

LAPORAN HASIL PENELITIAN

Dampak Pembatasan Kampanye Bagi Pemilih
Untuk Mendapatkan Informasi Kepemiluan
Pada Pilkada Kota Binjai Tahun 2020



ATAS KERJASAMA



KOMISI PEMILIHAN UMUM
KOTA BINJAI



INSTITUT KOLEKTIF
MEDAN

LAPORAN HASIL PENELITIAN

**DAMPAK PEMBATAAN KAMPANYE BAGI PEMILIH
MENDAPATKAN INFORMASI KEPEMILUAN PADA PILKADA
KOTA BINJAI TAHUN 2020**

TIM PENELITIAN

Ikhwan Kurnia Hutasuhut, S.Sos, M.Si

Ika Rahmadani Lubis, M.Pd

Mario Firmansyah Harahap, S.Sos

Fauzan Ismail, S.Sos

Ryan Parlindungan Nasution, S.Sos

Faisal Karim, S.I.Kom

KERJASAMA KOMISI PEMILIHAN UMUM (KPU)

KOTA BINJAI

DENGAN

INSTITUT KOLEKTIF

2021

**DAMPAK PEMBATAHAN KAMPANYE BAGI PEMILIH
MENDAPATKAN INFORMASI KEPEMILUAN PADA PILKADA
KOTA BINJAI TAHUN 2020**

ABSTRAK

Studi ini mengkaji tentang Dampak Pembatasan Kampanye Bagi Pemilih Untuk Mendapatkan Informasi Kepemiluan Pada Pilkada Kota Binjai Tahun 2020, yang bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis dampak pembatasan kampanye yang berlaku karena Covid-19 terhadap kepemiluan pada Pilkada Kota Binjai pada tahun 2020. Penelitian ini menggunakan gabungan pendekatan kuantitatif dan kualitatif, dengan jenis penelitian survei yang menggunakan metode deskriptif analisis. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan angket, wawancara, dan observasi. Teknik yang digunakan untuk menganalisis data menggunakan analisis kuantitatif dan kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya hubungan atau pengaruh pembatasan kampanye terhadap dampak pembatasan kampanye, dimana pembatasan kampanye mempengaruhi kurangnya informasi tentang pasangan calon, informasi tentang latar belakang pasangan calon, informasi tentang visi dan misi pasangan calon, kurangnya informasi tentang *track record* pasangan calon, dan keputusan (dilema) dalam menentukan pilihan pasangan calon. Hal itu disebabkan karena adanya Pandemi Covid-19, sehingga aktivitas yang mengundang unsur keramaian tidak diperbolehkan dan jumlah orang dalam setiap kegiatan harus dibatasi.

Kata Kunci: Pembatasan Kampanye, Keterbatasan Informasi, Pemilihan Kepala Daerah

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur bersama kita panjatkan kehadiran Allah SWT, Tuhan Yang Maha Kuasa, atas seijin-Nya jugalah kita senantiasa diberikan kenikmatan untuk tetap dapat melaksanakan segala aktifitas dalam rangka ikut serta membangun kehidupan berbangsa dan bernegara yang senantiasa dilandasi nilai-nilai luhur sebagaimana yang termaktub dalam Pancasila utamanya nilai-nilai Ketuhanan Yang Maha Esa . Amin.

Rasa syukur yang mendalam juga dihaturkan atas selesainya Laporan Penelitian tentang “Dampak Pembatasan Kampanye Bagi Pemilih Untuk Mendapatkan Informasi Kepemiluan Pada Pilkada Kota Binjai Tahun 2020”, sehingga akhirnya dapat disajikan kepada semua pihak yang terkait. Sebagaimana isi di dalamnya , laporan penelitian ini berisi studi dokumen, observasi, dan wawancara dengan menggunakan kuesioner dan wawancara mendalam serta diskusi kelompok terfokus yang dilakukan kurun waktu satu minggu ini oleh tim kajian dari Institut Kolektif Medan

Kajian ini membuktikan bahwa dampak terhadap pembatasan kampanye dalam Pilkada Kota Bnjai Tahun 2020 memiliki pengaruh yang besar terhadap informasi yang diterima oleh masyarakat Kota Binjai terhadap informasi pencalonan pasangan calon dalam Pilkada Kota Binjai Tahun 2020.

Dengan hasil yang sudah didapatkan di lapangan, kami berharap rekomendasi penelitian ini nantinya akan menjadi masukan yang berarti bagi KPU Kota Binjai dalam rangka mengambil sebuah keputusan kebijakan yang baik dalam pelaksanaan kampanye pada pilkada-pilkada yang akan datang. Lebih jauh Institut Kolektif Medan tetap berkomitmen untuk terus ikut mengawal keberlanjutan atas penelitian ini.

Akhirnya kepada semua pihak yang terlibat, utamanya masyarakat dan KPU Kota Binjai, kami menghaturkan ribuan terima kasih yang sebesar –besarnya

Fauzan Ismail, S.Sos
Direktur Eksekutif Institut Kolektif Medan

DAFTAR ISI

TIM RISET

ABSTRAK

KATA PENGANTAR i

DAFTAR ISI.....ii

DAFTAR TABELvi

DAFTAR GAMBARvii

DAFTAR LAMPIRANviii

BAB I PENDAHULUAN..... 1

1.1 Latar Belakang Masalah..... 1

1.2 Rumusan Masalah 3

1.3 Tujuan Penelitian 3

1.4 Manfaat Penelitian 3

BAB II LANDASAN TEORITIS.....4

2.1 Kampanye Politik..... 4

2.1.1 Jenis-jenis Kampanye..... 5

2.1.2 Fungsi dan Tujuan Kampanye..... 6

2.1.2.1 Fungsi Kampanye 6

2.1.2.2 Tujuan Kampanye..... 7

2.1.3 Kampanye Sosial..... 7

2.1.4 Pesan Kampanye 8

2.1.5 Media Kampanye 8

2.2 Regulasi Kampanye 9

2.3 <i>Corona Virus Disease (Covid-19)</i>	10
2.3.1 Dampak Covid-19	11
2.4 Kerangka Berfikir.....	13
2.5 Hipotesis Kajian	14
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	15
3.1 Jenis Penelitian.....	15
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian	15
3.2.1 Tempat.....	15
3.2.2 Waktu	15
3.3 Jenis dan Sumber Data	15
3.4 Defenisi Operasional Variabel	16
3.5 Populasi dan Sampel	18
3.5.1 Populasi	18
3.5.2 Sampel.....	18
3.6 Analisis Data	19
3.7 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	20
3.7.1 Uji Validitas	20
3.7.2 Uji Reliabilitas.....	20
3.8 Analisis Regresi Logistik Multinomial	21
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	23
4.1 Gambaran Umum Kota Binjai.....	23
4.1.1 Sejarah Kota Binjai	23
4.1.1.1 Masa Pendudukan Belanda di Binjai	24
4.1.1.2 Masa Pendudukan Jepang di Binjai	25

4.1.1.3 Masa Kemerdekaan Indonesia	25
4.1.2 Geografis	26
4.1.3 Pemerintahan.....	27
4.1.4 Demografi.....	29
4.1.5 Agama	30
4.2 Gambaran Umum Pilkada Kota Binjai Tahun 2020	30
4.3 Karakteristik Responden	32
4.3.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	33
4.3.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	34
4.3.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Agama.....	35
4.3.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Suku	36
4.3.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	37
4.3.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	39
4.3.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	41
4.3.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran	42
4.4 Uji Validitas	44
4.5 Uji Reliabilitas	49
4.6 Uji Regresi Logistik Multinomial	50
4.6.1 Pengaruh Pembatasan Kampanye Terhadap Kurangnya Informasi tentang Pasangan Calan/ Pencalonan	50
4.6.2 Pengaruh Pembatasan Kampanye Terhadap Kurangnya Informasi tentang Latar Belakang Calon yang Bertarung	51

4.6.3 Pengaruh Pembatasan Kampanye Terhadap Kurangnya Informasi tentang Visi dan Misi Pasangan Calon yang Bertarung	53
4.6.4 Pengaruh Pembatasan Kampanye Terhadap Kurangnya Informasi tentang <i>Track Record</i> Pasangan yang Bertarung	54
4.6.5 Pengaruh Pembatasan Kampanye Terhadap Keputusan dalam Menentukan pilihan	55
4.7 Analisis Penelitian.....	56
4.7.1 Pengaruh Pembatasan Kampanye Terhadap Informasi Kepemiluan.....	56
4.7.2 Dampak Pembatasan Kampanye dalam Mendapatkan Informasi Kepemiluan.....	57
4.7.3 Upaya Pemanfaatan Teknologi Informasi sebagai Alternatif dalam Meminimalisir Keterbatasan Informasi Kepemiluan.....	59
BAB V PENUTUP.....	62
5.1 Kesimpulan.....	62
5.2 Rekomendasi.....	63
DAFTAR PUSTAKA.....	64
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Skala Likert Pertanyaan Responden
Tabel 2	Defenisi Operasional Variabel
Tabel 3	Pedoman untuk Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi
Tabel 4	Pendugaan Analisis Logika Multinomial
Tabel 5	Daftar Kecamatan dan Kelurahan di Kota Binjai
Tabel 6	Jumlah Kursi DPRD Kota Binjai 2014-2019 dan 2019-2024
Tabel 7	Partai Politik dan Jumlah Kursi Pengusung Pasangan Calon
Tabel 8	Perolehan Suara Pilkada Kota Binjai Tahun 2020
Tabel 9	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin
Tabel 10	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia
Tabel 11	Karakteristik Responden Berdasarkan Agama
Tabel 12	Karakteristik Responden Berdasarkan Suku
Tabel 13	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan
Tabel 14	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan
Tabel 15	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan
Tabel 16	Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Kerangka Berfikir
Gambar 2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin
Gambar 3	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia
Gambar 4	Karakteristik Responden Berdasarkan Agama
Gambar 5	Karakteristik Responden Berdasarkan Suku
Gambar 6	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan
Gambar 7	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan
Gambar 8	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan
Gambar 9	Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner
Lampiran 2	Pedoman Wawancara kepada Masyarakat
Lampiran 3	Hasil Wawancara dengan Tokoh Masyarakat
Lampiran 4	Pedoman Wawancara kepada KPU dan Bawaslu
Lampiran 5	Hasil Wawancara dengan KPU dan Bawaslu
Lampiran 6	Hasil SPSS (Data Hasil Uji Reliabilitas)
Lampiran 7	Uji Regresi Logistik Multinomial
Lampiran 8	Foto Dokumentasi

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang Masalah

Esensi dari demokrasi adalah partisipasi politik. Partisipasi atau keterlibatan masyarakat dalam berpolitik merupakan ukuran demokrasi suatu negara. Pemilu atau Pilkada merupakan perwujudan dari kedaulatan rakyat dalam memilih pemimpinnya. Partisipasi warga menjadi penting karena demokrasi sejatinya dimaknai sebagai konsep “dari rakyat, oleh rakyat dan untuk rakyat”, konsep demokrasi dinilai sebagai instrumen bagi rakyat untuk meraih kesejahteraan.

Partisipasi politik adalah kegiatan seseorang atau sekelompok orang untuk ikut secara aktif dalam kehidupan politik yaitu dengan cara jalan memilih pimpinan negara secara langsung atau tidak langsung, mempengaruhi kebijakan pemerintah. Kegiatan ini mencakup tindakan seperti memberikan suara dalam pemilihan umum, menghadiri rapat umum, menjadi anggota suatu partai atau kelompok kepentingan (Budihardjo, 2008). Dukungan warga diterjemahkan ke dalam keikutsertaan dalam pemilihan umum, guna memilih partai atau kandidat. Tanpa adanya partisipasi warga sama sekali dalam pemilu, maka tidak mungkin ada demokrasi, dan tidak akan ada pemerintahan demokratis (Mujani dkk., 2012). Adapun menurut Bailusy (2015) menyebutkan ada dua tipe partisipasi politik dalam pilkada: *Pertama*, partisipasi politik yang memobilisasi yaitu warga negara digiring oleh orang-orang tertentu untuk berbagai kegiatan politik. *Kedua*, partisipasi politik yang otonom yaitu setiap warga negara dengan suka rela tanpa dorongan, pancingan atau paksaan pihak lain untuk mengikuti atau melakukan kegiatan politik.

Salah satu wujud dari partisipasi politik masyarakat adalah keterlibatan atau keikutsertaan dalam setiap tahapan pemilu. Tahapan itu dimulai dari awal pendaftaran calon, penetapan calon, kampanye calon, pemilihan calon, sampai pada perhitungan dan penetapan pemenang pemilu. Kampanye merupakan suatu tahapan yang penting dalam tahapan pemilu bagi masyarakat untuk mewujudkan partisipasi politiknya.

Kampanye adalah suatu aktivitas komunikasi, ditinjau dari aspek kajian

komunikasi, Alat Peraga Kampanye (APK), bahan kampanye, maupun iklan kampanye adalah sarana bagi para pasangan calon untuk memperkenalkan diri, serta mempersuasi para khalayak untuk memilihnya dalam Pilkada. Cangara dalam Damsar (2010), membuat batasan dari pengertian kampanye politik sebagai aktivitas komunikasi yang ditujukan untuk memengaruhi orang lain agar ia memiliki wawasan, sikap dan perilaku sesuai dengan kehendak penyebar atau pemberi informasi. Menurut Hasrullah (2014), bagi para kandidat yang ingin mendapatkan publikasi yang luas, maka iklan telah menjadi alat promosi, baik soal sosok diri maupun program kerja yang akan dikerjakan jika terpilih dalam Pemilu. Iklan telah menjadi “senjata yang ampuh” tidak saja untuk memperkenalkan diri tapi pengaruhnya sampai pada perubahan perilaku (behavior) pemilih untuk memutuskan memilih kandidat.

Disamping dari pentingnya fungsi kampanye sebagai media menyampaikan ataupun mendapat informasi kepemiluan, kini muncul masalah dalam tahapan ini. Sejak WHO menetapkan Pandemi Covid-19 sebagai pandemi global, hal ini berdampak kepada tahapan kepemiluan kampanye. Tahun 2020 merupakan tahun diselenggarakannya Pilkada Serentak di Indonesia. Khusus di Provinsi Sumatera Utara, salah satu daerah atau kota yang ikut melaksanakan Pilkada adalah Kota Binjai.

Adapun dampak dari pandemi Covid-19 adalah munculnya peraturan-peraturan baru yang menyangkut tahapan kepemiluan. Salah satu peraturan tersebut, yakni pembatasan kampanye bagi calon-calon yang berkompentensi untuk memenangkan pilkada. Sebagaimana ditulis diatas bahwa tahapan kampanye memiliki fungsi penting bagi masyarakat untuk mewujudkan partisipasi politiknya. Melalui tahapan kampanye masyarakat dapat mendapatkan informasi kepemiluan seperti informasi tentang pasangan calon, visi-misi calon, latar belakang calon, dan *track record* calon. Lewat informasi tersebut masyarakat memiliki bahan dan pertimbangan untuk menetapkan pilihan politiknya.

Dengan adanya pembatasan kampanye dapat berakibat pada minimnya informasi kepemiluan yang diterima dan yang dapat diakses masyarakat. Oleh sebab itu, perlu diadakan sebuah penelitian untuk menguji apakah benar pembatasan kampanye berdampak pada informasi kepemiluan. Selain itu, lewat

penelitian ini nantinya akan menggali permasalahan-permasalahan yang dialami oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Binjai dalam proses penyelenggaraan pilkada serentak 2020 terutama dalam tahapan kampanye. Dari temuan yang didapatkan nanti akan melahirkan rekomendasi-rekomendasi kebijakan untuk mewujudkan terlaksananya penyelenggaraan pilkada yang lebih sempurna.

1.2. Rumusan Masalah

1. Apakah pembatasan kampanye berpengaruh terhadap informasi kepemiluan pada Pilkada serentak 2020 di Kota Binjai?
2. Bagaimana dampak pembatasan kampanye dalam mendapatkan informasi kepemiluan pada Pilkada serentak 2020 di Kota Binjai?
3. Bagaimana upaya untuk mengantisipasi minimnya informasi kepemiluan?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis pengaruh pembatasan kampanye terhadap informasi kepemiluan pada Pilkada serentak 2020 di Kota Binjai?
2. Untuk menganalisis dampak pembatasan kampanye dalam mendapatkan informasi kepemiluan pada Pilkada serentak 2020 di Kota Binjai?
3. Untuk menjawab kendala-kendala dalam mengantisipasi minimnya informasi kepemiluan.

1.4. Manfaat Penelitian

Secara teoritik penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk menambah khazanah dalam bidang politik terhusus kepemiluan. Secara praktik diharapkan dapat bermanfaat sebagai bahan masukan dan rekomendasi bagi penyelenggara pemilu khususnya Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Binjai dalam menyelenggarakan kegiatan politik, baik itu Pemilu maupun Pilkada.

BAB II

LANDASAN TEORITIS

2.1 Kampanye Politik

Dalam upaya untuk merubah pola pikir dan perilaku dalam masyarakat tentu perlu adanya sebuah kegiatan kampanye yang bertujuan untuk mendorong masyarakat dalam perubahan tersebut. Kampanye menurut kamus umum bahasa Indonesia adalah gerakan atau tindakan serentak untuk mengadakan aksi. Kampanye adalah alat untuk menyebarkan informasi dan meningkatkan kesadaran, untuk meningkatkan kepedulian dan perubahan perilaku dari target audiens. Kampanye juga dapat dilihat sebagai alat advokasi kebijakan untuk menciptakan tekanan publik pada aktor-aktor kunci, misalnya peneliti/ilmuan, media massa, dan pembuat kebijakan.

Kampanye adalah kegiatan yang terorganisir secara sistematis untuk mendorong masyarakat melakukan sesuatu yang diinginkan. Kampanye dalam artian ini disyaratkan untuk melakukan evaluasi dan menggunakan media yang tepat sasaran (Venus, 2012).

Kampanye menurut UU Nomor 1 Tahun 2015 tentang Pemilihan Anggota Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan Perwakilan Daerah, dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah pada pasal 1 angka 26 adalah kegiatan Peserta Pemilu untuk meyakinkan para pemilih dengan menawarkan visi, misi, dan program Peserta Pemilu.

Menurut Rogers dan Storey kampanye adalah serangkaian tindakan komunikasi yang terencana dengan tujuan menciptakan efek tertentu kepada sejumlah khalayak besar yang dilakukan secara berkelanjutan pada kurun waktu tertentu. Beberapa ahli komunikasi mengakui bahwa definisi yang diberikan Rogers dan Storey adalah yang paling populer dan dapat diterima dikalangan ilmuwan komunikasi Jadi pada dasarnya kampanye merupakan hal lumrah yang sering ditemukan. Bahkan dalam beberapa waktu sering kali ditemukan implementasi dari

proses kampanye yang tidak sejalan dengan regulasi yang telah disepakati bersama (Venus, 2004: 20).

2.1.1 Jenis- jenis Kampanye

Keputusan Komisi Pemilihan Umum (KPU) NO. 35 Tahun 2004 Tentang Kampanye Pemilihan Umum Presiden dan Wakil Presiden mengatur semua jenis atau bentuk kampanye. Ada 9 jenis kampanye yaitu:

- a. Debat publik / debat terbuka antar calon
- b. Kegiatan Lain yang tidak melanggar peraturan perundang-undangan
- c. Pemasangan alat peraga di tempat umum
- d. Penyebaran bahan kampanye kepada umum
- e. Penyebaran melalui media cetak dan media elektronik
- f. Penyiaran melalui radio dan atau televisi
- g. Pertemuan Terbatas
- h. Rapat umum
- i. Tatap muka dan dialog

Selain itu, terdapat pula jenis-jenis kampanye menurut beberapa sumber, yaitu (Nimmo, 2009: 48-49);

a. 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.

b. Candidate Oriented Campaigns

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

c. *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 untuk menangani masalah-masalah sosial melalui perubahan sikap dan perilaku publik yang terkait. Contoh: Kampanye AIDS, Keluarga Berencana dan Donor Darah

d. Jenis Kampanye yang sifatnya menyerang (*attacking campaign*)

1) Kampanye Negatif

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

2) Kampanye hitam (*Black campaign*)

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

2.1.2 Fungsi dan Tujuan Kampanye

Kampanye dilakukan dengan tujuan untuk menciptakan suatu efek tertentu kepada masyarakat dengan melalui proses komunikasi.

2.1.2.1 Fungsi Kampanye

Secara garis besar kampanye memiliki fungsi sebagai penyalur informasi bagi masyarakat, menurut Venus (2012, hal. 9) terdapat empat fungsi kampanye, yaitu sebagai berikut:

- 1) Sebagai sarana yang dapat merubah pola pikir masyarakat,
- 2) Menggugah kesadaran dan pendapat masyarakat terhadap suatu permasalahan tertentu,
- 3) Mengembangkan usaha dan membujuk khalayak untuk membeli produk yang dipasarkan
- 4) Membangun sebuah citra positif di masyarakat.

2.1.2.2 Tujuan Kampanye

Kampanye merupakan sebuah kegiatan yang dilakukan secara tersusun dan terencana, penyelenggara kampanye biasanya dilakukan oleh lembaga atau organisasi, oleh karena itu kampanye memiliki tujuan yang sangat beragam dan berbeda. Namun dalam secara umum tujuan kampanye adalah untuk menggugah suatu masalah tertentu dengan menyampaikan suatu gagasan atau pesan sehingga masyarakat dapat menyukai, simpati, peduli, dan mau melakukan tindakan sesuai dengan pesan yang dikampanyekan.

Apapun ragam dan tujuan kampanye yang ingin dicapai selalu melibatkan aspek pengetahuan (knowledge), sikap (attitude), perilaku (Behavioural). Menurut Ostergaard dalam Venus (2012, hal. 10), menyatakan bahwa ketiga aspek tersebut dikenal dengan istilah 3A yaitu Awareness, Attitude, dan Action, dimana aspek tersebut berkaitan dengan sebuah target of influence yang harus dicapai secara bertahap agar suatu kondisi perubahan yang ingin dicapai dapat tercipta. Dalam konsep Ostergaard terdapat beberapa tahapan yang harus dilakukan untuk mencapai suatu tujuan kampanye, antara lain:

- 1) Memunculkan kesadaran dari masyarakat tentang sebuah masalah untuk menarik perhatian dan memberikan informasi dari produk atau gagasan yang dikampanyekan.
- 2) Melakukan perubahan dalam ranah sikap untuk memunculkan rasa simpati, rasa suka, dan kepedulian mengenai masalah yang dikampanyekan.
- 3) Merubah perilaku masyarakat, yang dimana ada perubahan tindakan tertentu dari sasaran kampanye, yang dimana tindakan tersebut dapat dilakukan satu kali atau dapat berkelanjutan sehingga dapat merubah perilaku sasaran secara permanen

2.1.3 Kampanye Sosial

Kampanye sosial adalah suatu kegiatan berkampanye yang mengkomunikasikan pesan-pesan yang berisi tentang masalah sosial kemasyarakatan, dan bersifat non komersil. Tujuan dari kampanye sosial adalah

untuk menumbuhkan kesadaran masyarakat akan gejala-gejala sosial yang sedang terjadi. Kriteria penentuan kampanye pelayanan masyarakat adalah:

- 1) Non komersil.
- 2) Tidak bersifat keagamaan.
- 3) Tidak bermuatan politik.
- 4) Berwawasan nasional.
- 5) Diperuntukkan bagi semua lapisan masyarakat.
- 6) Diajukan oleh organisasi yang telah diakui dan diterima.
- 7) Dapat di iklankan.
- 8) Memiliki dampak dan kepentingan tinggi sehingga mendapat dukungan media lokal maupun nasional.

2.1.4 Pesan Kampanye

Kampanye bermula dari suatu gagasan yang nantinya akan dibentuk kedalam pesan yang disampaikan kepada khalayak. Pfau dan Perrot mengatakan dalam Venus (2012, hal. 71), bahwa dalam pembuatan pesan harus hati-hati agar tidak menciptakan boomerang effect yang dapat mengganggu tercapainya tujuan, oleh karena itu setiap kampanye hadir para perancang pesan yang sensitif dan kreatif, yang mampu mengidentifikasi karakteristik target dan memiliki kreativitas dalam menyusun pesan yang menjadi sasaran utama.

2.1.5 Media Kampanye

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), media adalah alat (sarana) komunikasi seperti koran, majalah, radio, televisi, film, poster, dan spanduk. Secara etimologi kata media merupakan bentuk jamak dari medium yang berasal dari Bahasa latin medius yang berarti tengah.

Dari kedua pengertian tersebut maka dapat disimpulkan bahwa media merupakan sebuah jembatan yang berfungsi untuk mengantarkan pesan atau informasi dari komunikator (pemberi pesan) ke komunikan (penerima pesan). Media juga dapat melipat gandakan informasi dan memiliki kemampuan untuk

mempersuasi target yang terkait dengan mempengaruhi sikap, pendapat, dan perilaku.

Menurut Mcquail dalam Venus (2012, hal. 84), ada beberapa jenis perubahan yang dapat terjadi karena penggunaan media, yaitu:

- 1) Dapat menyebabkan perubahan yang diinginkan atau tidak diinginkan.
- 2) Dapat menciptakan perubahan kecil.
- 3) Dapat memperlancar atau menghambat perubahan.
- 4) Dapat memperkuat apa yang sudah ada.

Media massa merupakan saluran utama dari kegiatan kampanye, tetapi ada hal lain yang menjadi keterbatasan dari institusi media, terkadang pesan tidak diterima oleh khalayak melalui media melainkan melalui orang lain yang menjadi sumber informasinya. Orang akan menjadikan media massa sebagai sumber informasinya bila menurutnya berguna dan sesuai dengan dirinya. Oleh karena itu untuk menciptakan kampanye yang efektif adalah dengan mengkombinasikan antara media massa dan melibatkan masyarakat secara langsung dalam proses kampanye agar efek yang ditimbulkan menjadi lebih kuat.

Menurut Venus (2012, hal. 92), efektivitas media kampanye dapat tercapai dengan:

- 1) Menggunakan banyak sumber untuk menjangkau khalayak.
- 2) Memasukan kegiatan kampanye kedalam komunitas yang lebih besar.
- 3) Tetap bersandar pada prinsip kesegeraan dalam meraih khalayak.

2.2 Regulasi Kampanye

Berdasarkan pasal 26 ayat 1 PKPU 11/2020 bahan kampanye adalah pakaian, penutup kepala, alat makan/ minum, kalender, kartu nama, pin, alat tulis, payung dan.atau stiker. Namun karena kondisi Covid-19 menyebabkan terdapat beberapa bahan tambahan dalam berkampanye ke masyarakat. Berdasarkan pasal 60 ayat 3 PKPU 10 Tahun 2020 terdapat beberapa bahan tambahan kampanye yaitu alat pelindung diri yang terdiri atas: masker, sarung tangan, pelindung wajah (face shield) dan/atau Cairan antiseptic berbasis alcohol (handsanitizer). Hal tersebut

merupakan upaya yang dilakukan oleh pemerintah untuk menekan angka penyebaran virus Covid-19 dengan membuat peraturan terkait kampanye ditengah pandemic (PKPU RI, 2020b).

Selain itu, berdasarkan pasal 88 C PKPU 13/2020 Kampanye yang dilarang pada masa pandemic covid-19 yaitu kegiatan kebudayaan berupa pentas seni, panen raya, dan/atau konser music, rapat umum, kegiatan olahraga berupa gerak jalan santai, dan/atau sepeda santai, kegiatan sosial berupa bazar, dan/atau donor darah, perlombaan, peringatan hari ulang tahun partai politik. (PKPU RI, 2020c).

2.3 Corona Virus Disease (Covid-19)

Covid-19 atau *Corona Virus Disease* tahun 2019 merupakan penyakit menular yang disebabkan oleh coronavirus jenis baru. Coronavirus (CoV) adalah keluarga besar dari virus yang bisa menyebabkan berbagai gejala ringan hingga berat. Dari segi gejalanya, keluarga virus ini seringkali menyerang di sistem pernapasan manusia. Setidaknya, terdapat dua jenis coronavirus yang juga pernah menyerang masyarakat Indonesia dan kasus penyebarannya cukup tinggi, yakni *East Respiratory Syndrome Coronavirus* (SARS-CoV) dan *Severe Acute Respiratory Syndrome Coronavirus* (SARS-CoV). Dan akhir-akhir ini, muncul coronavirus baru yang dinamakan dengan penyakit COVID-19. Menurut WHO (2020) berdasarkan panduan Surveilans Global, definisi COVID-19 dapat diklasifikasikan menjadi tiga bagian yakni: (Handayani, 2020: 122-123)

- 1) Kasus terduga atau suspect case,
- 2) Kasus probable atau probable case, dan
- 3) Kasus terkonfirmasi atau pasien yang sudah terbukti positif melalui tes laboratorium.

Sementara di Indonesia definisi klasifikasi kasus COVID-19 ini dibedakan menjadi: (1) pasien dalam pengawasan atau PdP, (2) orang dalam pemantauan atau OdP, dan (3) orang tanpa gejala atau OTG (Kementerian Kesehatan RI, 2020).

Menurut Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, adapun gejala umum yang akan dirasakan oleh penderita ketika terpapar COVID-19 adalah demam

dengan suhu tubuh melebihi 38 derajat Celsius, timbul gejala batuk, sesak napas yang teramat hingga membutuhkan perawatan intens di rumah sakit. Meskipun begitu, setiap gejala yang muncul akan berbeda bagi setiap penderita. Apalagi pada beberapa kasus, gejala bisa diperberat ketika penderita merupakan kalangan usia lanjut serta mempunyai riwayat klinis penyakit penyerta lainnya atau komplikasi penyakit lain misalnya, penyakit paru obstruktif menahun, diabetes, kolesterol tinggi, penyakit jantung. Pun penyebaran virus corona ini akan cepat mengenai seseorang ketika memiliki daya tahan tubuh yang lemah.

Selain perihal gejala, rupanya penyebaran COVID-19 atau virus corona ini tergolong sangat mudah. Salah satu penelitian menyebutkan bahwa dari 1 pasien positif bisa menularkan 3 orang di sekitarnya pada masa inkubasi (Salazar, 2020). Menurut Gugus Tugas Percepatan Penanganan COVID-19 (2020) dalam Ikfina (39: 2020) data pasien COVID-19 jika diklasifikasikan menurut jenis kelamin di Indonesia menunjukkan bahwa jumlah pasien laki-laki yang terinfeksi kasus virus corona lebih tinggi jika dibandingkan dengan perempuan. Begitupun dengan penelitian lainnya yang dilakukan oleh Begley (2020) dalam Ikfina (40: 2020) bahwa adanya kerentanan yang dihadapi oleh laki-laki berkaitan dengan adanya pola pergerakan pihak laki-laki yang lebih banyak dan tinggi berada di luar rumah daripada pihak perempuan yang lebih terbatas. Ditambah, selama masa pandemi ini, jika dibandingkan dengan laki-laki, perempuan lebih disiplin dalam menjalani protokol kesehatan seperti menerapkan physical distancing, rajin mencuci tangan, dan menggunakan masker dibandingkan dengan laki-laki.

2.3.1 Dampak Covid-19

Wabah virus Corona berkembang begitu cepat berdampak negatif terhadap aktivitas sosial masyarakat dan ekonomi masyarakat, bangsa dan negara. Warga yang paling terdampak virus Corona warga yang bekerja di sektor informal, seperti ojek online, sopir angkot, pedang kaki lima, home industri, pekerja harian, nelayan, home industri, katering dan sektor UMKM dan non UMKM, seperti pusat perbelanjaan mal, supermarket, pusat jajanan makanan dan minuman, pemilik rumah aneka makanan modern, waralaba, omzetnya menurun dengan drastis karena pembeli sepi. Pelaku usaha banyak menutup usahanya karena daya beli masyarakat

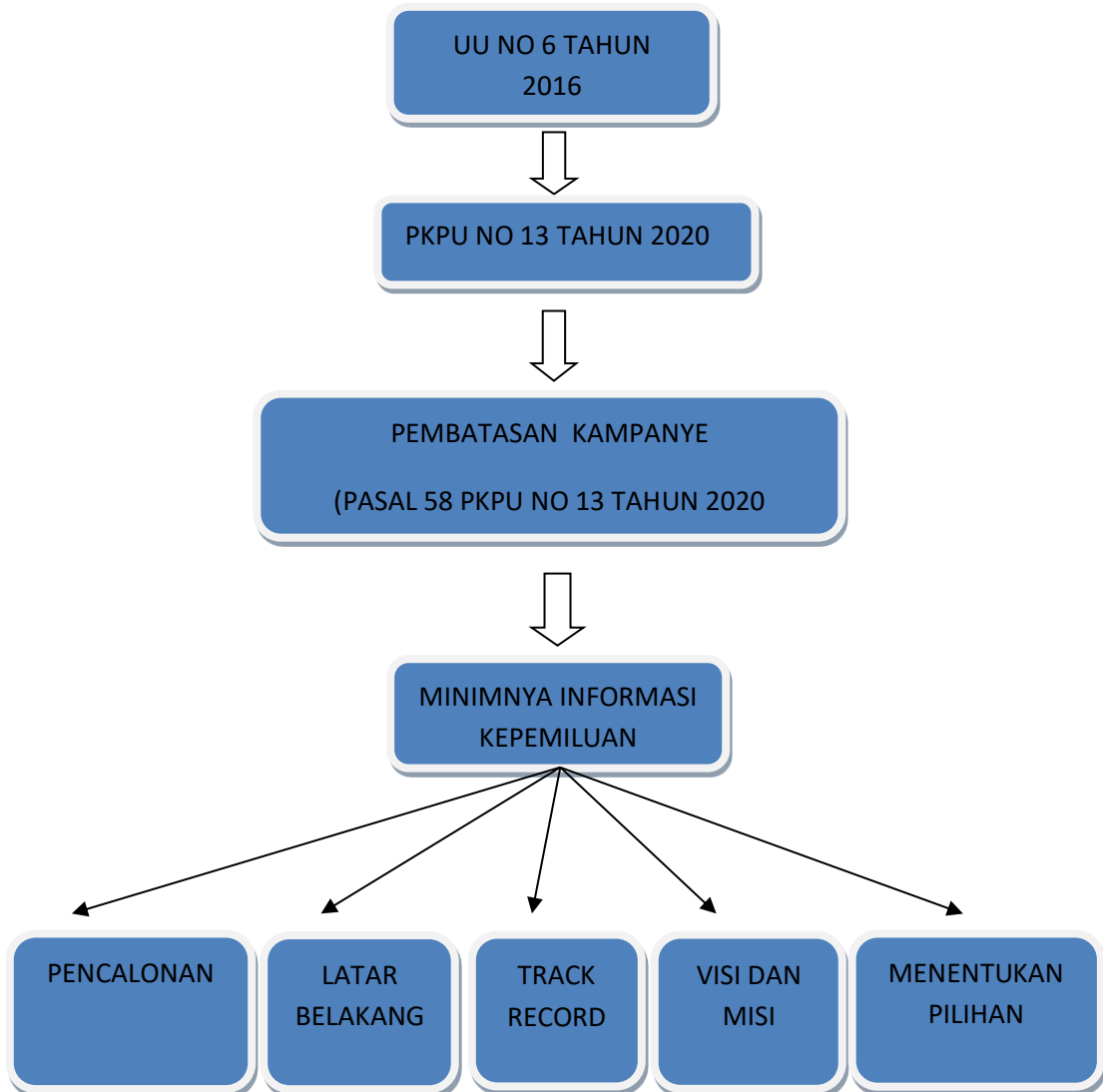
turun. Van Doorn seorang sosiologi Belanda menyatakan, hukum adalah skema yang dibuat untuk menata (perilaku) manusia, tetapi manusia itu sendiri cenderung jatuh pada skema yang ditentukan. Hal ini disebabkan faktor pengalaman, pendidikan, tradisi dan lainnya yang mempengaruhi dan membentuk perilakunya (Rahardjo: 2010: 257).

Berdasarkan pendapat Van Doorn, pemerintah membuat hukum untuk menata kembali perilaku masyarakat dalam berintegrasi sosial dalam upaya pencegahan penyebaran Covid-19. Mencegah keramaian yang memobilisasi massa antara lain, melarang tradisi pulang kampung, kegiatan keagamaan, pendidikan, transportasi umum, pariwisata, pusat perbelanjaan dan lainnya. Penataan hukum bertujuan mendisiplinkan perilaku masyarakat dalam upaya mencegah penyebaran wabah Covid19. Dampak wabah Covid-19 yang berdampak kepada keuangan Negara. Berdasarkan Pasal 1 butir 1 Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2003. Keuangan Negara adalah semua hak dan kewajiban yang dapat dinilai dengan uang, serta segala sesuatu maupun berupa barang yang dapat dijadikan milik Negara berhubungan pelaksanaan hak dan kewajiban (Tjandra: 2013: 7).

Wabah Covid-19 tidak hanya berdampak kepada di bidang ekonomi masyarakat terutama sektor UMKM, tetapi juga terhadap pelaku usaha menengah ke atas, seperti pusat-pusat yang tutup tidak membuka usahanya, karena sepi pengunjung. Dampak di bidang sosial terlihat dengan banyaknya kegiatan untuk sementara ditunda, dilarang, seperti pelaksanaan ibadah yang dilakukan di rumah saja, melarang mengadakan shalat Jum'at, kebaktian di gereja, pemunduran waktu Pilkada, kegiatan agama seperti majelis taklim, arisan, pesta perkawinan, perkumpulan-perkumpulan yang melibatkan banyak orang.

2.4. Kerangka Berfikir

Gambar 2.1
Kerangka Berfikir



2.5. Hipotesis Kajian

Hipotesis merupakan suatu ide untuk mencari fakta yang dikumpulkan. Hipotesis adalah sesuatu pernyataan sementara atau dengan yang paling memungkinkan yang masih harus dicari kebenarannya. Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

1. Pembatasan Kampanye berpengaruh terhadap keterbatasan informasi yang diterima masyarakat yang berhubungan dengan Pilkada Kota Binjai Tahun 2020.
2. Pembatasan kampanye berpengaruh terhadap keterbatasan informasi yang diterima masyarakat tentang latar belakang pasangan calon dalam Pilkada Kota Binjai Tahun 2020.
3. Pembatasan kampanye berpengaruh terhadap keterbatasan informasi yang diterima masyarakat tentang track record pasangan calon dalam Pilkada Kota Binjai Tahun 2020.
4. Pembatasan kampanye berpengaruh terhadap keterbatasan informasi yang diterima masyarakat tentang visi dan misi pasangan calon dalam Pilkada Kota Binjai Tahun 2020.
5. Pembatasan kampanye berpengaruh menyebabkan masyarakat dilema dalam menentukan pilihan dalam Pilkada Kota Binjai Tahun 2020.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan gabungan pendekatan kuantitatif dan kualitatif, jenis penelitiannya adalah survei dengan menggunakan metode deskriptif analisis. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam (*indepth interview*) dan pengisian kuesioner. Melalui permintaan ini diharapkan dapat mengetahui apakah ada pengaruh antara pembatasan kampanye terhadap pembatasan informasi yang diterima masyarakat yang berhubungan pasangan calon yang bertarung dalam Pilkada Kota Binjai Tahun 2020.

3.2. Tempat dan Waktu Penelitian

3.2.1. Tempat

Tempat pelaksanaan penelitian ini adalah seluruh Kecamatan dan sebahagian Kelurahan yang ada di Kota Binjai.

3.2.2. Waktu Penelitian

Waktu yang digunakan peneliti untuk penelitian ini dilaksanakan sejak penandatanganan Memorandum of Understanding (MoU) antara Institut Kolektif Medan dengan KPU Kota Binjai dalam kurun waktu 14 hari (2 minggu), dimulai dengan pembuatan instrumen penelitian 2 hari, pengambilan data dilapangan 3 hari serta pembuatan dan penyajian laporan selama 9 hari.

3.3. Jenis dan Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh penulis melalui survei atau angket dan wawancara mendalam kepada para informan. Sedangkan data sekunder didapat dari hasil observasi dan dokumentasi. Teknik pengumpulan data dalam penelitian adalah:

- 1) Survei atau angket, yaitu pengumpulan data kuantitatif melalui kuesioner terhadap responden terpilih. Responden dari survei ini adalah 75 orang masyarakat yang terpilih secara sampling.

- 2) Wawancara, metode ini dilakukan melalui cara penulis mengajukan pertanyaan secara lisan kepada masyarakat secara mendalam. Informan dalam wawancara ini antara lain tokoh masyarakat, tokoh pemuda, tokoh perempuan, aktivis, dan penyelenggara pemilu. Adapun jumlah keseluruhan informan terdiri dari 25 orang.
- 3) Observasi, metode ini dilakukan dengan langsung turun dilapangan dengan melakukan pengamatan langsung ke masyarakat dan penyelenggara Pemilukada.

Dalam penelitian ini, skala pengukuran yang digunakan adalah skala likert. Skala likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur pendapat seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial, penulisan pengaruh kuantitatif menggunakan pertanyaan dan skor sebagai berikut:

Tabel 3.1
Skala Likert Pertanyaan Responden

Pilihan Jawaban	Nilai
Sangat Setuju (ST)	1
Setuju (S)	2
Tidak Setuju (TS)	3
Sangat Tidak Setuju (STS)	4

(Sugiono 2012)

3.4. Defenisi Operasional Variabel

Defenisi Operasional Variabel adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari obyek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Defenisi operasional variabel yang akan digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3.2
Defenisi Operasioanal Variabel

Variabel	Defenisi Operasional Variabel	Dimensi	Indikator Variabel	Skala Pengukuran
Pembatasan Kampanye	Pembatasan kampanye yang dilakukan oleh KPU Kota Binjai dalam Pilkada Kota Binjai Tahun 2020	Pembatasan	Pembatasan Jumlah Peserta Kampanye	Skala Likert
			Pembatasan Waktu Kampanye	
			Pembatasan Tempat Kampanye	
			Pembatasan Jumlah/Besar Bingkisan Kampanye	
Informasi Yang Diterima Masyarakat	Informasi Yang Diterima Masyarakat tentang pasangan calon pada Pilkada Kota Binjai Tahun 2020	Informasi	Informasi Tentang Latar Belakang	Skala Likert
			Calon Informasi Tentang Track Record	
			Calon Informasi Tentang Visi	

			<p style="text-align: center;">dan Misi Calon Informasi Pencalonan Mnentukan Pilihan</p>	
--	--	--	---	--

3.5. Populasi dan Sampel

3.5.1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Untuk populasi dalam penelitian ini ditujukan kepada seluruh masyarakat Kota Binjai yang masuk kedalam DPT (Daftar Pemilih Tetap) pada Pilkada Kota Binjai Tahun 2020 yang berjumlah 179.560 orang. Teknik sampling adalah adalah merupakan tehnik pengambilan sampel. Untuk teknik sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah simpel random sampling (probability sampel). Simpel Random Sampling adalah penentuan sampel yang pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata dalam populasi.

3.5.2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Jadi untuk sampel yang harus diambil dari populasi harus benar-benar mewakili. Jumlah sampel yang akan dijadikan responden dalam penelitian ini akan ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin sebagai berikut :

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

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = Tingkat Kesalahan Pengambilan Sampel

$$n = \frac{179.560}{1+179.509(0,1)^2}$$
$$n = \frac{179.560}{1 + 179.560(0,01)}$$
$$n = \frac{179.560}{1796,6} = 99,94 = 100$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas maka jumlah sampel yang akan dijadikan responden dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 orang responden, yang terdiri dalam dua bagian yaitu sampel untuk ke masyarakat sebanyak 75 orang dengan menggunakan kuesioner dan 25 orang yang terdiri atas tokoh masyarakat, tokoh pemuda, organisasi kemasyarakatan, tokoh wanita dan penyelenggra Pilkada yaitu KPU Kota Binjai dan Bawaslu Kota Binjai dengan pengumpulan data melalui *indepth interview*.

3.6. Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis kauntitatif dan kualitatif. Teknis analisis data ini dilakukan terhadap data yang diperoleh dari dari hasil jawab kuesioner dan indept interview dan digunakan untuk menganalisis data yang berbentuk angka-angka dan penghitungan dengan metode statistik serta mendeskripsikan analisis dari hasil wawancara indept interview. Data tersebut diklasifikasikan dalam kategori tertentu dengan menggunakan tabel-tabel tertentu untuk memudahkan dalam menganalisis, dengan menggunakan program SPSS.

Penelitian ini akan menggunakan akan menggunakan teknik analisis regresi logistik multinomial dengan banuan SPSS. Analisis Regresi Multinomial merupakan regresi logistik yang digunakan saat variabel dependen mempunyai skala yang bersifat polichotomous atau multinomial. Skala multinomial adalah suatu pengukuran yang dikategorikan menjadi lebih dari dua kategori. Metode yang

digunakan dalam penelitian ini adalah regresi logistik dengan variabel dependen berskala nominal dengan tiga kategori.

Mengacu pada regresi logistik trichotomous untuk model regresi dengan variabel dependen berskala nominal tiga kategori digunakan kategori variabel hasil Y dikodekan 0, 1, dan 2. Variabel Y diparameterkan menjadi dua **fungsi logit**. Sebelumnya perlu ditentukan kategori hasil mana yang digunakan untuk membandingkan. Pada umumnya digunakan $Y = 0$ sebagai pembanding.

3.7. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

3.7.1. Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner, mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2018). Suatu kuesioner bisa dikatakan valid atau tidak valid berdasarkan kriteria (Rahmawati,2016) sebagai berikut:

- a. Apabila suatu nilai signifikan $< 0,05$ dengan (α 5%) maka kuesioner dapat dikatakan valid.
- b. Apabila suatu nilai signifikan $> 0,05$ dengan (α 5%) maka kuesioner dapat dikatakan tidak valid.

3.7.2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi dari suatu kuesioner. Suatu kuesioner dapat dinyatakan reliabel jika jawaban yang diberikan oleh responden bersifat konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2018). Uji Reliabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan dua cara meliputi:

- a. *Repeated Measure atau pengukuran ulang*

Pada pengukuran ulang ini dimana responden akan diberikan pertanyaan yang sama namun pada waktu yang berbeda yang berujung apakah responden tersebut tetap konsiten dengan jawaban atau tidak.

b. One Shot atau pengukuran sekali

Disini pengukuran dilakukan hanya sekali kemudian hasil dari setiap pertanyaan dibandingkan yang bertujuan untuk mengukur korelasi jawaban.

Untuk mengukur reliabilitas dapat menggunakan uji statistik Cronbach Alpha (α), sehingga bisa diketahui suatu variabel dapat dikatakan reliabel jika nilai dari Cronbach Alpha $> 0,70$, dan sebaliknya jika nilai Cronbach Alpha dari suatu variabel $< 0,70$ maka variabel tersebut dinyatakan tidak reliabel (Ghozali, 2018).

Tabel 3.3

Pedoman untuk interpretasi terhadap koefisien korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00-0,199	Sanat Rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,000	Sangat Kuat

Sumber : Sugiono (2012)

3.8. Analisis Regresi Logistik Multinomial

Penelitian ini akan menggunakan teknik analisis regresi logistik multinomial dengan bantuan SPSS. Analisis Regresi Multinomial merupakan regresi logistik yang digunakan saat variabel dependen mempunyai skala yang bersifat polichotomous atau multinomial. Skala multinomial adalah suatu pengukuran yang dikategorikan menjadi lebih dari dua kategori. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi logistik dengan variabel dependen berskala nominal dengan tiga kategori.

Mengacu pada regresi logistik trichotomous untuk model regresi dengan variabel dependen berskala nominal tiga kategori digunakan kategori variabel hasil Y dikodekan 0, 1, dan 2. Variabel Y diparameterkan menjadi dua **fungsi logit**.

Sebelumnya perlu ditentukan kategori hasil mana yang digunakan untuk membandingkan. Pada umumnya digunakan $Y = 0$ sebagai pembanding.

Pendugaan parameter model regresi logistik multinomial dilakukan dengan metode maksimum likelihood. Prinsip utama dari metode maksimum likelihood adalah mencari β yang dapat memaksimalkan fungsi likelihood. Fungsi likelihood menyatakan peluang bersama dari data hasil observasi.

Pengujian dalam analisis regresi logistik multinomial adalah dilakukan dengan 2 cara yaitu:

- 1) Pengujian secara simultan , pengujian secara simultan merupakan pengujian secara bersama-sama pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.
- 2) Pengujian secara parsial pengujian ini dilakukan untuk memperoleh variabel bebas secara sendiri-sendiri terhadap variabel terikat.

Tabel . 3.4

Pendugaan Analisis Regresi Logistik Multinomial

No	Variabel	Notasi	Skala Pengukuran	Kategori
1.	Informasi Masyarakat	Y	Nominal	1. Latar Belakang 2. Track Record 3. Visi dan Misi 4. Informasi Pencalonan 5. Menentukan Pilihan
2.	Pembatasan Kampanye	X	Ordinal	1. Sangat Tidak Setuju 2. Setuju 3. Tidak Setuju 4. Sangat Tidak Setuju

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Kota Binjai

Binjai adalah salah satu daerah tingkat II berstatus kotamadya dalam wilayah provinsi Sumatera Utara, Indonesia. Binjai terletak 22 km di sebelah barat ibu kota provinsi Sumatera Utara, Medan. Sebelum berstatus kotamadya, Binjai adalah ibu kota Kabupaten Langkat yang kemudian dipindahkan ke Stabat. Binjai berbatasan langsung dengan Kabupaten Langkat di sebelah barat dan utara serta Kabupaten Deli Serdang di sebelah timur dan selatan. (Wikipedia Kota Binjai)

Binjai merupakan salah satu daerah dalam proyek pembangunan Mebidang yang meliputi kawasan Medan, Binjai dan Deli Serdang. Saat ini, Binjai dan Medan dihubungkan oleh jalan raya Lintas Sumatra yang menghubungkan antara Medan dan Banda Aceh. Oleh karena ini, Binjai terletak di daerah strategis di mana merupakan pintu gerbang Kota Medan ditinjau dari provinsi Aceh. (Wikipedia Kota Binja)

Binjai sejak lama dijuluki sebagai kota rambutan karena rambutan Binjai memang sangat terkenal. Bibit rambutan asal Binjai ini telah tersebar dan dibudidayakan di berbagai tempat di Indonesia seperti Blitar, Jawa Timur menjadi komoditas unggulan daerah tersebut.

(Wikipedia Kota Binjai)

4.1.1. Sejarah Kota Binjai

Pada masa silam kota Binjai disebut sebagai sebuah kota yang terletak di antara Sungai Mencirim di sebelah timur dan Sungai Bingai di sebelah barat, terletak di antara dua kerajaan Melayu yaitu Kesultanan Deli dan Kerajaan Langkat. Berdasarkan penuturan para leluhur, baik yang dikisahkan atau yang diriwayatkan dalam berbagai tulisan yang pernah dijumpai, kota Binjai itu berasal dari sebuah kampung yang kecil terletak di pinggir Sungai Bingai, kira-kira di Kelurahan Pekan Binjai yang sekarang. Upacara adat dalam rangka pembukaan Kampung tersebut diadakan di bawah sebatang pohon Binjai (*Mangifera caesia*)

yang rindang yang batangnya amat besar, tumbuh kokoh di pinggir Sungai Bingai yang bermuara ke Sungai Wampu, sungai yang cukup besar dan dapat dilayari sampan-sampan besar yang berkayuh sampai jauh ke udik. (Wikipedia Kota Binjai)

Di sekitar pohon Binjai yang besar itulah kemudian dibangun beberapa rumah yang lama-kelamaan menjadi besar dan luas yang akhirnya berkembang menjadi bandar atau pelabuhan yang ramai didatangi oleh tongkang-tongkang yang datang dari Stabat, Tanjung Pura dan juga dari Selat Malaka. Kemudian nama pohon Binjai itulah yang akhirnya melekat menjadi nama kota Binjai. Konon pohon Binjai ini adalah sebangsa pohon embacang dan istilahnya berasal dari bahasa Karo. (Wikipedia Kota Binjai)

Dalam versi lain yang merujuk dari beberapa referensi, asal-muasal kata "Binjai" merupakan kata baku dari istilah "Binjéi" yang merupakan makna dari kata "ben" dan "i-jéi" yang dalam bahasa Karo artinya "bermalam di sini". Pengertian ini dipercaya oleh masyarakat asli kota Binjai, khususnya etnis Karo merupakan cikal-bakal kota Binjai pada masa kini. Hal ini berdasarkan fakta sejarah, bahwa pada masa dahulu kala, kota Binjai merupakan perkampungan yang berada di jalur yang digunakan oleh "Perlanja Sira" yang dalam istilah Karo merupakan pedagang yang membawa barang dagangan dari dataran tinggi Karo dan menukarnya (barter) dengan pedagang garam di daerah pesisir Langkat. (Wikipedia Kota Binjai)

Perjalanan yang ditempuh *Perlanja Sira* ini hanya dengan berjalan kaki menembus hutan belantara menyusuri jalur tepi sungai dari dataran tinggi Karo ke pesisir Langkat dan tidak dapat ditempuh dalam waktu satu atau dua hari, sehingga selalu bermalam di tempat yang sama, begitu juga sebaliknya, kembali dari dataran rendah Karo yaitu pesisir Langkat, Para *perlanja sira* ini kembali bermalam di tempat yang sama pula, selanjutnya seiring waktu menjadi sebuah perkampungan yang mereka namai dengan "Kuta Benjéi". (Wikipedia Kota Binjai)

4.1.1.1 Masa Pendudukan Belanda di Binjai

Pada tahun 1823, Gubernur Inggris yang berkedudukan di Pulau Penang mengutus John Anderson ke pesisir Sumatera timur dan dalam catatannya disebutkan sebuah kampung yang bernama "*Ba Bingai*". Sejak tahun 1822, Binjai telah dijadikan bandar/pelabuhan dimana hasil pertanian lada yang diekspor adalah

berasal dari perkebunan lada di sekitar ketapangai (pungai) atau Kelurahan Kebun Lada/Damai.

Selanjutnya pada tahun 1864, Daerah Deli telah dicoba ditanami tembakau oleh pioner Belanda bernama J. Nienkyis yang mendorong didirikannya Deli Maatschappij pada tahun 1866. Orang Belanda berusaha menguasai Tanah Deli menggunakan politik pecah belah melalui pengangkatan datuk-datuk. Usaha ini ditentang oleh Datuk Kocik, Datuk Jalil dan Suling Barat, sementara Datuk Sunggal tidak menyetujui pemberian konsensi tanah kepada perusahaan Rotterdammy oleh Sultan Deli karena tanpa persetujuan. Di bawah kepemimpinan Datuk Sunggal bersama rakyatnya di Timbang Langkat (Binjai) dibuat benteng pertahanan untuk menghadapi Belanda.

Belanda merasa terhina atas tindakan ini dan memerintahkan kapten Koops untuk menumpas para datuk yang menentang Belanda. Pada 17 Mei 1872 terjadilah pertempuran yang sengit antara Datuk/masyarakat dengan Belanda. Peristiwa perlawanan inilah yang menjadi tonggak sejarah dan ditetapkan sebagai hari jadi Kota Binjai. Perjuangan para datuk/rakyat terus berkobar dan pada akhirnya pada 24 Oktober 1872 Datuk Kocik, Datuk Jalil dan Suling Barat dapat ditangkap Belanda dan kemudian pada tahun 1873 dibuang ke Cilacap. Pada tahun 1917 oleh Pemerintah Belanda dikeluarkan Instelling Ordonantie No.12 dimana Binjai dijadikan *Gemeente* dengan luas 267 Ha. (Wikipedia Kota Binjai)

4.1.1.2. Masa Pendudukan Jepang di Binjai

Pada tahun 1942-1945 Binjai dibawah Pemerintahan Jepang dengan kepala pemerintahan Kagujawa (dengan sebutan *Guserbu*) dan tahun 1944/1945 pemerintahan kota dipimpin oleh ketua Dewan Eksekutif J. Runnanbi dengan anggota Dr. RM Djulham, Natangsa Sembiring dan Tan Hong Poh. (Wikipedia Kota Binjai)

4.1.1.3. Masa Kemerdekaan Indonesia

Pada tahun 1945 (saat revolusi) sebagai kepala pemerintahan Binjai adalah RM. Ibnu. Pada 29 Oktober 1945, T. Amir Hamzah diangkat menjadi residen Langkat oleh komite nasional. Pada masa pendudukan Belanda tahun 1947 Binjai berada di bawah Asisten Residen J. Bonger dan RM. Ibnu sebagai Wakil Wali Kota

Binjai. Pada tahun 1948 -1950 pemerintahan Kota Binjai dipegang oleh ASC More. Tahun 1950-1956 Binjai menjadi kota Administratif Kabupaten Langkat dan sebagai wali kota adalah OK Salamuddin kemudian T. Ubaidullah Tahun 1953-1956. Berdasarkan Undang-Undang Daruat No.9 Tahun 1956 Kota Binjai menjadi otonom dengan wali kota pertama SS Parumuhan. (Wikipedia Kota Binjai)

Dalam perkembangannya Kota Binjai sebagai salah satu daerah tingkat II di Provinsi Sumatera Utara telah membenahi dirinya dengan melakukan pemekaran wilayahnya. Semenjak ditetapkan Peraturan Pemerintah No.10 Tahun 1986 wilayah kota Binjai telah diperluas menjadi 90,23 km² dengan 5 wilayah kecamatan yang terdiri dari 11 desa dan 11 kelurahan. Setelah diadakan pemecahan desa dan kelurahan pada tahun 1993 maka jumlah desa menjadi 17 dan kelurahan 20. Perubahan ini berdasarkan Keputusan Gubernur Sumatera Utara No.140-1395 /SK/1993 tanggal 3 Juni 1993 tentang Pembentukan 6 Desa Persiapan dan Kelurahan Persiapan di Kota Binjai. Berdasarkan SK Gubenur Sumatera Utara No.146-2624/SK/1996 tanggal 7 Agustus 1996, 17 desa menjadi kelurahan. (Wikipedia Kota Binjai)

4.1.2. Geografis

Letak geografis Binjai 03°03'40" - 03°40'02" LU dan 98°27'03" - 98°39'32" BT. Ketinggian rata-rata adalah 28 meter di atas permukaan laut. Sebenarnya, Binjai hanya berjarak 8 km dari Medan bila dihitung dari perbatasan di antara kedua wilayah yang dipisahkan oleh Kabupaten Deli Serdang. Jalan Raya Medan Binjai yang panjangnya 22 km, 9 km pertama berada di dalam wilayah Kota Medan, Km 10 sampai Km 17 berada dalam wilayah Kabupaten Deli Serdang dan mulai Km 17 adalah berada dalam wilayah Kota Binjai.

Ada 2 sungai yang membelah Kota Binjai yaitu Sungai Bingai dan Mencirim yang menyuplai kebutuhan sumber air bersih bagi PDAM Tirta Sari Binjai untuk kemudian disalurkan untuk kebutuhan penduduk kota. Namun di pinggiran kota, masih banyak penduduk yang menggantungkan kebutuhan air mereka kepada air sumur yang memang masih layak dikonsumsi.

4.1.3. Pemerintahan

Kota Binjai terdiri dari 5 kecamatan dan 37 kelurahan dengan luas wilayah mencapai 59,19 km² dan jumlah penduduk sekitar 274.697 jiwa (2017) dengan kepadatan penduduk 89 jiwa/km².

Tabel 4.1

Daftar Kecamatan dan Kelurahan di Kota Binjai










Kecamatan	Jumlah Kelurahan	Status	Daftar Desa/Kelurahan
Binjai Barat	6	Kelurahan	Bandar Senembah Limau Mungkur Limau Sundai Paya Roba Suka Maju Suka Ramai
Binjai Kota	7	Kelurahan	Berngam Binjai Kartini Pekan Binjai Satria Setia Tangsi
Binjai Selatan	8	Kelurahan	Bhakti Karya Binjai Estate Pujidadi Rambung Barat Rambung Dalam Rambung Timur Tanah Merah

			Tanah Seribu
Binjai Timur	7	Kelurahan	Dataran Tinggi Mencirim Sumber Karya Sumber Mulyorejo Tanah Tinggi Timbang Langkat Tunggurono
Binjai Utara	9	Kelurahan	Cengkeh Turi Damai Jati Karya Jati Makmur Jati Utomo Jatinegara Kebun Lada Nangka Pahlawan
TOTAL	37		

(Sumber : Wikipedia)

Tabel 4.2

Jumlah Kursi DPRD Kota Binjai Periode 2014-2019 dan 2019-2024

Partai Politik	Jumlah Kursi dalam Periode	
	2014-2019	2019-2024
 Gerindra	4	▲ 5
 PDI Perjuangan	3	▲ 4
 Golkar	5	▲ 6
 NasDem	3	— 3
 PKS	2	▲ 3
 PPP	3	▼ 2
 PAN	3	— 3
 Hanura	3	▼ 1
 Demokrat	4	▼ 3
Jumlah Anggota	30	— 30

(Sumber : Wikipedia)

4.1.4. Demografi

Kota Binjai merupakan kota multi etnis, dihuni oleh suku Jawa, suku Karo, suku Tionghoa, suku Batak dan suku Melayu. Kemajemukan etnis ini menjadikan Binjai kaya akan kebudayaan yang beragam. Jumlah penduduk kota Binjai sampai pada April 2016 adalah 267.901 jiwa dengan kepadatan penduduk 2.961,86 jiwa/km². Tenaga kerja produktif sekitar 160.000 jiwa. Banyak juga penduduk Binjai yang bekerja di Medan karena transportasi dan jarak yang relatif dekat. (Wikipedia Kota Binjai)

4.1.5. Agama

Agama di Binjai terutama:

- Islam - dipeluk mayoritas suku Jawa, Melayu, Mandailing dan sebagian Suku Karo. Masjid terbesar berlokasi di Jalan Kapten Machmud Ismail.
- Kristen - dipeluk sebagian besar suku Karo, Batak Toba, Nias.
- Buddha - dipeluk mayoritas suku Tionghoa yang berdomisili di Binjai Kota dan Binjai Barat.
- Hindu - ada 1 pura di Binjai berlokasi di Jalan Ahmad Yani, agama Hindu dipeluk terutama oleh etnis India dan beberapa transmigran dari Suku Bali.

Agama yang pemeluknya paling banyak di Kota Binjai adalah: Islam (84,67%), Kristen (9,01%), Budha (6,03%), Hindu (0,29%). (Wikipedia Kota Binjai)

4.2. Gambaran Umum Pilkada Kota Binjai Tahun 2020




Pilkada Kota Binjai merupakan Pilkada serentak yang dilakukan pada tanggal 9 Desember Tahun 2020 kemarin. Pilkada serentak tahun 2020 ini secara umum diikuti oleh 23 Kabupaten/Kota di Sumatera Utara. Salah satunya adalah Kota Binjai, yang diikuti oleh 3 pasangan calon yang bertanding mereka adalah Rahmat Sori Alam Harahap dan Usman Jakfar , Lisa Andriani Lubis dan Sapta Bangun serta pasangan Juliadi dan Amir Hamzah. Pasangan Rahmat Sori Alam Harahap dan Usman Jakfar didukung oleh partai politik Gerindra dan PKS dengan jumlah kursi 8 kursi, diikuti oleh Lisa Andriani Lubis dan Sapta Bangun yang didukung oleh partai politik PDI-P, NASDEM, PAN dan HANURA dengan jumlah kursi 11, serta pasangan Juliadi dan Amir Hamzah yang didukung oleh partai politik Golkar, Demokrat dan PPP dengan perolehan 11 kursi.

Rahmat Sori Alam Harahap merupakan kader Partai Gerindra yang sempat menjadi Ketua DPD Partai Gerindra Sumatera Utara di awal-awal Partai Gerindra Berdiri, tumbuh dan berkembang di Sumatera Utara, sedangkan Usman Jakfar adalah seorang kader PKS yang merupakan ustad di Kota Binjai. Sementara itu, pasangan lain Linda Andriani Lubis merupakan istri dari mantan Walikota Binjai dua priode 2005-2010 dan 2016-2021 Muhammad Idaham, lalu wakilnya ialah

Sapta Bangun merupakan kader dari Nasdem. Pasangan berikutnya ialah Juliadi yang merupakan pengusaha yang pernah maju pada Pilkada Kota Binjai melawan Muhammad Idaham. Kemudian Amir Hamzah merupakan PNS Kota Binjai.

Tabel 4.3

Partai Politik dan Jumlah Kursi Pengusung Pasangan Calon

Nomor urut	Calon Wali Kota dan Wakil Wali Kota		Partai Politik Pengusung	Jumlah Kursi DPRD	Keterangan
1	<u>Rahmat Sorialam Harahap</u> (Kader <u>Partai Gerindra</u>)	<u>Usman Jakfar</u> (Kader <u>PKS</u>)	 <u>Gerindra</u>  <u>PKS</u>	8 / 30	
	Wakil Sekretaris DPP <u>Partai Gerindra</u>	Dosen Fakultas Studi Islam, Al Madinah Internasional University Malaysia (2010-2019)			
2	<u>Lisa Andriani Lubis</u> (Non-Partisan)	<u>Sapta Bangun</u> (Kader <u>Partai Demokrat</u>)	 <u>PDI Perjuangan</u>  <u>NasDem</u>  <u>PAN</u>  <u>Hanura</u>	11 / 30	
	Istri <u>Wali Kota Binjai</u> , <u>Muhammad Idaham</u>	Wakil Ketua <u>DPRD Kab. Langkat</u> (2014-2019)			
3	<u>Juliadi</u> (Non-Partisan)	<u>Amir Hamzah</u> (Non-Partisan)	 <u>Golkar</u>  <u>Demokrat</u>  <u>PPP</u>	11 / 30	
	Pengusaha	Kepala Badan Kepegawaian Daerah <u>Kota Binjai</u>			

(Sumber: Wikipedia)

Dalam Pilkada Kota Binjai Tahun 2020 tersebut pasangan Juliadi dan Amir Hamzah keluar sebagai pemenangnya dengan perolehan suara 66.731 (50,9%), diikuti oleh pasangan Lisa Andriyani Lubis dan Sapta Bangun dengan perolehan suara 44.213 (33,8%), dan Pasangan Rahmad Sori Alam dan Usman Jakfar dengan perolehan suara 20,030 (15,3%). Dengan jumlah total suara sah 130.974 (98,17%) dan suara tidak sah 2.441 (1,83%), pengguna hak pilih 133.415 (71,63%) dan golput sebesar 52.846 (28,37%).

Tabel 4.4
Perolehan Suara Pilkada Kota Binjai Tahun 2020

Kandidat	Partai	Suara	%
Rahmat Sorialam Harahap	Gerindra	20,030	15,3%
Lisa Andriyani Lubis	PDI-P	44,213	33,8%
Juliadi	Golkar	66,731	50,9%
Total		130.974	100%
Suara Sah		130.974	98,17%
Suara Tidak Sah		2.441	1,83%
Pengguna Hak Pilih		133.415	71,63%
Golput		52.846	28,37%
Pemilih Terdaftar		186.261	

(Sumber: Wikipedia)

4.3 Karakteristik Responden

Adapun deskripsi karakteristik responden dari penelitian ini meliputi jenis kelamin, usia, agama, suku, tingkat pendidikan, pekerjaan, pendapatan, dan pengeluaran. Hal tersebut diharapkan dapat memeberikan gambaran yang cukup jelas mengenai kondisi dari responden yang berkaitan dengan masalah dan tujuan penelitian tersebut.

4.3.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Keragaman responden berdasarkan jenis kelamin dapat ditunjukkan pada tabel 4.5 berikut ini:

Tabel 4.5

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
Laki-laki	41	54,67%
Perempuan	34	45,33%

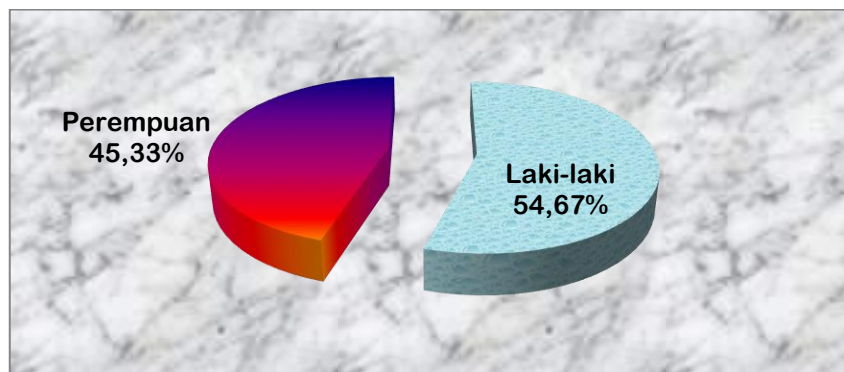
Sumber: Data Primer

Berdasarkan karakteristik jenis kelamin responden pada tabel 4.5 tersebut, terlihat bahwa responden laki-laki sebanyak 41 orang dengan presentase 54,67% dan responden perempuan yaitu sebanyak 34 orang dengan presentase sebesar 45,33%. Dengan presentase pria sebanyak 54,67% menunjukkan bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini adalah pria.

Adapun presentase dari data karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin ini digambarkan dalam diagram lingkaran seperti di bawah ini:

Gambar 4.5

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin



4.3.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Keragaman responden berdasarkan usia dapat ditunjukkan pada tabel 4.6 berikut ini:

Tabel 4.6
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia Responden	Jumlah	Presentase
17 – 25 Tahun	19	25,33%
26 – 39 Tahun	14	18,67%
40 – 59 Tahun	31	41,33%
59-74 Tahun	11	14,67%

Sumber: Data Primer

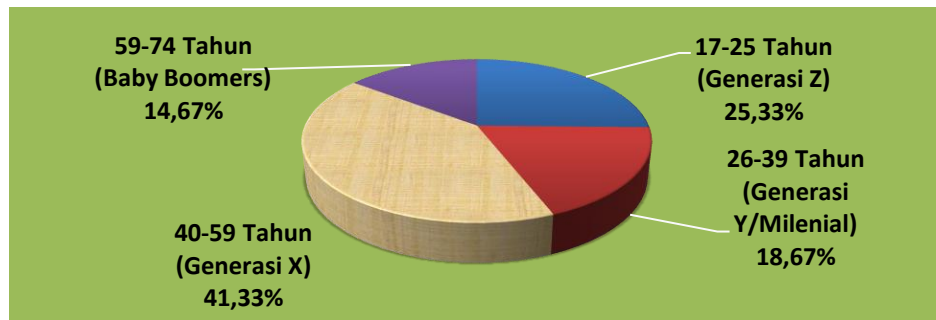
Karakteristik 75 responden berdasarkan usia pada tabel 4.6 di atas menunjukkan bahwa responden dengan usia 17-25 tahun (Generasi Z) sebanyak 19 orang atau 25,33%, responden dengan usia 26-39 tahun (Generasi Y) sebanyak 14 orang atau 18,67%, responden yang berusia 40-59 tahun (Generasi X) sebanyak 31 orang atau 41,33%, dan yang berusia 59-74 tahun (Generasi Baby Boomers) sebanyak 11 orang atau 14,67%.

Dengan presentase sebesar 41,33% menunjukkan bahwa sebahagian besar responden berusia 40-59 tahun (Generasi X). Kemudian diikuti oleh responden berusia 17-25 tahun (Generasi Z), sedangkan persentase ketiga dengan usia 26-39 tahun (Generasi Y), dan persentase keempat diikuti oleh responden yang berusia 59-74 tahun (Generasi Baby Boomers).

Adapun presentase dari data karakteristik responden berdasarkan usia ini digambarkan dalam diagram lingkaran seperti di bawah ini:

Gambar 4.6

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia



4.3.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Agama

Keragaman responden berdasarkan agama dapat ditunjukkan pada tabel 4.7 berikut ini:

Tabel 4.7

Karakteristik Responden Berdasarkan Agama

Agama	Jumlah	Presentase
Islam	60	80,00%
Kristen Protestan	9	12,00%
Kristen Katolik	6	8,00%

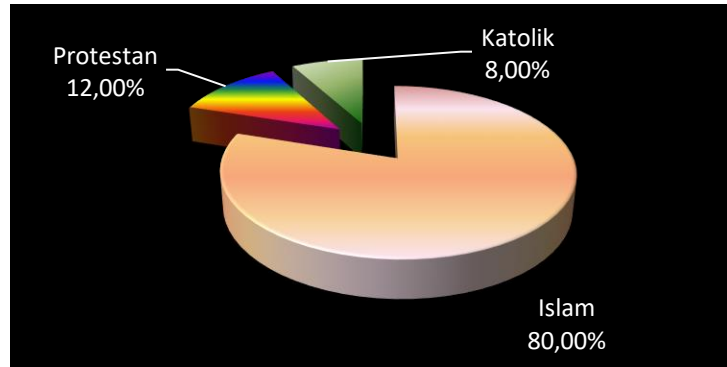
Sumber: Data Primer

Berdasarkan data pada tabel 4.7 di atas, dapat diketahui bahwa dari 75 responden menunjukkan sebahagian besar reponden beragama Islam yaitu sebanyak 60 orang atau 80,00%, lalu diikuti oleh responden beragama Kristen Protestan sebanyak 9 orang atau 12,00% dan Kristen Katolik sebanyak 6 orang atau 8,00%.

Adapun presentase dari data karakteristik responden berdasarkan agama ini digambarkan dalam diagram lingkaran seperti di bawah ini:

Gambar 4.7

Karakteristik Responden Berdasarkan Agama



4.3.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Suku

Keragaman responden berdasarkan suku dapat ditunjukkan pada tabel 4.8 di bawah ini:

Tabel 4.8

Karateristik Responden Berdasarkan Suku

Agama	Jumlah	Presentase
Jawa	27	36,00%
Batak	22	29,33%
Mandailing	7	9,33%
Melayu	7	9,33%
Karo	5	6,67%
Minang	4	5,33%
Tionghoa	1	1,33
Lainnya	2	2,67%

Sumber: Data Primer

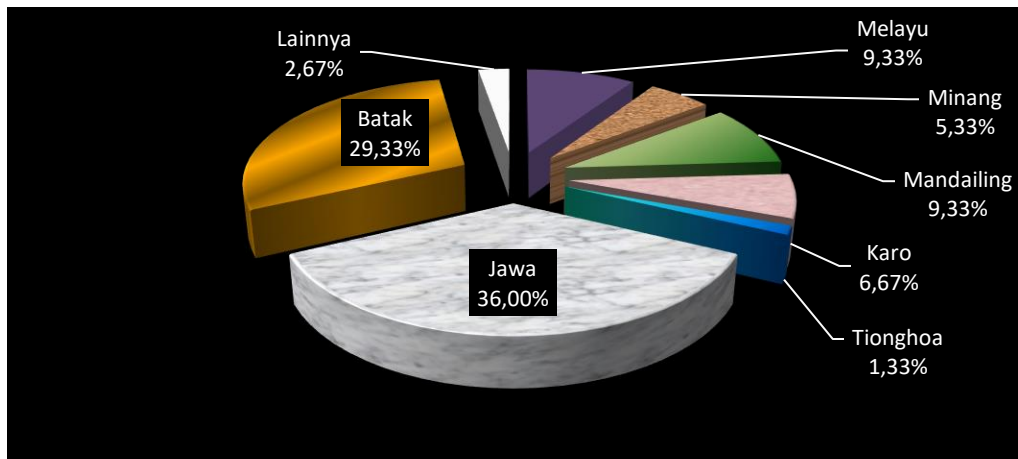
Dari tabel 4.8 di atas dapat dilihat bahwa dari 75 responden, responden dengan suku Jawa ada 27 orang atau 36,00%, responden dengan suku Batak sebanyak 22 orang atau 29,33%, suku Mandailing dan Melayu sebanyak 7 orang atau 9,33%, responden dengan suku Karo sebanyak 5 orang atau 6,67%, dan suku

Minang sebanyak 4 orang 5,33%, suku Tionghoa 1 orang atau 1,33%, dan suku lainnya sebanyak 2 orang atau 2,67%. Dengan presentase sebesar 36,00% menunjukkan bahwa sebahagian besar responden adalah bersuku Jawa.

Adapun presentase dari data karakteristik responden berdasarkan suku ini digambarkan dalam diagram lingkaran seperti berikut:

Gambar 4.8

Karakteristik Responden Berdasarkan Suku



4.3.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Keragaman responden berdasarkan tingkat pendidikan dapat ditunjukkan pada tabel 4.9 di bawah ini:

Tabel 4.9

Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Pendidikan	Jumlah	Presentase
SD/ Ibtidaiyah	7	9,33%
SMP/ Tsanawiyah	9	12,00%
SMA/ Aliyah	40	53,33%
Akademi (D1, D2, D3)	4	5,33
Sarjana (S1)	12	16%
Magister (S2)	3	4,00%

Sumber: Data Primer

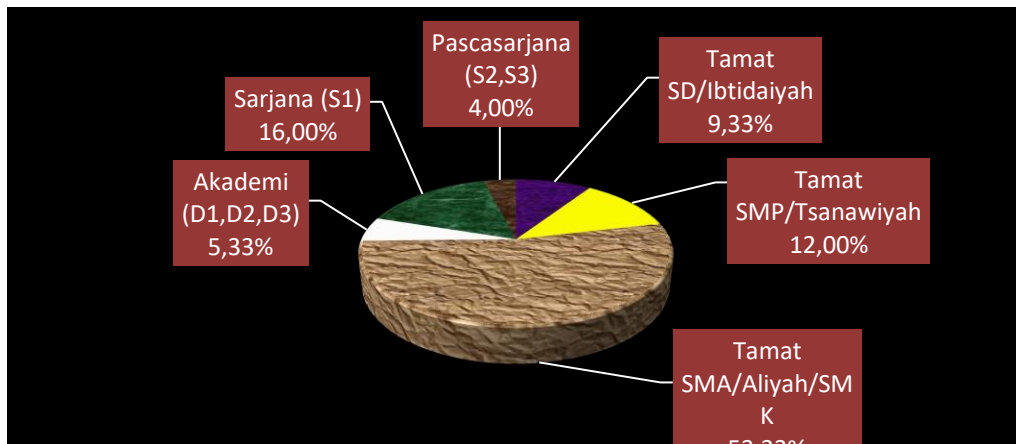
Karakteristik 75 responden berdasarkan tingkat pendidikan pada tabel 4.9 di atas menunjukkan bahwa responden dengan latar pendidikan SD/Ibtidaiyah sebanyak 7 orang atau 9,33%, responden dengan latar pendidikan SMP/Tsanawiyah sebanyak 9 orang atau 12,00%, responden yang berlatar pendidikan SMA/Aliyah sebanyak 40 orang atau 53,33%, responden dengan latar pendidikan Akademi (D1, D2, D3) sebanyak 4 orang atau 5,33%, responden dengan latar pendidikan Sarjana (S1) berjumlah 12 orang atau 16%, dan responden dengan latar pendidikan Magister (S2) ada 3 orang atau 4,00%.

Dengan presentase sebesar 53,33% menunjukkan bahwa sebahagian besar responden berlatar pendidikan SMA/Aliyah. Tamatan Sarjana (S1) sebanyak 12 orang, tamat SMP/Tsanawiyah sebanyak 9 orang, tamat SD/Ibtidaiyah sebanyak 7 orang, tamat akademi (D1,D2, D3) sebanyak 4 orang, dan tamat SD/Ibtidaiyah 3 orang.

Adapun presentase dari data karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan ini digambarkan dalam diagram lingkaran seperti di bawah ini:

Gambar 4.9

Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan



4.3.6. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Keragaman responden berdasarkan tingkat pekerjaan dapat ditunjukkan pada tabel 5.0 di bawah ini:

Tabel 5.0

Karateristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Presentase
PNS	2	2,67%
Karyawan Perusahaan	2	2,67%
Wiraswasta	35	46,67%
Guru/ Dosen	3	4,00%
Ibu Rumah Tangga	11	14,67%
Masih Sekolah/ Kuliah	13	17,33%
Tidak Bekerja	2	2,67%
Pekerjaan Lainnya	7	9,33%

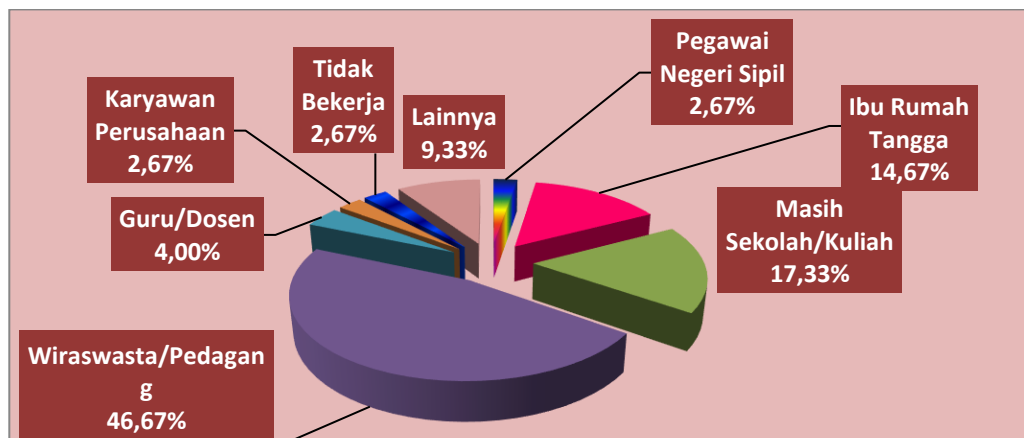
Sumber: Data Primer

Berdasarkan tabel 5.0 di atas dapat dilihat bahwa responden dengan pekerjaan sebagai PNS berjumlah 2 orang atau 2,67%, responden yang memiliki pekerjaan sebagai karyawan perusahaan berjumlah 2 orang atau 2,67%, responden yang bekerja sebagai guru/ dosen sebanyak 3 orang atau 4,00%, responden yang tercatat sebagai Ibu Rumah Tangga sebanyak 11 orang atau 14,67%, responden yang masih sekolah/ kuliah berjumlah 13 orang atau 17,33%, responden yang tidak bekerja berjumlah 2 orang atau 2,67%, dan responden dengan pekerjaan lainnya sebanyak 7 orang atau 9,33%. Dengan presentase sebesar 46,67% menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki pekerjaan sebagai Wiraswasta.

Adapun presentase dari data karakteristik responden berdasarkan tingkat pekerjaan ini digambarkan dalam diagram lingkaran seperti di bawah ini:

Gambar 5.0

Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan



4.3.7. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

Keragaman responden berdasarkan tingkat pendapatan dapat dilihat pada tabel 5.1 di bawah ini:

Tabel 5.1

Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

Pendapatan	Jumlah	Presentase
< 1.000.000	8	10,67%
≥ 1.000.000 – 2.000.000	33	44,00%
≥2.000.000 – 3.000.000	19	25,33%
≥3.000.000 – 4.000.000	9	12,00%
≥4.000.000	6	8,00%

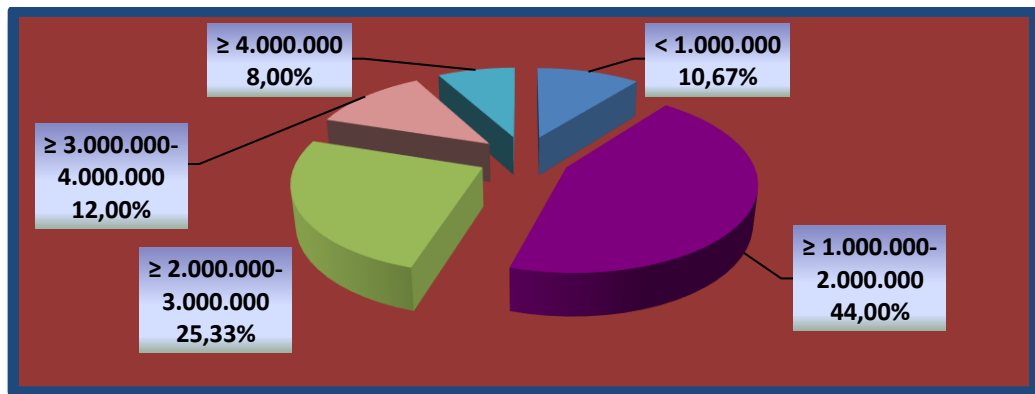
Sumber: Data Primer

Berdasarkan tabel 5.1 di atas dapat dilihat bahwa responden dengan pendapatan per bulan <1.000.000 berjumlah 8 orang atau 10,67%, responden dengan pendapatan per bulan $\geq 1.000.000-2.000.000$ berjumlah 33 orang atau 44,00%, responden dengan pendapatan per bulan $\geq 2.000.000-3.000.000$ berjumlah 19 orang atau 25,33%, responden dengan pendapatan per bulan $\geq 3.000.000-4.000.000$ berjumlah 9 orang atau 12,00%, dan responden dengan pendapatan per bulan $\geq 4.000.000$ sebanyak 6 orang atau 8,00%. Dengan presentase sebesar 44,00% menunjukkan bahwa sebahagian besar responden memiliki pendapatan per bulan sebesar $\geq 1.000.000 - 2.000.000$.

Adapun presentase dari data karakteristik responden berdasarkan tingkat pendapatan ini digambarkan dalam diagram lingkaran seperti di bawah ini:

Gambar 5.1

Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan



4.3.8. Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran

Keragaman responden berdasarkan tingkat pengeluaran dapat dilihat pada tabel 5.2 di bawah ini:

Tabel 5.2

Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran

Pengeluaran	Jumlah	Presentase
< 1.500.000	25	33,33%
≥ 1.500.000 – 2.500.000	27	36,00%
≥2.500.000 – 3.500.000	9	12,00%
≥3.500.000	14	18,67%

Sumber: Data Primer

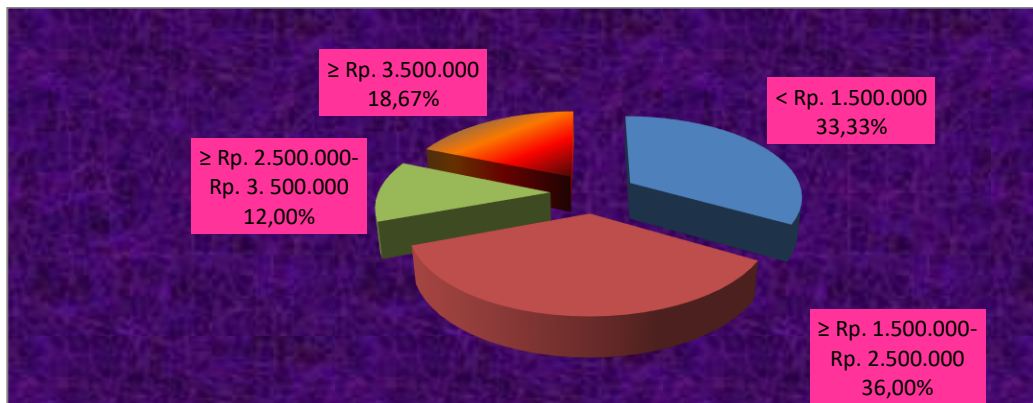
Berdasarkan tabel 5.2 di atas dapat dilihat bahwa responden dengan pengeluaran per bulan <1.500.000 berjumlah 25 orang atau 33,33%, responden dengan pengeluaran per bulan ≥ 1.500.000-2.500.000 berjumlah 27 orang atau 36,00%, responden dengan pengeluaran per bulan ≥2.500.000-3.500.000 berjumlah

9 orang atau 12,00%, responden dengan pengeluaran per bulan $\geq 3.500.000$ berjumlah 14 orang atau 18,67%. Dengan presentase sebesar 36,00% menunjukkan bahwa sebahagian besar responden memiliki pengeluaran per bulan sebesar $\geq 1.500.000 - 2.500.000$.

Adapun presentase dari data karakteristik responden berdasarkan tingkat pengeluaran ini digambarkan dalam diagram lingkaran seperti di bawah ini:

Gambar 5.2

Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran



4.4. Uji Validitas

Correlations

		item1	item2	item3	item4	item5	item6	item7	item8	item9	item10	skor_total
item1	Pearson	1	,801**	,517**	,167	,242*	,289*	,296**	,286*	,161	,398**	,612**
	Correlation											
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,153	,036	,012	,010	,013	,169	,000	,000
N		75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75
item2	Pearson	,801**	1	,670**	,275*	,358**	,317**	,267*	,256*	,203	,516**	,694**
	Correlation											
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,017	,002	,006	,021	,027	,080	,000	,000
N		75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75
item3	Pearson	,517**	,670**	1	,173	,324**	,197	,304**	,344**	,179	,428**	,619**
	Correlation											
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,138	,005	,090	,008	,003	,125	,000	,000
N		75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75

item4	Pearson	,167	,275*	,173	1	,668**	,296**	,209	,127	,105	,304**	,528**
	Correlation											
	Sig. (2-tailed)	,153	,017	,138	,000	,010	,072	,277	,371	,008	,000	,000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75
item5	Pearson	,242*	,358**	,324**	,668**	1	,285*	,116	,104	-,035	,239*	,507**
	Correlation											
	Sig. (2-tailed)	,036	,002	,005	,000	,013	,320	,374	,765	,039	,000	,000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75
item6	Pearson	,289*	,317**	,197	,296**	,285*	1	,726**	,598**	,399**	,341**	,711**
	Correlation											
	Sig. (2-tailed)	,012	,006	,090	,010	,013	,000	,000	,000	,003	,000	,000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75
item7	Pearson	,296**	,267*	,304**	,209	,116	,726**	1	,711**	,476**	,322**	,706**
	Correlation											
	Sig. (2-tailed)	,010	,021	,008	,072	,320	,000	,000	,000	,005	,000	,000

	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75
item8	Pearson Correlation	,286*	,256*	,344**	,127	,104	,598**	,711**	1	,568**	,419**	,709**
	Sig. (2-tailed)	,013	,027	,003	,277	,374	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75
item9	Pearson Correlation	,161	,203	,179	,105	-,035	,399**	,476**	,568**	1	,428**	,566**
	Sig. (2-tailed)	,169	,080	,125	,371	,765	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75
item10	Pearson Correlation	,398**	,516**	,428**	,304**	,239*	,341**	,322**	,419**	,428**	1	,715**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,008	,039	,003	,005	,000	,000	,000	,000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75
skor_total	Pearson Correlation	,612**	,694**	,619**	,528**	,507**	,711**	,706**	,709**	,566**	,715**	1

Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
N	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Pengambilan keputusan berdasarkan nilai Sig. (2-tailed) dengan Probabilitas 0,05

Berdasarkan output “Correlations” di atas diketahui:

- Nilai Sig. (2-tailed) untuk hubungan atau korelasi item1 (variabel X1) dengan skor_total adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan Pearson Correlation bernilai positif yaitu sebesar 0,612, maka dapat disimpulkan bahwa item1 adalah valid.
- Nilai Sig. (2-tailed) untuk hubungan atau korelasi item2 (variabel X2) dengan skor_total adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan Pearson Correlation bernilai positif yaitu sebesar 0,694, maka dapat disimpulkan bahwa item2 adalah valid.
- Nilai Sig. (2-tailed) untuk hubungan atau korelasi item3 (variabel X3) dengan skor_total adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan Pearson Correlation bernilai positif yaitu sebesar 0,619, maka dapat disimpulkan bahwa item3 adalah valid.
- Nilai Sig. (2-tailed) untuk hubungan atau korelasi item4 (variabel X4) dengan skor_total adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan Pearson Correlation bernilai positif yaitu sebesar 0,528, maka dapat disimpulkan bahwa item4 adalah valid.
- Nilai Sig. (2-tailed) untuk hubungan atau korelasi item5 (variabel X5) dengan skor_total adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan Pearson Correlation bernilai positif yaitu sebesar 0,507, maka dapat disimpulkan bahwa item5 adalah valid.

- Nilai Sig. (2-tailed) untuk hubungan atau korelasi item6 (variabel Y1) dengan skor_total adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan Pearson Correlation bernilai positif yaitu sebesar 0,711, maka dapat disimpulkan bahwa item6 adalah valid.
- Nilai Sig. (2-tailed) untuk hubungan atau korelasi item7 (variabel Y2) dengan skor_total adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan Pearson Correlation bernilai positif yaitu sebesar 0,706, maka dapat disimpulkan bahwa item7 adalah valid.
- Nilai Sig. (2-tailed) untuk hubungan atau korelasi item8 (variabel Y3) dengan skor_total adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan Pearson Correlation bernilai positif yaitu sebesar 0,709, maka dapat disimpulkan bahwa item8 adalah valid.
- Nilai Sig. (2-tailed) untuk hubungan atau korelasi item9 (variabel Y4) dengan skor_total adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan Pearson Correlation bernilai positif yaitu sebesar 0,566, maka dapat disimpulkan bahwa item9 adalah valid.
- Nilai Sig. (2-tailed) untuk hubungan atau korelasi item10 (variabel Y5) dengan skor_total adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan Pearson Correlation bernilai positif yaitu sebesar 0,715, maka dapat disimpulkan bahwa item10 adalah valid.

4.5. Uji Reliabilitas

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	75	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	75	100,0

Tabel output di atas menunjukkan jumlah responden (N) sebanyak 75 orang. Karena tidak ada data yang kosong (kuesioner terisi semua) maka jumlah valid adalah 100%

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,834	10

Tabel output di atas menunjukkan banyaknya item atau butir pertanyaan kuesioner (N of Items) adalah 10 item dengan nilai Cronbach's Alpha sebesar $0,834 > 0,60$. Maka dapat disimpulkan bahwa 10 item tersebut reliabel atau konsisten.

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
item1	18,12	13,350	,523	,819
item2	18,01	13,121	,622	,812
item3	17,97	13,188	,523	,819
item4	17,83	13,253	,394	,831
item5	17,81	13,505	,383	,831
item6	17,71	12,291	,613	,809
item7	17,67	12,387	,610	,810
item8	17,79	12,278	,610	,809
item9	17,76	13,158	,445	,826
item10	17,41	11,516	,584	,814

Tabel output di atas menunjukkan nilai statistik untuk 10 item pertanyaan kuesioner. Nilai Cronbach's Alpha untuk ke-10 item pertanyaan lebih besar dari 0,60, maka dapat disimpulkan bahwa ke-10 item pertanyaan kuesioner reliabel.

4.6. Uji Regresi Logistik Multinomial

4.6.1. Pengaruh pembatasan kampanye terhadap kurangnya informasi tentang pasangan calon/ pencalonan

Model Fitting Information

Model	Model Fitting Criteria	Likelihood Ratio Tests		
	-2 Log Likelihood	Chi-Square	Df	Sig.
Intercept Only	79,855			
Final	29,692	50,163	22	,001

Tabel output di atas menunjukkan bahwa nilai *Sig. Intercept only final* sebesar $0,001 < 0,05$ yang artinya semua variabel independen (X) mempengaruhi variabel dependen (Y1) secara signifikan.

Goodness-of-Fit

	Chi-Square	Df	Sig.
Pearson	9,465	26	,999
Deviance	12,084	26	,991

Tabel output di atas menunjukkan nilai *Pearson variable Sig.* yaitu $0,999 > 0,05$ yang artinya model *fit* (layak digunakan).

Pseudo R-Square

Cox and Snell	,488
Nagelkerke	,569
McFadden	,345

Tabel output di atas menunjukkan nilai koefisien R² yang dilihat dari nilai *Nagelkerke* sebesar 0,569 artinya variabilitas variabel dependen yang dapat

dijelaskan oleh variabilitas variabel independen sebesar 56,9% atau **pembatasan kampanye mempengaruhi kurangnya informasi tentang pasangan calon sebesar 56,9%**.

4.6.2. Pengaruh pembatasan kampanye terhadap kurangnya informasi tentang latar belakang pasangan calon yang bertarung

Model Fitting Information

Model	Model Fitting Criteria	Likelihood Ratio Tests		
	-2 Log Likelihood	Chi-Square	df	Sig.
Intercept Only	91,437			
Final	36,987	54,450	22	,000

Tabel output di atas menunjukkan bahwa nilai *Sig. Intercept only final* sebesar $0,000 < 0,05$ yang artinya semua variabel independen (X) mempengaruhi variabel dependen (Y2) secara signifikan.

Goodness-of-Fit

	Chi-Square	Df	Sig.
Pearson	39,709	26	,042
Deviance	23,387	26	,611

Tabel output di atas menunjukkan nilai *Pearson variable Sig.* yaitu $0,042 < 0,05$ yang artinya model tidak *fit* (tidak layak digunakan).

Pseudo R-Square

Cox and Snell	,516
Nagelkerke	,608
McFadden	,383

Tabel output di atas menunjukkan nilai koefisien R2 yang dilihat dari nilai *Nagelkerke* sebesar 0,608 artinya variabilitas variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabilitas variabel independen sebesar 60,8% atau **pembatasan kampanye mempengaruhi kurangnya informasi tentang latar belakang pasangan calon yang bertarung sebesar 60,8%**.

4.6.3. Pengaruh Pembatasan kampanye terhadap kurangnya informasi tentang visi dan misi pasangan calon yang bertarung.

Model Fitting Information

Model	Model Fitting Criteria	Likelihood Ratio Tests		
	-2 Log Likelihood	Chi-Square	df	Sig.
Intercept Only	101,022			
Final	25,549	75,473	33	,000

Tabel output di atas menunjukkan bahwa nilai *Sig. Intercept only final* sebesar $0,000 < 0,05$ yang artinya semua variabel independen (X) mempengaruhi variabel dependen (Y2) secara signifikan.

Goodness-of-Fit

	Chi-Square	df	Sig.
Pearson	13,680	39	1,000
Deviance	13,819	39	1,000

Tabel output di atas menunjukkan nilai *Pearson variable Sig.* yaitu $1,000 > 0,05$ yang artinya model *fit* (layak digunakan).

Pseudo R-Square

Cox and Snell	,634
Nagelkerke	,738
McFadden	,512

Tabel output di atas menunjukkan nilai koefisien R² yang dilihat dari nilai *Nagelkerke* sebesar 0,738 artinya variabilitas variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabilitas variabel independen sebesar 73,8% atau **pembatasan kampanye mempengaruhi kurangnya informasi tentang visi dan misi pasangan calon yang bertarung sebesar 73,8%.**

4.6.4. Pengaruh pembatasan kampanye terhadap kurangnya informasi tentang track record pasangan calon yang bertarung.

Model Fitting Information

Model	Model Fitting Criteria	Likelihood Ratio Tests		
	-2 Log Likelihood	Chi-Square	df	Sig.
Intercept Only	79,342			
Final	36,881	42,461	33	,125

Tabel output di atas menunjukkan bahwa nilai *Sig. Intercept only final* sebesar 0,125 > 0,05 yang artinya semua variabel independen (X) tidak mempengaruhi variabel dependen (Y4).

Goodness-of-Fit

	Chi-Square	df	Sig.
Pearson	20,738	39	,993
Deviance	19,511	39	,996

Tabel output di atas menunjukkan nilai *Pearson variable Sig.* yaitu $0,993 > 0,05$ yang artinya model *fit* (layak digunakan).

Pseudo R-Square

Cox and Snell	,432
Nagelkerke	,515
McFadden	,310

Tabel output di atas menunjukkan nilai koefisien R² yang dilihat dari nilai *Nagelkerke* sebesar 0,515 artinya variabilitas variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabilitas variabel independen sebesar 51,5% atau **pembatasan kampanye mempengaruhi kurangnya informasi tentang track record pasangan calon yang bertarung sebesar 51,5%**.

4.6.5. Pengaruh pembatasan kampanye terhadap keputusan dalam menentukan pilihan

Model Fitting Information

Model	Model Fitting Criteria	Likelihood Ratio Tests		
	-2 Log Likelihood	Chi-Square	df	Sig.
Intercept Only	115,040			
Final	21,336	93,703	33	,000

Tabel output di atas menunjukkan bahwa nilai *Sig. Intercept only final* sebesar $0,000 < 0,05$ yang artinya semua variabel independen (X) mempengaruhi variabel dependen (Y5).

Goodness-of-Fit

	Chi-Square	Df	Sig.
Pearson	3,070	39	1,000
Deviance	3,944	39	1,000

Tabel output di atas menunjukkan nilai *Pearson variable Sig.* yaitu 1,000 > 0,05 yang artinya model *fit* (layak digunakan).

Pseudo R-Square

Cox and Snell	,713
Nagelkerke	,785
McFadden	,521

Tabel output di atas menunjukkan nilai koefisien R² yang dilihat dari nilai *Nagelkerke* sebesar 0,785 artinya variabilitas variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabilitas variabel independen sebesar 78,5% atau **pembatasan kampanye mempengaruhi keputusan (dilema) dalam menentukan pilihan pasangan calon sebesar 78,5%.**

4.7. Analisis Penelitian

4.7.1. Pengaruh Pembatasan Kampanye Terhadap Informasi Kepemiluan

Berdasarkan hasil analisis data kuantitatif yang menggunakan aplikasi *SPSS* menunjukkan bahwa semua variabel independen berpengaruh terhadap informasi tentang pasangan calon. Hal ini mengartikan bahwa pembatasan kampanye berpengaruh kuat terhadap informasi pasangan calon pada Pilkada serentak 2020 di Kota Binjai. Dengan adanya pembatasan kampanye menyebabkan masyarakat atau calon pemilih tidak mendapatkan informasi yang luas tentang pasangan calon Walikota Binjai. Hal ini sejalan dengan teori tentang kampanye yang menyebutkan bahwa kampanye berfungsi sebagai media komunikasi bagi setiap pasangan calon

untuk memberikan informasi kepada calon pemilih. Karena pada intinya, kampanye adalah penyampaian pesan-pesan politik dalam berbagai bentuk, mulai dari poster, diskusi, iklan hingga selebaran. Apa pun bentuknya, pesan selalu menggunakan simbol-simbol verbal yang diharapkan memikat khalayak luas (Fatimah: 2018, 9).

Mengenai informasi tentang Visi-Misi pasangan calon Walikota, dari hasil perhitungan menunjukkan semua variabel independen berpengaruh terhadap variabel Y3 tentang Visi-misi pasangan Calon Walikota Binjai pada Pilkada Serentak 2020 dengan hasil presentasi sebesar 73,8%. Artinya, dengan adanya pembatasan kampanye pada Pilkada Kota Binjai 2020 menyebabkan masyarakat atau pemilih kekurangan informasi tentang Visi-misi Calon Walikota Binjai 2020.

Sedangkan untuk informasi tentang *track record* pasangan Calon Walikota Binjai pengaruh pembatasan kampanye mempengaruhi informasi tentang *track record* sebesar 51,5%. Hal ini berarti bahwa dengan adanya pembatasan kampanye, masyarakat atau calon pemilih kekurangan informasi tentang *track record* dari pasangan calon Walikota Binjai pada Pilkada serentak 2020.

Dan untuk menentukan pilihan Pasangan Calon Walikota Binjai ternyata pembatasan kampanye sangat berpengaruh besar terhadap variabel ini. Adapun pengaruhnya yakni mencapai 78,5%. Hal ini menunjukkan bahwa pemilih mengalami dilema untuk menentukan pilihan politiknya akibat adanya pembatasan kampanye terhadap setiap pasangan calon. Dan ini menunjukkan bahwa kampanye berpengaruh kuat bagi pemilih dalam menentukan pilihan politik mereka.

4.7.2. Dampak Pembatasan Kampanye Dalam Mendapatkan Informasi Kepemiluan

Selain menggunakan pengumpulan data melalui angket atau kuesioner seperti yang dijelaskan dalam teknik pengumpulan data, penelitian ini juga menggunakan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam. Teknik ini digunakan untuk membandingkan apakah hasil melalui pengumpulan angket relevan dengan hasil wawancara mendalam.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan beberapa elemen masyarakat seperti tokoh pemuda, tokoh perempuan, tokoh ormas, dll dapat

disimpulkan bahwa masyarakat tidak dapat menerima informasi kepemiluan secara luas. Informasi seperti latar belakang pasangan calon, visi-misi pasangan calon, track record pasangan calon, sulit didapatkan masyarakat dengan adanya pembatasan kampanye. (Lampiran Transkrip Wawancara kepada Masyarakat:)

Hal ini disebabkan karena masyarakat belum terbiasa dengan adanya pembatasan kampanye karena pandemi Covid-19. Sebagaimana biasanya saat gelaran pesta demokrasi (Pilkada) dilakukan selalu ramai dengan kegiatan-kegiatan kampanye yang dilakukan oleh pasangan calon Walikota dan Wakil Walikota. Baik itu kampanye secara beramai-ramai yang dilakukan di lapangan, kunjungan pasangan calon ke masyarakat, dan lain-lain terjadi pembatasan pada Pilkada 2020 kemarin.

Pada Pilkada tahun 2020, semua menggunakan kebiasaan dan peraturan baru yang telah diatur oleh pemerintah dalam PKPU NOMOR 13 TAHUN 2020 PASAL 58 tentang Pembatasan Kampanye yang berbunyi;

- (1) Partai Politik atau Gabungan Partai Politik, Pasangan Calon, Tim Kampanye, dan/atau pihak lain mengutamakan metode Kampanye pertemuan terbatas dan pertemuan tatap muka dan dialog sebagaimana dimaksud dalam Pasal 57 huruf a dan huruf b dilakukan melalui Media Sosial dan Media Daring.
- (2) Dalam hal pertemuan terbatas dan pertemuan tatap muka dan dialog sebagaimana dimaksud pada ayat
 - (1) tidak dapat dilakukan melalui Media Sosial dan Media Daring, pertemuan terbatas dan pertemuan tatap muka dan dialog dilakukan dengan ketentuan sebagai berikut:
 - a. dilaksanakan dalam ruangan atau gedung;
 - b. membatasi jumlah peserta yang hadir secara keseluruhan paling banyak 50 (lima puluh) orang dan memperhitungkan jaga jarak paling kurang 1 (satu) meter antarpeserta Kampanye sebagaimana dimaksud dalam Pasal 6 dan Pasal 9, serta dapat diikuti peserta Kampanye melalui Media Sosial dan Media Daring;

Maka, dengan adanya pembatasan kampanye tersebut, masyarakat mendapat informasi secara tidak merata sebagaimana pada Pilkada biasanya.

4.7.3. Upaya Pemanfaatan Teknologi Informasi sebagai Alternatif dalam Meminimalisir Keterbatasan Informasi Kepemiluan

Sebagaimana dengan hipotesis yang dibangun dalam penelitian ini berdasarkan bangunan teori dan hasil penelitian sebelumnya bahwa pembatasan kampanye akan berpengaruh terhadap informasi kepemiluan. Dan hal ini telah terbukti berpengaruh dengan melihat hasil perhitungan data kuantitatif dan hasil wawancara yang dilakukan dengan sejumlah tokoh.

Berdasarkan hal ini maka perlu juga diketahui sejauh mana upaya penyelenggara pemilu seperti Komisi Pemilihan Umum (KPU) dalam meminimalisir hal ini. Oleh sebab itu, penelitian ini juga menggali informasi kepada para penyelenggara pemilu.

Setelah melakukan wawancara mendalam dan observasi partisipatif, dapat ditemukan beberapa hal tentang upaya dari penyelenggara. Adapun landasan dari adanya pembatasan kampanye yakni karena Pandemi Covid-19 sehingga memunculkan Peraturan KPU (PKPU) untuk membatasi kampanye bagi pasangan-pasangan calon walikota yang berkompetensi.

Dengan adanya pembatasan kampanye, pasangan calon walikota mengalami kesulitan untuk berkomunikasi langsung dengan masyarakat. Begitu juga dengan masyarakat atau pemilih kesulitan dalam mengakses informasi kepemiluan. Namun, dengan kondisi ini apakah penyelenggara pemilu membuat upaya-upaya khusus atau alternatif lain agar pasangan calon tetap dapat berkomunikasi efektif ke pemilih dan pemilih tetap dapat menjangkau informasi yang luas.

Sebagaimana disampaikan oleh KPU Kota Binjai bahwa mereka telah mencoba melakukan upaya-upaya untuk meminimalisir kurang informasi kepemiluan. Upaya-upaya yang dilakukan berupa sosialisasi visi-misi calon melalui spanduk, debat kandidat, serta berkordinasi dengan unsur-unsur kepemiluan seperti PPK, PPS, dan Relawan Demokrasi.

Berdasarkan temuan data kuantitatif, wawancara mendalam, dan observasi dalam penelitian ini, KPU sudah berupaya untuk memaksimalkan, yakni dalam hal mengantisipasi minimnya informasi kepemiluan dengan memanfaatkan kemajuan teknologi informasi. Walaupun sudah melakukan beberapa upaya tersebut dengan memanfaatkan influencer dan platform media sosial, namun informasi kepemiluan bagi pemilih masih belum maksimal.

Hal ini menandakan bahwa masyarakat belum siap menghadapi perubahan pola sosialisasi, dari yang sebelumnya didominasi oleh pertemuan-pertemuan secara langsung, kini beralih ke pemanfaatan media digital.

Upaya untuk meminimalisir informasi yang dilakukan, seharusnya tidak hanya menjadi tugas bagi KPU saja tetapi juga bagi para pasangan calon. Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu komisioner KPU Kota Binjai mengatakan bahwa upaya meningkatkan partisipasi pemilih juga didukung oleh upaya pasangan calon dalam mengkampanyekan visi dan misinya kepada masyarakat. Namun hal ini masih kurang maksimal dilakukan oleh pasangan calon. Ini sesuai dengan hasil temuan data kuantitatif yang diperoleh, dimana informasi latar belakang pasangan calon, visi dan misi pasangan calon, serta *track record* pasangan calon tidak tersampaikan dengan maksimal kepada masyarakat. Sehingga hal ini mempengaruhi kurangnya informasi yang didapat masyarakat mengenai pasangan calon.

Upaya pasangan calon untuk mengkampanyekan dirinya kepada masyarakat seharusnya dapat dilakukan lebih gencar, meski adanya pembatasan kampanye. Karena hal itu dapat dilakukan pasangan calon dengan memanfaatkan perkembangan teknologi yang ada, misalnya dengan menggunakan platform media sosial seperti Facebook, Instagram, Youtube, dan Twitter atau melakukan kampanye secara daring melalui *Zoom Meeting* seperti yang dilakukan di masa pandemi ini.

Memang di masa Pandemi Covid-19 ada pembatasan untuk melakukan kampanye yang tertuang dalam PKPU No.13 Tahun 2020, yang mana pembatasan ini berlaku untuk pertemuan tatap muka. Namun untuk pertemuan secara daring tidak ada pembatasan yang diatur di dalamnya. Artinya, setiap pasangan calon bebas melakukan kampanye melalui daring, karena tidak ada batasan. Oleh karena

itu, dengan tidak adanya pembatasan kampanye daring ini seharusnya bisa menjadi sarana pasangan calon kepala daerah menyampaikan visi misi secara masif.

Kampanye daring dan pemanfaatan media sosial merupakan alternatif yang bisa dilakukan pasangan calon untuk kampanye, karena kampanye daring ini merupakan model kampanye yang dilakukan dengan tidak perlu mengadakan pertemuan dalam skala besar.

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

1. Adapun temuan yang didapatkan berdasarkan hasil survey dan perhitungan kuantitatif tentang dampak pembatasan kampanye terhadap informasi kepemiluan pada Pilkada serentak 2020 Kota Binjai, antara lain:
 - a. Ada hubungan atau pengaruh pembatasan kampanye bagi pemilih untuk mendapatkan informasi kepemiluan.
 - b. Pembatasan kampanye mempengaruhi kurangnya informasi tentang pasangan calon sebesar 56,9%.
 - c. Pembatasan kampanye mempengaruhi kurangnya informasi tentang latar belakang pasangan calon yang bertarung sebesar 60,8%.
 - d. Pembatasan kampanye mempengaruhi kurangnya informasi tentang visi dan misi pasangan calon sebesar 73,8%.
 - e. Pembatasan kampanye mempengaruhi kurangnya informasi tentang *track record* pasangan calon yang bertarung sebesar 51,5%.
 - f. Pembatasan kampanye mempengaruhi keputusan (dilema) dalam menentukan pilihan pasangan calon sebesar 78,5%.
2. Dampak yang dirasakan oleh masyarakat dengan adanya pembatasan kampanye antara lain masyarakat kurang mengetahui informasi tentang pasangan calon Walikota-Wakil Walikota Binjai pada Pilkada serentak 2020, masyarakat kurang mengetahui latar belakang pasangan calon Walikota-Wakil Walikota Binjai pada Pilkada serentak 2020, masyarakat kurang mengetahui visi-misi pasangan calon Walikota-Wakil Walikota Binjai pada Pilkada serentak 2020, masyarakat kurang mengetahui *track record* pasangan calon Walikota-Wakil Walikota Binjai pada Pilkada serentak 2020, dan masyarakat mengalami dilema dalam menentukan pilihan politik pada Pilkada serentak 2020 di Kota Binjai.
3. Adapun upaya-upaya yang dilakukan oleh penyelenggara Pemilu Kota Binjai untuk mengantisipasi minimnya informasi kepemiluan yang diterima masyarakat, antara lain: menggunakan media sosial sebagai sarana sosialisasi

dan berkordinasi dengan penyelenggara Pemilu yang lain seperti Panitia Pemilihan Kecamatan (PPK), Panitia Pemungutan Suara (PPS), dan Relawan Demokrasi.

5.2. Rekomendasi

Adapun beberapa rekomendasi yang bisa dihasilkan dari penelitian ini adalah :

1. KPU Kota Binjai hendaknya lebih mengaktifkan peranan tokoh-tokoh masyarakat, tokoh agama, tokoh pemuda dan tokoh perempuan dalam mensosialisasikan informasi kepemiluan.
2. KPU Kota Binjai meningkatkan penguatan sinergi antar lembaga dalam mensosialisasikan informasi kepemiluan.
3. KPU Kota Binjai meningkatkan peran dari PPK, PPS maupun KPPS sebagai perpanjangan-tangan KPU di tingkat kecamatan, kelurahan dan sampai ke lingkungan.
4. KPU Kota Binjai memaksimalkan konten media sosial yang menarik dan informatif dalam rangka sosialisasi Pilkada, sehingga membuat masyarakat tertarik untuk melihat konten tersebut dan tertarik untuk berpartisipasi.
5. Pasangan Calon hendaknya lebih memaksimalkan peranan media sosial untuk melakukan kampanye yang efektif kepada masyarakat, dalam bentuk yang lebih menarik.
6. Pasangan Calon hendaknya memanfaatkan kemajuan teknologi informasi dalam penyampaian visi misi dan program kerja seperti Webinar, Zoom Meeting, dan lain-lain, agar pemilih lebih mengetahui informasi tentang pasangan calon.

DAFTAR PUSTAKA

- Antar, Venus. 2004. *Manajemen Kampanye: Panduan Teoritis dan Praktis dalam Mengefetifkan Kampanye Komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatam Media
- Antar, Venus. 2012. *Manajemen Kampanye: Panduan Teoritis dan Praktis dalam Mengefetifkan Kampanye Komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatam Media
- Budihardjo, Miriam. 2008. *Dasar-Dasar Ilmu Politik* Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Damsar dan Cangara. 2010. *Pengantar Teori Sosiologi*. Jakarta: Prenada Media Group
- Ghozali, Iman. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS.25*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Kementerian Kesehatan RI, Direktorat Jendral Pencegahan dan Pengendalian Penyakit (P2P). 2020. *Pedoman Pencegahan dan Pengendalian Coronavirus Disesase (Covid-19)*. Jakarta
- Mujani, Syaiful, dkk. 2012. *Kuasa Rakyat (Cetakan ke- 1)*. Jakarta: PT. Mizan Pustaka
- Nimmo, Dan. 2009. *Komunikasi Politik: Komunikator, Pesan dan Media*. Bandung: Rosda
- Rahardjo, Satjipto. 2010. *Penegakan Hukum Progresif*. Jakarta: Kompas
- Sugiono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B*. Bandung: Alfabeta
- Tjandra, W. Riawan. 2013. *Hukum Keuangan Negara*. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana

Jurnal

Bailusy, M. Ausar. 2015. *Pilkada Demokrasi dan Partisipasi Politik*. Makassar: Prosiding Jurusan Ilmu Politik FISIP Unhas

De Salazar, PM. 2020. *Using predicted imports of 2019-nCoV cases to determine location that may not be indentifying all imported cases*

Fatimah, Siti. 2018. *Kampanye sebagai Komunikasi Politik: Esensi dan Strategi dalam Pemilu*. Jurnal Resolusi, Vol. 1 No.1

Handayani, Diah. 2020. *Penyakit Corona 2019*. Jurnal Respirologi Indonesia, Vol. 40 No. 2

Hasrullah. 2014. *Hubungan Iklan Politik dan Kandiadat Presiden Terhadap Tingkat Kognisi dan Sikap Politik Pemula*. Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol. 03 No.4

Ikfina.2020. *Dampak Pandemi Covid-19 Dalam Perspektif Gender di Indonesia*. Jurnal Kependudukan Indonesia. Badan Pusat Statistik Papua

Website

Wikipedia diakses pada tanggal 6 April 2021.