Tim Penguji

Nama	Tanda Tangan
1. Ketua : Aldri Frinaldi,SH,M.Hum,Ph.D	1. 
2. Anggota : Nora Eka Putri,S.IP,M.Si	2. 
3. Anggota : Adil Mubarak,S.IP,M.Si	3. 

Mengesahkan
Dekan FIS UNP

Prof. Dr. Syafri Anwar, M.Pd
NIP. 19621001 198903 1 002



PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Indah Purwanti
TM/NIM : 2015/15042033
Tempat / Tanggal Lahir : Semarang / 23 Maret 1997
Program studi : Ilmu Administrasi Negara
Jurusan : Ilmu Administrasi Negara
Fakultas : Ilmu Sosial

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini berjudul **“Analisis Komunikasi Politik dan Budaya Kerja Tim Kampanye Pasangan Calon pada Pemilihan Kepala Daerah 2018 di Kota Padang”** adalah benar merupakan karya asli saya, kecuali kutipan yang disebutkan sumbernya. Apabila terdapat kesalahan dan kekeliruan dalam skripsi ini, sepenuhnya merupakan tanggung jawab saya sebagai penulisnya.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Padang, 27 Mei 2019

Yang membuat pernyataan


INDAH PURWANTI

2015/15042033

ABSTRAK

Judul : Analisis Komunikasi Politik dan Budaya Kerja Tim
Kampanye Pasangan Calon pada Pemilihan Kepala
Daerah 2018 di Kota Padang

Penulis : Indah Purwanti

BP/NIM : 2015/15042033

Jurusan : Ilmu Administrasi Negara

Pembimbing : Aldri Frinaldi, SH, M.Hum, Ph.D

Pemilihan Kepala Daerah tahun 2018 serentak diadakan di 117 daerah termasuk di Kota Padang dengan tema “Pemilihan Kepala Daerah Damai”, hal ini dikarenakan kandidat yang mencalonkan diri merupakan pasangan incumbent pada pemerintahan sebelumnya dan diharapkan mampu membawa suasana Pemilihan Kepala Daerah yang damai. Agar pelaksanaan Pemilihan Kepala Daerah dapat berjalan dengan damai, Komisi Pemilihan Umum sebagai lembaga yang berwenang dalam penyelenggaraan Pemilihan Kepala Daerah mengantisipasi segala bentuk kecurangan, pelanggaran dan *cost politic* yang terlalu besar dengan cara memperketat aturan-aturan terkait kampanye Pemilihan Kepala Daerah oleh masing-masing tim kampanye. Namun akibat ketatnya peraturan dari KPU tersebut maka timbul sejumlah masalah seperti: Proses Pemilihan Kepala Daerah menjadi tidak bersemangat dan sosialisasi kampanye yang kurang diketahui warga-warga. Penelitian ini untuk mengetahui komunikasi politik dan budaya kerja masing-masing tim kampanye melalui analisis semiotik dalam komunikasi politik dan budaya kerja tim tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, dengan teknik informan penelitian menggunakan *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data dengan wawancara dan dokumentasi.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah, bentuk komunikasi politik tim kampanye Emzalmi-Desri Ayunda dengan tim kampanye Mahyeldi-Hendri Septa tidak jauh berbeda, namun komunikasi politik yang dilakukan oleh tim kampanye Emzalmi-Desri Ayunda kurang mampu memikat hati para pemilih dan kurang agresif dibandingkan tim kampanye Mahyeldi-Hendri Septa. budaya kerja tim kampanye Emzalmi-Desri Ayunda juga kurang tersistem dan tidak dapat dipantau dengan baik, hal ini berbeda dengan budaya kerja tim kampanye Mahyeldi-Hendri Septa yang lebih tersistem dan juga kompak.

Kata Kunci : Pemilihan Kepala Daerah, Komunikasi Politik, Budaya Kerja, Tim

Kampanye, Semiotik

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah penulis ucapkan kepada Allah SWT, berkat rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul : *Analisis Komunikasi Politik dan Budaya Kerja Tim Kampanye Pasangan Calon pada Pemilihan Kepala Daerah 2018 di Kota Padang*. Tidak lupa penulis kirimkan shalawat dan salam kepada Nabi Muhammad S.A.W.

Penelitian ini ditulis untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Administrasi Publik (S.AP) di jurusan Administrasi Publik Fakultas Ilmu-ilmu Sosial Universitas Negeri Padang. Penelitian ini ditulis berdasarkan fenomena yang penulis temukan dilapangan, dilengkapi dengan kajian teori dan kerangka konseptual serta metode penelitian yang akan penulis gunakan untuk menggambarkan masalah yang akan penulis teliti.

Dalam penulisan skripsi ini penulis banyak mendapatkan bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, untuk itu penulis pada kesempatan ini mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Aldri Frinaldi, S.H., M.Hum., Ph.D Selaku ketua jurusan Administrasi Publik Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Padang sekaligus dosen pembimbing yang sudah membimbing dengan penuh kesabaran dalam penyelesaian penelitian ini.
2. Ibu Nora Eka Putri, S.IP., M.Si. Selaku dosen penguji I yang memberikan saran dan tambahan agar penelitian penulis lebih baik.
3. Bapak Adil Mubarak, S.IP., M.Si. Selaku dosen penguji II yang memberikan saran dan tambahan agar penelitian penulis lebih baik.
4. Staf dosen beserta pegawai Jurusan Ilmu Administrasi Negara yang telah memberikan ilmu dan motivasi kepada penulis dalam perkuliahan maupun dalam penulisan skripsi.
5. Orang tua dan keluarga tercinta yang telah memberikan do'a, motivasi, dan dukungan baik secara moril maupun materil kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.

6. Sahabat–sahabat ku (Shinta dan Wulan), teman-temanku “Emak-emak Rempong” dan juga kakak-kakak yang telah memberikan dukungan dan masukan terhadap penelitianku.
7. Seluruh rekan-rekan Jurusan Ilmu Administrasi Negara angkatan 2015 yang telah ikut memberikan bantuan dan masukan terhadap penulisan skripsi ini.
8. Semua pihak baik secara langsung maupun tidak langsung membantu penulis dalam rangka menyelesaikan skripsi.

Tiada kata yang dapat penulis persembahkan selain do’a kepada Allah SWT, mudah-mudahan segala bantuan yang diberikan menjadikan nilai ibadah disisi-NYA dan senantiasa skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dalam penulisan penelitian ini. Hal tersebut disebabkan oleh keterbatasan kemampuan penulis yang masih jauh dari kata sempurna. Untuk itu, penulis menyampaikan permohonan maaf dan mengharapkan adanya kritik dan saran dari dosen penguji serta pembaca demi sempurnanya penelitian ini. Terima kasih

Padang, Mei 2019

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	5
C. Pembatasan Masalah	5
D. Rumusan Masalah	5
E. Tujuan Penelitian	6
F. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. Kajian Teori	7
1. Komunikasi Politik.....	7
2. Semiotika	10
3. Budaya Kerja.....	13
4. Pemilihan Umum dan Pemilihan Kepala Daerah.....	17
5. Kampanye	19
6. Komunikasi Politik Tim Kampanye	21
7. Budaya Kerja Tim Kampanye	25
B. Penelitian yang Relevan	29
C. Kerangka Konseptual.....	30

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian.....	32
B. Lokasi Penelitian	32
C. Informan Penelitian	33
D. Jenis Dan Sumber Data.....	35
E. Teknik Pengumpulan Data	36
F. Teknik Keabsahan Data.....	38
G. Teknik Analisis Data.....	39

BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN

A. Temuan Umum.....	40
B. Temuan Khusus.....	56
C. Pembahasan.....	91

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	108
B. Saran	112

DAFTAR PUSTAKA	114
-----------------------------	------------

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Informan Penelitian	33
Tabel 4.1 Kecamatan di Kota Padang.....	39
Tabel 4.2 Petugas Kampanye Emzalmi-Desri Ayunda	59
Tabel 4.3 Petugas Kampanye Mahyeldi-Hendri Septa	61
Tabel 4.4 Visi Misi Mahyeldi-Hendri Septa	65
Tabel 4.5 Analisis Semiotik Atribut Emzalmi-Desri Ayunda.....	79
Tabel 4.6 Analisis Semiotik Atribut Mahyeldi-Hendri Septa.....	81
Tabel 4.7 Analisis Data.....	91

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Teori Charles Sander Peirce	19
Gambar 2.2 Teori Roland Barthers	20
Gambar 2.3 Model Komunikasi Lasswell.....	32
Gambar 2.4 Model Interaksi Komunikasi Politik	33
Gambar 2.5 Kerangka Konseptual	40
Gambar 4.1 Peta Kota Padang	40
Gambar 4.2 Grafik Perolehan Suara Per Kecamatan.....	42
Gambar 4.3 Grafik Perolehan Suara Pilkada tahun 2018	43
Gambar 4.4 Daerah Pemilihan Kota Padang	63
Gambar 4.5 Media Kampanye Emzalmi-Desri Ayunda.....	70
Gambar 4.6 Media Kampanye Mahyeldi-Hendri Septa	71
Gambar 4.7 Pelanggaran Alat Peraga Kampanye	89

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pemilihan Kepala Daerah secara langsung atau yang biasa disebut dengan Pilkada merupakan ajang pesta demokrasi rakyat di tiap-tiap daerah untuk menentukan Kepala Daerah dan wakilnya dalam 5 tahun kedepan. Pilkada secara langsung diatur dalam Undang-Undang No 1 Tahun 2015 Tentang Pemilihan Gubernur, Bupati dan Walikota. Pilkada pada tahun ini diadakan serentak di 117 daerah di Indonesia termasuk Kota Padang.

Berdasarkan Peraturan Komisi Pemilihan Umum Nomor 2 tahun 2018 tentang perubahan Peraturan Komisi Pemilihan Umum Nomor 1 tahun 2017 tentang Tahapan, Program, dan jadwal Penyelenggaraan Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur, Bupati dan Wakil Bupati, dan/atau Walikota dan Wakil Walikota Tahun 2018, yang dilaksanakan pada Rabu 27 Juni 2018. Sebelum pendaftaran calon dilaksanakan, ada beberapa tahapan yang harus dilakukan pada rentang tanggal 31 Juli – 24 November 2017 yaitu Sosialisasi dan Bimtek, penerimaan DAK2 serta penandatanganan NPHD, pembentukan Panitia Pemilihan Kecamatan (PPK) dan Panitia Pemungutan Suara (PPS), pendaftaran pemantau pemilihan dan penerimaan Daftar Penduduk Potensial Pemilih Pemilihan (DP4).

Sedangkan tahapan sebelum pencoblosan akan dilaksanakan beberapa kegiatan pada rentang waktu 1 Januari 2018 - 19 April 2018 diantaranya: pengumuman pendaftaran Pasangan Calon, pemeriksaan kesehatan Pasangan Calon, penetapan Pasangan Calon, pengundian dan pengumuman nomor urut Pasangan Calon, pelaksanaan kampanye Pasangan Calon dan terakhir penetapan

Daftar Pemilih Tetap (DPT) (kpu.go.id dipost tanggal 11 Oktober 2017)

KPU juga telah menetapkan aturan dalam penetapan alat peraga kampanye sesuai Surat Keputusan Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Padang Nomor 31/HK.03.1-Kpt/1371/KPU-Kot/II/2018 Tentang Penetapan Pemasangan Alat Peraga Kampanye yang Difasilitasi Komisi Pemilihan Umum Kota Padang dalam Pemilihan Walikota dan Wakil Walikota Padang Tahun 2018 mengenai penentuan lokasi pemasangan alat peraga yang telah ditentukan oleh KPU dengan memperhatikan etika, estetika, kebersihan dan keindahan, pembatasan jumlah alat peraga tiap Paslon, penentuan masing-masing titik pemasangan alat peraga dan mekanisme penambahan alat peraga oleh Paslon.

Aturan yang diperketat oleh KPU diharapkan mampu menghadirkan kampanye yang proporsionalitas serta menekan *cost* politik yang tinggi dalam setiap kegiatan kampanye. Hal ini guna memberikan rasa adil kepada setiap kandidat yang berkampanye, karena perbedaan kemampuan sumber dana yang dimiliki masing-masing kandidat. Oleh karena itu, tim kampanye masing-masing pasangan calon dituntut mampu lebih agresif dalam bersosialisasi dengan masyarakat sehingga kampanye pilkada maupun pasangan calon lebih dapat tersosialisasikan di masyarakat luas.

Namun, nyatanya sosialisasi belum sepenuhnya dirasakan oleh masyarakat kota Padang, hal ini sesuai dengan hasil wawancara peneliti dengan pemilih pemula bernama Ilham Maulana yang mengemukakan bahwa:

“kegiatan sosialisasi dari tim kampanye paslon menurut saya hanya dilakukan di kota-kota saja dan tidak ada pertemuan atau kegiatan lain yang dilakukan di kampung saya. Serta suasana pilkada yang hanya biasa-biasa saja dalam artian tidak terlalu ramai. Selain itu saya menerima informasi Pilkada juga hanya dari media sosial berupa instagram ataupun facebook yang disebarkan di akun kominfo.”

(wawancara tanggal 7 April 2019)

Selain itu, menurut Devina Roza salah satu pemilih pemula yang peneliti temui mengungkapkan bahwa pilkada tahun 2018 juga dirasakan kurang meriah oleh masyarakat lainnya hal ini dikarenakan lingkup pemilihan yang hanya tingkat daerah saja serta masih kurangnya kinerja KPU yang hanya mensosialisasikan pilkada tahun 2018 dan hanya terfokus pada jadwal pencoblosan saja namun teknis pemilihan tidak tersosialisasikan (wawancara tanggal 18 April 2019). Sosialisasi yang kurang juga diakui oleh Bapak Muhammad Hasbi sebagai Divisi Logistik Tim Kampanye Mahyeldi-Hendri Septa, yang mengatakan bahwa :

“Kalo sosialisasi itu sudah kita lakukan , hanya saja belum semua tempata atau daerah yang kita sosialisasikan karena terbatas jumlah orang dan waktunya juga”. (Wawancara tanggal 3 Mei 2019)

Komunikasi yang dilakukan oleh tim kampanye juga nyatanya belum mampu menarik perhatian atau menyentuh hati masyarakat. Hal ini terbukti dari wawancara dengan Bapak Ilham Maulana sebagai Juru Kampanye Emzalmi-Desri Ayunda, yang mengatakan bahwa :

“Tokoh-tokoh anggota DPR RI, dri PDIP dan Golkar yang dihadirkan kemarin untuk kampanye tidak mendapat tempat di tengah masyarakat, karena setelah dia duduk dia tidak mau tahu dengan masyarakatnya lagi sehingga mengurangi nilai jual paslon. Selain itu pesan yang disampaikan juga cenderung menjatuhkan lawan daripada membangun citra sendiri, sehingga mengurangi daya tarik paslon”. (Wawancara tanggal 7 Mei 2019)

Selain itu, permasalahan yang terdapat pada proses pilkada juga terjadi dalam hal menggerakkan anggota tim kampanye agar dapat bergerak sesuai tujuan atau kekompakan tim kampanye. Beberapa tim kampanye mengungkapkan kesulitan dalam memberikan arahan kepada sesama anggota.

Hal ini disampaikan langsung oleh salah satu Saksi Tim kampanye Emzalmi-Desri Ayunda yaitu bapak Taufik Hafni yang dijumpai dirumahnya, beliau mengatakan bahwa:

“Agar dapat memaksimalkan suara pemilih haruslah ada kerjasama yang solid dari Paslon dan Tim kampanyenya, namun nyatanya masih ada tim sukses yang tidak mau bergerak dan tidak mampu dekat dengan masyarakat. Padahal untuk dapat memaksimalkan proses sosialisasi, setiap tim kampanye dituntut mampu berada dan dekat dengan masyarakat (Wawancara dengan narasumber tanggal 5 April 2018)”.

Salah satu rangkaian tahapan yang menentukan pemenangan Pilkada adalah komunikasi politik serta budaya kerja tim dalam kegiatan kampanye politik. Kepentingan politik yang dibungkus dengan komunikasi publik umumnya dalam kampanye politik akan berdampak pada hancurnya *trust* (kepercayaan) publik, selain itu kepentingan politik yang dibungkus dengan komunikasi publik hanya akan menguntungkan para elite politik.

Hal serupa juga dapat terjadi dalam budaya kerja maupun strategi kampanye yang dibangun oleh tim kampanye tersebut. Hal ini terjadi pada tim kampanye Emzalmi-Desri Ayunda yang disampaikan oleh Bapak Ilham Maulana, sebagai berikut :

“Masa yang diajak itu untuk menghadiri kampanye adalah masa yang ikut-ikutan yang diberi harapan akan dikasih uang kalo mereka jadi masa pendukung. Otomatis orang-orang itu senang dong bakal dikasih uang. Tapi ternyata orang-orang yang menjanjikan itu malah hilang nggak tau kemana, nggak tanggungjawab. Akhirnya banyak masa yang kecewa sama kami kemarin itu”. (Wawancara tanggal 7 Mei 2019)

Tidak hanya itu tindakan memberikan bantuan-bantuan juga dilakukan oleh tim kampanye langsung ke masyarakat, seperti yang disampaikan Sarah Audita Sari (18 tahun), sebagai masyarakat yang mengatakan bahwa :

“Waktu itu ada datang kampanye ke warung mama sarah, tapi nggak

tau dari tim sukses yang mana. Pokonya kampanye nya itu ngasih tabung gas gratis gitu kak”. (Wawancara tanggal 17 Mei 2019)

Oleh karena itu, penulis tertarik untuk meneliti **“Analisis Komunikasi Politik dan Budaya Kerja Tim Kampanye Pasangan Calon pada Pemilihan Kepala Daerah 2018 di Kota Padang”**.

B. Identifikasi Masalah

Bertitik tolak dari latar belakang masalah yang telah dipaparkan, maka penulis mengidentifikasi beberapa masalah sebagai berikut:

1. Aturan sosialisasi kampanye yang ketat sehingga proses pilkada menjadi tidak bersemangat.
2. Sosialisasi kampanye kurang diketahui warga-warga.
3. Komunikasi yang kurang menyentuh masyarakat
4. Budaya kerja tim yang kurang kompak.
5. Hilangnya kepercayaan publik terhadap tim kampanye

C. Pembatasan Masalah

Mengingat cukup luasnya permasalahan di atas dan juga karena keterbatasan tenaga, serta waktu saat penelitian, maka penelitian ini membatasi permasalahan pada bentuk Komunikasi Politik dan Budaya Kerja Tim Kampanye Pasangan Calon pada Pemilihan Kepala Daerah 2018 di Kota Padang.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat dikemukakan rumusan masalahnya, yaitu **“Analisis Komunikasi Politik dan Budaya Kerja Tim Kampanye Pasangan Calon pada Pemilihan Kepala Daerah 2018 di Kota Padang”**. Secara lebih rinci rumusan masalah ini dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Bagaimanakah bentuk komunikasi politik dalam pemenangan suara pasangan

calon pada pilkada 2018 di Kota Padang?

2. Bagaimanakah bentuk budaya kerja tim dalam pemenangan suara pasangan calon pada pilkada 2018 di Kota Padang?

E. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk :

1. Melihat bentuk komunikasi politik dalam pemenangan suara pasangan calon pada pilkada 2018 di Kota Padang
2. Melihat bentuk budaya kerja tim dalam pemenangan suara pasangan calon pada pilkada 2018 di Kota Padang?

F. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat baik dari segi teoritis maupun praktis.

1. Secara Teoritis

Secara teoritis manfaat dari penelitian ini adalah untuk mengembangkan konsep ilmu pengetahuan yang terkait dengan ilmu administrasi publik tentang komunikasi politik dan budaya kerja tim.

2. Secara Praktis

Secara praktis manfaat dari penelitian ini adalah:

- a. Bagi masyarakat, penelitian ini dapat menambah pengetahuan terkait komunikasi politik dan budaya kerja tim dalam penggalangan suara pemilih pada pilkada
- b. Bagi penulis, secara akademis dapat dijadikan sebagai sarana untuk mengembangkan wawasan peneliti dalam menganalisa permasalahan yang terjadi.