

**PENGGUNAAN ALAT PERAGA KAMPANYE  
SEBAGAI MEDIA SOSIALISASI PADA PEMILIHAN  
KEPALADESA TAHUN 2019 DI DESA SILO BONTO  
KECAMATAN SILAU LAUT  
KABUPATEN ASAHAN**

**SKRIPSI**

**OLEH:**

**PUTRI INDAH SARI  
NPM 1603110105**

**Program Studi Ilmu Komunikasi  
Konsentrasi Public Relations**



**UMSU**  
Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**

**MEDAN**

**2020**

**BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI**


بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Telah selesai diberikan bimbingan dalam penulisan skripsi sehingga naskah skripsi telah memenuhi syarat dan dapat disetujui untuk dipertahankan dalam ujian skripsi, oleh:

Nama : Putri Indah Sari  
NPM : 1603110105  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Penggunaan Alat Peraga Kampanye Sebagai Media Sosialisasi Pada Pemilihan Kepala Desa Tahun 2019 Di Desa Silo Bonto Kecamatan Silau Laut Kabupaten Asahan

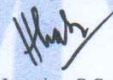
Medan, Juni 2020

Pembimbing

  
Dr. Anang Anas Azhar, M.A.


Disetujui oleh

Ketua Program Studi

  
Nurhasanah Nasution S.Sos., M.I.Kom

Dekan

  
Dr. Arifin Saleh, S.Sos., MSP

Unggul |  | Terpercaya

PENGESAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Skripsi ini telah dipertahankan di depan Tim Penguji Ujian Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Oleh :

Nama : Putri Indah Sari

NPM : 1603110105

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Waktu : Pukul 08.30 WIB s/d selesai

TIM PENGUJI


PENGUJI I : Rahmanita Ginting, S.Sos., M.A., Ph.D. (.....)

PENGUJI II : Elvita Yenni S.S., M.Hum (.....)

PENGUJI III : Dr. Anang Anas Azhar, M.A. (.....)

PANITIA PENGUJI

Ketua

  
Dr. Arifir Saleh, S.Sos., MSP

Sekretaris

  
Drs. Zulfahna, M.I.Kom

Unggul | Cerdas | Terpercaya

### PERNYATAAN

Dengan ini saya Putri Indah Sari, NPM 1603110105 menyatakan dengan sungguh- sungguh :

1. Saya menyadari bahwa memalsukan karya ilmiah dalam segala bentuk yang dilarang oleh undang- undang, termasuk pembuatan karya ilmiah orang lain dengan sesuatu imbalan, atau memplagiat atau menjiplak atau mengambil karya orang lain, adalah tindakan kejahatan yang harus dihukum menurut undang- undang yang berlaku.
2. Bahwa hasil skripsi ini adalah hasil karya tulisan saya sendiri, bukan karya orang lain, atau karya plagiat, atau karya jiplakan dari orang lain.
3. Bahwa didalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh kesarjanaaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Bila kemudian hari terbukti pernyataan saya ini tidak benar, saya bersedia mengajukan banding menerima sanksi :

1. Skripsi saya ini beserta nilai- nilai hasil ujian skripsi saya dibatalkan
2. Pencabutan kembali gelar kesarjanaaan yang telah saya peroleh, serta pembatalan dan penarikan ijazah sarjana dan transkrip nilai yang saya terima.

Medan, Agustus 2020

Yang Menyatakan



Putri Indah Sari

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karuniaNya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Shalawat dan salam senantiasa tercurah kepada Rasulullah SAW yang mengantarkan manusia dari zaman kegelapan ke zaman yang terang benderang ini. Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi sebagian syarat-syarat guna mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Penulis menyadari bahwa penulisan ini tidak dapat terselesaikan tanpa dukungan dari berbagai pihak baik moril maupun materil. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada Kedua orang tua, ayahanda Sugeng dan ibunda tersayang Suliah yang telah memberikan dukungan baik mori lmaupun materil serta doa yang tiadahenti-hentinya kepada penulis. Penulis juga ingin mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Bapak Dr. Agussani, M.AP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Bapak Dr. Arifin Saleh, S.Sos.,MSP selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Drs. Zulfahmi, M.I.Kom selaku Wakil Dekan I, dan Bapak Abrar Adhani, S.Sos.,M.I.Kom selaku Wakil Dekan III.

4. Ibu Nurhasanah Nasution, S.Sos.,M.I.Kom selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara dan Bapak Akhyar Anshori S.Sos.,M.I.Kom selaku sekretaris program studi Ilmu Komunikasi.
5. Bapak Dr. Anang Anas Azhar, M.A. selaku Dosen pembimbing yang telah banyak membantu memberikan masukan, memberi motivasi dan percaya diri penulis,serta bimbingan dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen dan Pegawai Biro Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Bapak Rusli selaku Kepala Desa Silo Bonto yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian di Desa Silo Bonto.
8. Bapak Erwin selaku Panitia Pemilihan Kepala Desa Silo Bonto Tahun 2019 dan narasumber Khairul, Surianti, Dian Hadi Syahputra, Sariani dan Salfiati ysng telah bersedia menjadi narasumber dalam penelitian skripsi ini.
9. Ibu tersayang, Kakak serta keluarga yang tidak henti-hentinya mendoakan dan memberikan dukungan kepada penulis.
10. Sahabat terbaik Leo Yowanda yang telah membantu dan mendoakan serta memberikan semangat setiap harinya dalam penyelesaian skripsi ini.
11. Teman-teman terbaik Ary Sofyan, Muhammad Azhar dan Khairunnisa Aprilia yang telah membantu dan mendoakan penulis.
12. Seluruh teman-teman seangkatan, terutama teman-teman sekelas yang selalu mengisi hari-hari menjadi sangat menyenangkan.

13. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu dan mendoakan serta memberikan dukungan kepada penulis.

Rasa hormat dan terimakasih bagi semua pihak atas segala dukungan dan doanya semoga Allah SWT., membalas segala kebaikan yang telah mereka berikan kepada penulis. Amin.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan semua pihak khususnya dalam bidang Ilmu Komunikasi.

**Medan, Juni 2020**

**Penulis,**

**Putri Indah Sari**

**NPM : 1603110105**

**PENGGUNAAN ALAT PERAGA KAMPANYE SEBAGAI MEDIA  
SOSIALISASI PADA PEMILIHAN KEPALA DESA TAHUN 2019 DI  
DESA SILO BONTO KECAMATAN SILAU LAUT KABUPATEN  
ASAHAN**

**Oleh:**

**PUTRI INDAH SARI**

**NPM: 1603110105**

**ABSTRAK**

Pilkades atau Pemilihan kepala desa adalah salah satu bentuk demokrasi langsung di pedesaan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana penggunaan alat peraga kampanye sebagai media sosialisasi pada pemilihan Kepala Desa tahun 2019 di Desa Silo Bonto Kecamatan Silau Laut Kabupaten Asahan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan teori komunikasi yang berkenaan adalah teori komunikasi model David K. Berlo. Model komunikasi Berlo dikenal dengan model SMCR yaitu kepanjangan dari *Source* (sumber), *Message* (pesan), *Channel* (saluran), dan *Receiver* (penerima). Hasil yang diperoleh adalah Panitia Pemilihan Kepala Desa melakukan beberapa cara kampanye salah satunya melalui alat peraga kampanye berupa spanduk. Latar belakang pemilihan spanduk sebagai media sosialisasi juga dikarenakan biaya pembuatan spanduk tidak terlalu banyak memakan dana, penyebaran informasinya dapat dilakukan di berbagai tempat sekaligus dengan memasang spanduk di berbagai tempat, spanduk dapat dilihat dan dibaca bagi siapa saja yang melihatnya, pembuatan spanduk juga praktis. Pada dasarnya masyarakat pedesaan adalah masyarakat yang kebanyakan pengetahuan tentang politiknya masih standar sehingga penggunaan bahasa yang sederhana dipilih untuk mempermudah penyampaian pesan, penggunaan bahasa politik yang terlalu mendalam tidak akan efektif jika dilakukan pada masyarakat pedesaan.

**Kata kunci : Kampanye, sosialisasi, pemilihan Kepala Desa**



## DAFTAR ISI

Halaman :

**HALAMAN JUDUL**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**HALAMAN PERNYATAAN**

**KATA PENGANTAR** ..... i

**ABSTRAK** ..... iv

**DAFTAR ISI** ..... v

**DAFTAR TABEL** ..... viii

### **BAB I: PENDAHULUAN**

1.1. Latar Belakang ..... 1

1.2. Pembatasan Masalah ..... 5

1.3. Rumusan Masalah ..... 5

1.4. Tujuan Penelitian ..... 5

1.5. Manfaat Penelitian ..... 6

1.6. Sistematika Penulisan ..... 7

### **BAB II: URAIAN TEORETIS**

2.1. Pengertian Komunikasi ..... 9

2.2. Komunikasi Politik ..... 11

2.2.1. Unsur-unsur Komunikasi Politik ..... 12

2.2.2. Fungsi dan Tujuan Komunikasi Politik .....	14
2.3.Komunikasi Non Verbal .....	16
2.3.1. Pengertian Komunikasi Nonverbal .....	16
2.3.2. Fungsi Komunikasi Nonverbal .....	17
2.4.Alat Peraga Kampanye.....	18
2.4.1. Bentuk-bentuk Alat Peraga Kampanye.....	19
2.4.2. Jenis-jenis Kampanye .....	20
2.4.3. Unsur-unsur Pokok Kampanye .....	21
2.5.Peraturan Daerah Kabupaten Asahan No. 2 Tahun 2016 Tentang Tata Cara Pemilihan Kepala Desa.....	24
2.6.Media Sosialisasi .....	31
2.6.1. Jenis Sosialisasi.....	33
2.6.2. Tujuan Sosialisasi .....	33
2.6.3. Media Komunikasi.....	34
2.6.4. Karakteristik Media dan Saluran .....	36
2.7.Pemilihan Kepala Desa .....	39
2.8.Deso Silo Bonto .....	44

### **BAB III: METODE PENELITIAN**

3.1.Jenis Penelitian.....	45
3.2.Kerangka Konsep.....	46
3.3.Definisi Konsep .....	47
3.4.Kategorisasi.....	49
3.5.Informan atau Narasumber.....	50

3.6. Teknik Pengumpulan Data.....	50
3.7. Teknik Analisis Data.....	52
3.8. Waktu dan Lokasi Penelitian .....	52
 <b>BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1. Hasil Penelitian .....	54
4.1.1. Pandangan Informan/Narasumber .....	54
4.1.2. Gambaran Narasumber .....	60
4.2. Pembahasan.....	61
4.2.1. Panitia Pemilihan Kepala Desa.....	61
4.2.2. Alat Peraga Kampanye Yang Dibuat Panitia.....	62
4.2.3. Pesan Kampanye Panitia.....	65
4.2.4. Media Yang Digunakan .....	67
4.2.5. Khalayak Sasaran Kampanye .....	69
 <b>BAB V: PENUTUP</b>	
5.1. Kesimpulan .....	71
5.2. Saran .....	71
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	73
<b>LAMPIRAN</b> .....	75

**DAFTAR TABEL**

Tabel 2.1 .....	23
Tabel 4.1 .....	60

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

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

Pemilihan Kepala Desa atau Pilkades merupakan sebuah kata yang sudah tidak asing lagi dan diperbincangkan oleh sebagian besar masyarakat khususnya masyarakat pedesaan di masa demokrasi saat ini. Pemilihan Kepala Desa erat kaitannya dengan kehidupan pemerintah desa yang nantinya berperan sebagai motor penggerak bagi kesejahteraan masyarakatnya.

Didalam kehidupan politik tidak sedikit pihak-pihak masyarakat berperan demi terlaksannya kehidupan politik yang tidak terlepas dari cita-cita untuk memakmurkan rakyatnya. Adanya pemilihan kepala Pemerintahan di Desa ada terdapat pihak-pihak yang menggerakkan partisipasi masyarakat dalam pemilihan tersebut, mulai dari masyarakat itu sendiri, tokoh masyarakat, tokoh pemuda maupun pihak-pihak yang terlibat langsung dengan jalannya proses pemilihan Kepala Desa ini.

Pemilihan Kepala Desa adalah salah satu bentuk demokrasi langsung di pedesaan. Dalam praktek demokrasi seperti ini yang terpenting dikedepankan adalah proses pemilihan yang memegang teguh tiga aspek penting, yaitu aspek kompetisi antar calon, partisipasi dan kebebasan. Aspek kompetisi berkaitan dengan orang-orang yang mencalonkan diri sebagai kepala desa. Demokrasi pemerintahan di daerah merupakan suatu ajang pendidikan politik yang relevan bagi warga negara didalam suatu masyarakat yang demokratis.

Pilkades atau sering disebut Pemilihan Kepala Desa adalah suatu pemilihan Kepala Desa untuk mencari pemimpin terbaik yang nantinya punya hak untuk mengatur desa berdasarkan hak dan kekuasaannya. Kepala desa merupakan jabatan yang dapat diduki oleh warga biasa. Pilkades dilakukan dengan melakukan pencoblosan, pilkades merupakan pesta demokrasi rakyat di daerahnya, kegiatan ini merupakan suatu kegiatan politik yang menarik bagi masyarakat juga sebagai hiburan.

Pemilihan Kepala Desa telah adasebelum era pilkada langsung. Seperti yang terjadi di tahun ini Pilkades dilakukan secara serentak dalam satu kabupaten yang di fasilitasi oleh pemerintah daerah sesuai peraturan yang berlaku. Hal ini dilakukan pelaksanaannya lebih efektif, efisien dan lebih terkoordinasi dari sisi keamanan.

Dalam pemilihan Kepala Desa di Desa Silo Bonto ini merupakan ajang paling di nantikan oleh masyarakat Desa Silo Bonto karena dengan adanya Pilkades maka akan terjadilah pergantian pemimpin yang diharapkan jauh lebih baik dari pemimpin yang lama.

Alat peraga adalah suatu alat atau benda yang bisa diserap oleh mata dan panca indera lainnya dengan tujuan dapat membantu tercapainya tujuan. Alat peraga bertujuan untuk mengkomunikasikan atau memberikan pesan kepada siapa yang membaca dan melihatnya. Sedangkan pengertian kampanye adalah alat komunikasi antar perseorangan atau kelompok dengan tujuan mempengaruhi orang yang mengikuti. Jadi, secara keseluruhan pengertian alat peraga kampanye adalah suatu alat komunikasi yang berbentuk perseorangan dengan tujuan

mempengaruhi atau memberikan informasi, pesan kepada siapa yang menjadi target dalam kampanye tersebut.

Upaya dari pihak tertentu dalam menarik partisipasi politik adalah kampanye. Dengan menggunakan alat peraga kampanye dapat menyampaikan pesan-pesan dan tujuan kedepannya untuk membentuk opini, sikap dan partisipasi masyarakat sehingga mereka memberikan dukungan dan suara kepada calon kepala desa yang bersangkutan.

Mayoritas masyarakat yang mempunyai hak pilih mendapatkan informasi calon dalam pilkada bukan dari kontak langsung para calonnya atau dengan para praktisi politik (politisi) ataupun tim sukses kampanye, melainkan melalui alat peraga kampanye. Misalnya spanduk. Semua bentuk alat peraga kampanye pada prinsipnya merupakan suatu alat yang dipakai untuk mempengaruhi masyarakat, khususnya pemilik hak pilih, supaya memberikan hak pilihnya ke Tempat Pemungutan Suara (TPS) yang telah disediakan. Serta memberikan informasi calon yang telah terdaftar menjadi calon Kepala Desa. Maka diperlukan bahasa yang mampu diterima oleh public sehingga mampu memberi kesan positif.

Pembentukan panitia pemilihan yang terdiri dari unsur perangkat desa, pengurus lembaga kemasyarakatan, dan tokoh masyarakat. Panitia melakukan pemeriksaan identitas bakal calon kepala desa sesuai dengan persyaratan calon Kepala Desa. Bakal calon Kepala Desa yang telah memenuhi persyaratan dapat ditetapkan sebagai calon Kepala Desa lalu di informasikan kepada masyarakat di tempat-tempat terbuka sesuai dengan kondisi sosial budaya masyarakat setempat.

Panitia Pemilihan Kepala Desa sendiri merupakan seperangkat orang yang telah dipilih sebagai satu tim yang menjalankan tugas nya demi terwujud nya pemilihan secara aman dan damai. Panitia bertanggung jawab atas jalan nya pemilihan sampai dengan hasil akhir dari pemilihan tersebut, panitia juga dituntu untuk dapat menggerakkan partisipasi masyaarakat dengan berbagai cara mulai dari dengan melakukan sosialisasi langsung maupun melakukan pembreitahuan dan pengumuman melalui alat peraga ataupun selebaran kertas yang berisikan pemberitahuan mengenai Pemilihan Kepala Desa yang akan dilaksanakan.

Pada Pemilihan Kepala Desa ini Panitia Pemilihan Kepala Desa menggunakan beberapa alat peraga kampanye sebagai media sosialisasi kepada masyarakat berbentukspanduk dan beberapa lembar mengenai contoh surat suara, foto calon Kepala Desa. Melalui alat peraga kampanye ini panitia menginformasikan tanggal pencoblosan, foto para calon serta slogan yang digunakan guna menarik perhatian. Melalui alat peraga ini masyarakat dapat melihat dan menentukan pilihan.

Terwujudnya sistem pemerintahan Desa yang adil, aman serta menngedepankan rakyatnya merupakan harapan dari seluruh masyarakat. Dengan adanya pemilihan Kepala Desa ini masyarakat sangat mengharapkan adanya perubahan yang dapat meningkatkan dampak yang positif bagi kehidupan masyarakat dan juga desa untukkedepan nya.

Berdasarkan dari sebuah permasalahan dan pemikiran diatas peneliti tertarik untuk meneliti lebih jauh lagi kedalam bentuk penelitian yang berjudul “Penggunaan Alat Peraga Kampanye Sebagai Media Sosialisasi Pada Pemilihan



Kepala Desa Tahun 2019 Di Desa Silo Bonto Kecamatan Silau Laut Kabupaten Asahan”.

## **1.2. Pembatasan Masalah**

Dalam penelitian ini, penulis membatasi masalah yang akan diuraikan hanya dalam penggunaan alat peraga kampanye sebagai media sosialisasi dalam pemilihan kepala desa tahun 2019 di Desa Silo Bonto Kecamatan Silau Laut Kabupaten Asahan. Penelitian ini dikhususkan pada Panitia Pelaksana Pemilihan Kepala Desa tahun 2019 di Desa Silo Bonto. Hal-hal lain yang tidak bersangkutan tidak akan diuraikan dalam penelitian ini.

## **1.3. Rumusan Masalah**

Berdasarkan pemaparan latar belakang masalah yang ada di atas, maka penulis merumuskan suatu permasalahan yang akan diteliti adalah: Bagaimanapenggunaan alat peraga kampanye sebagai media sosialisasi pada pemilihan kepala Desa tahun 2019 di Desa Silo Bonto Kecamatan Silau Laut Kabupaten Asahan?

## **1.4. Tujuan Penelitian**

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui penggunaan alat peraga kampanye sebagai media sosialisasi pada pemilihan Kepala Desa tahun 2019 di Desa Silo Bonto Kecamatan Silau Laut Kabupaten Asahan.

### **1.5. Manfaat Penelitian**

Sebuah penelitian hendaknya dapat memberikan manfaat tertentu. Demikian pula manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah:

#### **a. Manfaat Teoretis**

1) Untuk menambah khazanah ilmu pengetahuan tentang penggunaan alat peraga kampanye sebagai media sosialisasi pada pemilihan kepala desa tahun 2019 di Desa Silo Bonto Kecamatan Silau Laut Kabupaten Asahan.

2) Hasil penelitian diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan masukan bagi pengembangan Ilmu Komunikasi dan memperbanyak referensi penelitian bagi mahasiswa khususnya dalam penelitian-penelitian selanjutnya yang mengangkat tema sama.

#### **b. Manfaat Praktis**

1) Untuk menambah wawasan dan ilmu pengetahuan bagi penulis mengenai penggunaan alat peraga kampanye sebagai media sosialisasi pada pemilihan Kepala Desa tahun 2019 di Desa Silo Bonto Kecamatan Silau Laut Kabupaten Asahan.

2) Dapat dijadikan sebagai rujukan awal atau perbandingan untuk penelitian selanjutnya.

#### **c. Manfaat Akademis**

Penelitian ini dapat berguna terhadap perkembangan ilmu pengetahuan, diantaranya dapat berguna dalam memperluas teori dan kajian ilmu komunikasi

pada umumnya, dan bidang dunia public relation pada khususnya. Kemudian hasil penelitian ini pun diharapkan dapat menjadi sebuah rujukan bagi para peneliti dalam penelitian selanjutnya. dan memperkaya khasannah penelitian di kalangan FISIP UMSU serta menjadi sumber bacaan di lingkungan FISIP UMSU khususnya ilmu komunikasi.

## **1.6. Sistematika Penulisan**

### **Bab I           Pendahuluan**

Bab ini membahas latar belakang masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

### **Bab II           Uraian Teoretis**

Bab ini mengemukakan teori-teori yang mendasari dan mendukung penelitian. Didalam bab ini akan dibahas mengenai pengertian komunikasi, alat peraga kampanye, bentuk-bentuk alat peraga kampanye, jenis-jenis kampanye, Peraturan Daerah Kabupaten Asahan No.2 Tahun 2016 tentang tata cara Pemilihan Kepala Desa, unsur-unsur pokok kampanye.

### **Bab III Metode Penelitian**

Bab ini menjelaskan persiapan dan pelaksanaan penelitian yang menguraikan tentang jenis penelitian, kerangka konsep, definisi konsep, kategorisasi penelitian, informan dan narasumber, teknik

pengumpulan data, teknik analisis data, waktu dan lokasi penelitian.

#### **Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan**

Bab ini berisikan hasil penelitian dan pembahasan.

#### **Bab V Penutup**

Bab ini berisikan kesimpulan dan saran.

## **BAB II**

### **URAIAN TEORETIS**

Pengertian Teori adalah serangkaian bagian atau variabel, definisi, saling berhubungan yang menghadirkan sebuah pandangan sistematis mengenai fenomena dengan menentukan hubungan antar variabel, dengan menentukan hubungan antar variabel, dengan maksud menjelaskan fenomena alamiah. Menurut Soerjono Soekanto, suatu teori pada hakikatnya merupakan hubungan antara dua fakta atau lebih, atau pengaturan fakta menurut cara-cara tertentu. Fakta merupakan sesuatu yang dapat diamati dan pada umumnya dapat diuji secara empiris. Oleh sebab itu dalam bentuk yang paling sederhana, teori merupakan hubungan antara dua variabel atau lebih yang telah diuji kebenarannya (Afrizal, 2015: 23)

#### **2.1. Pengertian Komunikasi**

Kata atau istilah komunikasi (dari bahasa Inggris "*communicaton*"), secara etimologis atau menurut asal katanya adalah dari bahasa Latin "*communicatus*", komunikasi berasal dari bahasa latin '*communicatio*' yang berarti "pemberitahuan" atau "pertukaran pikiran" dan perkataan ini bersumber pada kata *communis*. Dalam kata lain *communis* ini memiliki makna "berbagi" atau 'menjadi milik bersama' yaitu suatu usaha yang memiliki tujuan untuk kebersamaan atau kesamaan makna. Komunikasi secara terminologis merujuk pada adanya proses penyampaian suatu pernyataan oleh seseorang kepada orang lain. Jadi dalam pengertian ini yang terlibat dalam komunikasi adalah manusia (Mulyana, 2007:

61). Komunikasi merupakan aktivitas dasar manusia. Dengan berkomunikasi, manusia dapat saling berhubungan satu sama lain baik dalam kehidupan sehari-hari di rumah tangga, di tempat pekerjaan, di pasar, dalam masyarakat atau dimana saja masyarakat berada. Tidak ada manusia yang tidak akan terlibat dalam komunikasi. Pentingnya komunikasi bagi manusia Harold Lasswell dalam karyanya, *The Structure and Function of Communication in Society* (Effendy, 2005: 10), mengatakan bahwa “(Cara yang baik untuk menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut) *Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?* atau siapa mengatakan apa dengan saluran apa kepada siapa dengan pengaruh bagaimana?” tidaklah dapat dipungkiri. Dengan adanya komunikasi yang baik suatu hubungan dapat berjalan lancar dan berhasil, begitu juga sebaliknya, kurangnya atau tidak adanya komunikasi dalam suatu hubungan dapat menjadikan berantakan.

Sedangkan menurut Effendy, (1984: 6). Komunikasi adalah peristiwa penyampaian ide manusia. Dari pengertian ini dapat disimpulkan bahwa komunikasi merupakan suatu proses penyampaian pesan yang dapat berupa pesan informasi, ide, emosi, keterampilan dan sebagainya melalui simbol atau lambang yang dapat menimbulkan efek berupa tingkah laku yang dilakukan dengan media-media tertentu.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teori komunikasi. Teori komunikasi yang digunakan adalah teori komunikasi model David K. Berlo. Model komunikasi Berlo dikenal dengan model SMCR yaitu kepanjangan dari *Source* (sumber), *Message* (pesan), *Channel* (saluran), dan *Receiver* (penerima).

Menurut Berlo (Mulyana, 2007: 162) mengemukakan bahwa sumber adalah pihak yang menciptakan pesan, baik seseorang ataupun suatu kelompok. Pesan adalah terjemahan gagasan ke dalam kode simbolik, seperti bahasa atau isyarat: saluran adalah medium yang membawa pesan: dan penerima adalah orang yang menjadi sasaran komunikasi.

## **2.2 Komunikasi politik**

Dapat dipahami bahwa komunikasi politi menunjukkan suatu proses pertukaran pesan yang dilakukan oleh komunikator politik. Komunikasi politik dapat juga dikatakan sebagai proses komunikasi yang didalamnya memiliki bobot politik dan konsekuensi komunikasi yang dilakukan adalah pesan politik yang mengatur tngkah laku manusia. Artinya, bahwa komunikasi politik merupakan kegiatan yang bertujuan untuk menyampaikan pesan-pesan politik kepada orang lain, dalam rangka menuju keteraturan. Keteraturan dapat terwujud ketika komunikasi diarahkan kepada pencapaian suatu pengaruh sedemikian rupa, sehingga masalah yang dibahas oleh jenis kegiatan komunikasi ini, dapat mengikat semua warganya melalui suatu sanksi yang ditentukan bersama oleh lembaga-lembaga politik. Lebih tegas lagi dipahami, bahwa komunikasi politik dapat diartikan sebagai suatu aktivitas komunikasi yang mempunyai konsekuensi politik. Oleh Ramlan Subakti mendefinisikan komunikasi politik sebagai proses pennyampaian informasi mengenai politik dari pemerintah kepada masyarakat dan dari masyarakat kepada pemerintah (Azhar, 2017: 65).

Komunikasi politik adalah proses dimana informasi politik yang relevan diteruskan dari suatu bagian sistem politik kepadalainnya, dan di teruskan dari suatu bagian sistem politik kepada bagian lainnya, dan di antara sistem-sistem sosial dengan sistem-sistem politik. Kejadian tersebut merupakan proses yang berkesinambunngan, melibatkan pula pertukaran informasi diantara individu-individu dengan kelompok-kelompok pada semua tingkatan masyarakat sehingga melahirkan budaya politik (Azhar, 2017: 66).

### **2.2.1. Unsur-unsur Komunikasi Politik**

Sebagaimana unsur komunikasi pad umumnya, maka komunikasi politik terdiri dari beberapa unsur yaitu:

#### **a. Komunikator Politik**

Dalam komunikasi politik, yang dimaksud komunikator yaitu individu-individu yang berada dalam suatu instansi, asosiasi, partai politik, lembaga-lembaga pengelola media massa dan tokoh-tokoh masyarakat. Dalam berbagai kajian komunikasi, dipahami bahwa komunikator merupakan sumber utama aktivitas komunikasi. Sebab itu, jika suatu proses komunikasi tidak berhasil dengan baik, maka kesalahan utama bersumber dari komunikasi, karena komunikatorlah yang tidak memahami penyusunan pesan, memilih media yang tepat dan melakukan pendekatan yang baik kepada khalayak menjadi sasaran atau target komunikasi.



b. Komunikasikan

Komunikasikan adalah subyek yang dituju oleh komunikator (pengirim/penyampai pesan), yang menerima pesan-pesan (berita, informasi, pengertian) berupa lambang-lambang yang mengandung arti atau makna. Sebagaimana komunikator, komunikasikan yang menjadi sasaran komunikasi juga dapat dalam bentuk individu maupun banyak orang, misalnya dalam bentuk kelompok kecil, kelompok besar, organisasi, bahkan masyarakat umum.

c. Isi (pesan-pesan) komunikasi

Isi (pesan-pesan) komunikasi merupakan produk penguasa setelah melalui proses encoding atau setelah diformulasikan kedalam simbol-simbol sesuai lingkup kekuasaan.

d. Media komunikasi

Dalam sistem politik yang bagaimanapun bentuk dan sifatnya media komunikasi mendapat tempat yang cukup penting. Media komunikasi menjadi pusat perhatian penguasa sebagai alat untuk mendapat legitimasi rakyat dalam melakukan kebijaksanaan dan sekaligus memperkuat kedudukan penguasa melalui pesan-pesan komunikasi yang telah dipresentasikan kedalam simbol-simbol kekuasaan. Media yang dapat digunakan untuk komunikasi bermacam-macam, mulai dari media lama, seperti media cetak, media elektronik, media tradisional sampai kepada

media baru, seperti internet yang telah memediasi munculnya media-media sosial, seperti *facebook*, *twitter*, *path*, dan lain-lain (Azhar, 2017: 75)

e. Tujuan dan Efek Komunikasi

Efek komunikasi politik yang diharapkan adalah terciptanya pemahaman terhadap sistem politik, atau sistem pemerintahan dan partai-partai politik, dimana nuansanya akan bermuara pada pemberian suara (*vote*) dalam pemilihan umum. Dengan demikian dipahami bahwa efek adalah hasil dari penerimaan pesan atau informasi yang disampaikan oleh komunikator kepada masyarakat sebagai sasaran komunikasi politik, sehingga dapat dipastikan bahwa setiap program komunikasi yang dilakukan mempunyai tujuan, yakni mempengaruhi target sasaran.

Dalam komunikasi politik, untuk mencapai tujuan maka sumber-sumber komunikasi dikelola secara bijak melalui perencanaan yang matang dan terarah. Sifat dan bentuk tujuan yang hendak dicapai akan sangat tergantung pada sistem politik yang mendasarinya (Azhar, 2017: 76).

### **2.2.2. Fungsi dan Tujuan Komunikasi Politik**

Sebagaimana telah dijelaskan di atas, bahwa komunikasi politik merupakan prasyarat yang diperlukan bagi berlangsungnya fungsi-fungsi lainnya seperti fungsi artikulasi, agregasi, sosialisasi, dan rekrutmen.

Penjelasan McNair memiliki kaitan erat dengan penjelasan Hedebro, bahwa komunikasi politik berfungsi untuk:

1. Memberikan informasi kepada masyarakat terhadap usaha-usaha yang dilakukan lembaga politik maupun dalam hubungannya dengan pemerintah dan masyarakat.
2. Melakukan sosialisasi tentang kebijakan program dan tujuan lembaga.
3. Memberi motivasi kepada politisi, fungsionaris dan pendukung partai.
4. Menjadi platform yang dapat menampung ide-ide masyarakat, sehingga menjadi bahan pembicaraan dalam bentuk opini publik
5. Mendidik masyarakat dengan pemberian informasi, sosialisasi tentang cara memilih dan menggunakan hak mereka sebagai pemberi suara.
6. Menjadi hiburan masyarakat sebagai pesta demokrasi.
7. Memupuk integrasi dengan mempertinggi rasa kebanggaan guna menghindari konflik dan ancaman berupa tindakan separatis yang mengancam persatuan nasional.
8. Menciptakan iklim perubahan dengan mengubah struktur kekuasaan melalui informasi untuk mencari dukungan masyarakat luas terhadap gerakan reformasi dan demokrasi.
9. Meningkatkan kativitas politik masyarakat melalui siaran berita, *agenda setting*, maupun komentar-komentar politik.
10. Menjadi pengawal bagi terciptanya *good governance* yang transparan dan akutabel (Azhar, 2017: 77)

## **2.3. Komunikasi Non Verbal**

### **2.3.1. Pengertian Komunikasi Nonverbal**

Komunikasi non verbal merupakan salah satu komunikasi yang sering digunakan dalam presentasi, dimana penyampaiannya bukan dengan kata-kata ataupun suara tetapi melalui gerakan anggota tubuh yang sering dikenal dengan istilah bahasa isyarat atau body language. Selain itu juga, penggunaan bahasa non verbal dapat melalui kontak mata, penggunaan objek seperti pakaian, potongan rambut, dan penggunaan simbol-simbol. Komunikasi non verbal merupakan media untuk mengekspresikan emosi dan juga informasi yang spesifik. Seperti yang dikatakan Morreale, Spitzberg dan barge bahwa “Manusia menggunakan pesan non verbal untuk menjelaskan keadaan sosial dan emosi dari hubungan dan interaksi.

Komunikasi nonverbal merupakan atribut tindakan seseorang, selain dari penggunaan kata-kata yang mana komunikasi nonverbal maknanya dapat ditunjukkan secara sosial. Makna tersebut dapat dikirimkan dengan sengaja atau memnang sengaja ditafsirkan, dengan dikirim secara sadar atau diterima secara sadar dan memiliki potensi untuk mendapatkan umpan balik daei penerima.

Mark L. Knapp dan J.T. Hall (2022) menyatakan bahwa komunikasi nonverbal merujuk pada komunikasi yang dihasilkan oleh beberapa makna lain selain kata-kata. Menurut Mark L. Knapp, Judith T.

Hall, dan Terrence G. Horgan (2014 :4), komunikasi nonverbal memiliki 3 (tiga) aspek utama, yaitu:

- 1) mengirim pesan-pesan nonverbal
- 2) menerima pesan-pesan nonverbal
- 3) hubungan yang kompleks antara pengiriman dan penerimaan pesan-pesan nonverbal.

### **2.3.2. Fungsi komunikasi nonverbal**

Adapun fungsi komunikasi nonverbal umumnya menurut Deddy Mulyana dalam bukunya Ilmu Komunikasi suatu pengantar mengutip kerangka berfikir Willian I. Gorden mengenai fungsi-fungsi komunikasi yang dibagi menjadi empat bagian:

#### **1) Fungsi Komunikasi Sosial**

Komunikasi itu penting membangun konsep diri kita, aktualisasi diri, kelangsungan hidup untuk memperoleh kebahagiaan, terhindar dari tekanan. Pembentukan konsep diri, konsep diri adalah pandangan mengenai siapa diri kita dan itu hanya bisa kita peroleh lewat informasi yang diberikan orang lain kepada diri kita.

#### **2) Fungsi Komunikasi Ekspresif**

Komunikasi ekspresif dapat dilakukan sejauh komunikasi tersebut menjadi instrumen untuk menyampaikan perasaan-perasaan (emosi kita) melalui pesan-pesan nonverbal.

#### **3) Fungsi Komunikasi Instrumental**

Komunikasi Instrumental mempunyai beberapa tujuan umum: menginformasikan, mengajar, mendorong, mengubah sikap dan keyakinan dan mengubah perilaku atau menggerakkan tindakan dan juga untuk menghibur (persuasif) suatu peristiwa komunikasi sesungguhnya seringkali mempunyai fungsi-fungsi tumpang tindih, meskipun salah satu fungsinya sangat menonjol dan mendominasi (Mulyana, 2010: 5)

#### **2.4. Alat Peraga Kampanye**

Alat Peraga Kampanye menurut PKPU (Peraturan Komisi Pemilihan Umum) No. 7 Tahun 2015 tentang pencalonan pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur, Bupati dan Wakil Bupati, dan/atau Walikota dan Wakil Walikota adalah semua benda atau bentuk lain yang memuat visi, misi, program, dan, atau informasi lainnya yang dipasang untuk keperluan Kampanye Pemilu yang bertujuan untuk mengajak orang memilih Peserta Pemilu dan/atau calon Gubernur dan Wakil Gubernur, Bupati dan Wakil Bupati, dan/atau Walikota dan Wakilwalikota tertentu. Konten atau isi bahan kampanye tersebut memuat visi, misi, dan program kandidat atau pasangan kandidat, symbol-simbol, atau tanda gambar pasangan calon. Kata-kata atau gambar yang dimuat bertujuan mengajak orang memilih kandidat atau pasangan kandidat tertentu.

Rogers dan Storey (1987) mendefinisikan kampanye sebagai “serangkaian tindakan komunikasi yang terencana dengan tujuan menciptakan efek tertentu pada sejumlah besar khalayak yang dilakukan secara berkelanjutan pada kurun waktu tertentu”.

Pfau dan Parrot (1993: dalam Venus, 2012: 8) Kampanye adalah suatu proses yang dirancang secara sadar, bertahap dan berkelanjutan yang dilaksanakan pada rentang waktu tertentu dengan tujuan mempengaruhi khalayak sasaran yang telah di tetapkan.

Alat peraga adalah suatu alat atau benda yang bisa diserap oleh mata dan panca indra lainnya dengan tujuan dapat membantu tercapainya tujuan. Alat peraga bertujuan untuk mengkomunikasikan atau memberikan pesan kepada siapa yang membaca dan melihatnya. Sedangkan pengertian kampanye adalah alat komunikasi antar perseorangan atau kelompok dengan tujuan mempengaruhi orang yang mengikuti (Venus, 2012: 24).

Alat peraga kampanye adalah semua benda atau bentuk lain yang memuat visi, misi, program, dan/atau informasi lainnya dari Peserta Pemilu, simbol atau tanda gambar Peserta Pemilu, yang dipasang untuk keperluan kampanye yang bertujuan untuk mengajak orang memilih Peserta Pemilu tertentu (Venus, 2012: 25). Jadi, secara keseluruhan pengertian alat peraga kampanye adalah suatu alat komunikasi yang berbentuk perseorangan dengan tujuan mempengaruhi atau memberikan informasi, pesan kepada siapa yang menjadi target dalam kampanye tersebut.

#### **2.4.1. Bentuk-bentuk alat peraga kampanye:**

##### **a. Baliho**

Alat peraga simbol atau lambang yang terbuat dari kain, kayu/plastik dan atau sejenisnya untuk memperkenalkan, menganjurkan atau memujikan,

menarik perhatian umum kepada suatu kegiatan yang dapat dilihat atau dibaca oleh masyarakat.

b. Umbul-umbul

Alat peraga yang terbuat dari kain sedemikian rupa corak dan ragamnya, untuk memperkenalkan, menganjurkan atau memujikan, menarik perhatian umum kepada yang berhubungan dengan suatu kegiatan yang dapat dilihat dan dibaca oleh masyarakat dan diselenggarakan secara incidental atau sementara.

c. Spanduk

Alat peraga simbol atau lambang yang terbuat dari kain, kertas dan plastic untuk memperkenalkan, menganjurkan atau memujikan, menarik perhatian umum kepada yang berhubungan dengan suatu kegiatan yang dapat dilihat atau dibaca oleh masyarakat dan diselenggarakan secara insidental atau semetara.

#### **2.4.2. Jenis-jenis Kampanye**

Selain itu terdapat pula jenis-jenis kampanye menurut beberapa sumber yaitu:

1) *Product Oriented Campaigns*

Yaitu 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.

#### 2) *Candidate Oriented Campaigns*

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

#### 3) *Ideologically or cause oriented campaigns*

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 public yang terkait.

#### 4) Kampanye yang sifatnya menyerang (*attacking campaign*):

##### - Kampanye Negatif

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

##### - Kampanye hitam (*Black Campaign*)

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

### **2.4.3. Unsur-unsur Pokok Kampanye**

Pelaksanaan kampanye adalah penerapan dari konstruksi rancangan program yang telah ditetapkan sebelumnya. Karena sifatnya yang demikian maka proses pelaksanaan harus secara konsisten berpedoman kepada rancangan yang ada tanpa mengabaikan penyesuaian

yang perlu dilakukan sesuai dengan kenyataan lapangan yang dihadapi. Beberapa hal yang harus dilakukan dalam tahap pelaksanaan meliputi: realisasi unsur-unsur kampanye, menguji coba rencana kampanye, pemantauan pelaksanaan, dan pembuatan laporan kemajuan. Realisasi unsur-unsur pokok kampanye:

a. Perekrutan dan Pelatihan Personel Kampanye

Kegiatan kampanye merupakan kerja tim. Dengan demikian banyak personel (juga lembaga) yang akan terlibat didalamnya. Penentuan siapa saja yang akan terlibat sebagai pelaksana kampanye (*campaign organizer*) merupakan langkah awal dalam melaksanakan kampanye.

b. Mengonstruksi Pesan

Pada prinsipnya desain pesan kampanye harus sejalan dengan karakteristik khalayak sasaran, saluran yang digunakan, dan efek kampanye yang diharapkan. Pada tahap awal konstruksi pesan dapat berpedoman pada teori atau asumsi yang diyakini pelaksana kampanye, yang sesuai dengan karakteristik khalayak sasaran. Namun desain akhir pesan harus berpedoman pada temuan-temuan yang diperoleh dari uji coba di lapangan. Dalam mengonstruksi pesan pelaku kampanye juga harus memperhatikan bagaimana pesan tersebut diorganisasikan karena pengorganisasian pesan akan mempengaruhi bagaimana khalayak merespons pesan kampanye.

c. Menyeleksi Penyampai Pesan Kampanye

Pelaksanaan kampanye juga menghendaki pelaksana kampanye berhdapan dengan pemilihan individu yang secara spesifik bertindak sebagai pelaku (*campaign actor*) yang menyampaikan pesan kampanye.

#### d. Menyeleksi Saluran Kampanye

Menyeleksi media mana yang akan digunakan sebagai saluran kampanye harus dilakkan dengan penuh pertimbangan. Beberapa factor pokok yang perlu dipertimbangkan dalam peilihan media kaampanye diantaranya: jangkauan media, tipe dan ukuran besarnya khalayak, biaya, waktu, dan tujuan serta objek kampanye. Disamping itu faktor lain yang juga perlu mendapat perhatian adalah karakteristik khalayak, baik secara demografis, psikografis, maupungeografis. Pola penggunaan media khalayak (*media habit*) juga harus diperhitungkan untuk memastikan media apa yang biasanya digunakan khalayak.

#### Seleksi media

Jangkauan	Jumlah orang yang memberi perhatian tertentu dalam batas geografis tertentu dan merupakan bagian dari seluruh populasi.
Tipe Khalayak	Profil dari orang yang potensial dan memberi perhatian tertenu, seperti nilai, gaya hidup, dll.
Ukuran Khalayak	Seberapa banyak orang yang terhubung.
Biaya	Ongkos produksi dan pembelian media.
Tujuan Komunikasi	Apa yang dapat dicapai dan respons apa yang

	dibutuhkan?
Waktu	Skala waktu untuk respons yang dikehendaki, hubungan dengan penggunaan media lain, dan sebagainya.
Kewajiban Pembelian media	Waktu penyiaran yang terjual melalui penawaran yang kompetitif dan membutuhkan pemesanan selama beberapa minggu sebelumnya.
Batasan atau aturan	Pengaturan untuk mencegah masuknya produk-produk atau hal-hal tertentu dari media tertentu
Aktivitas pesaing	Kapan, dimana dan kenapa selalu bersaing dengan penyedia jasa periklanan.

Sumber: Venus, 2012

## **2.5. Peraturan Daerah Kabupaten Asahan No.2 Tahun 2016 tentang tata cara Pemilihan Kepala Desa.**

Peraturan Daerah Kabupaten Asahan No.2 Tahun 2016 tentang tata cara Pemilihan Kepala Desa.

### Paragraf 3

#### Penyebaran Bahan Kampanye Kepada Umum

#### Pasal 60

- (1) Bahan kampanye sebagaimana dimaksud dalam pasal 57 huruf d, dapat dicetak oleh Calon Kepala Desa.

- (2) Bahan kampanye sebagaimana dimaksud pada ayat (2) huruf d, dilarang ditempel di tempat umum, meliputi :
- a. Kaos;
  - b. Kalender;
  - c. Kartu nama; dan/atau
  - d. Stiker paling besar ukuran 10 cm x 5 cm.
- (3) Stiker sebagaimana dimaksud pada ayat (2) huruf d, dilarang di tempel di tempat umum, meliputi:
- a. Tempat ibadah termasuk halaman;
  - b. Pusat kesehatan masyarakat;
  - c. Gedung atau fasilitas milik pemerintah;
  - d. Lembaga pendidikan; dan/atau
  - e. Pepohonan.
- (4) Setiap bahan kampanye sebagaimana dimaksud pada ayat (2), jika dikonversikan dalam bentuk uang, nilainya paling tinggi Rp. 20.000,- (dua puluh ribu rupiah).
- (5) Penyebaran bahan kampanye sebagaimana dimaksud pada ayat (2) dilakukan pada kampanye pertemuan terbatas, tatap muka, dialog, dan/atau ditempat umum.

#### Paragraf 4

#### Pemasangan Alat Peraga

#### Pasal 61

Alat peraga sebagaimana dimaksud dalam pasal 57 huruf e, meliputi:

- a. Baliho ukuran 4m x 8m paling banyak 2 (dua) buah untuk setiap Calon Kepala Desa;
- b. Umbul-umbul paling besar ukuran 3m x 1m paling banyak 10 (sepuluh) buah untuk setiap Calon Kepala Desa; dan/atau
- c. Spanduk paling besar ukuran 1m x 6m paling banyak 10 (sepuluh) buah untuk setiap Calon Kepala Desa.

#### Pasal 63

Panitia Pemilihan membersihkan alat peraga paling lambat 3 (tiga) hari sebelum hari dan tanggal Pemungutan Suara.

#### Bagian keempat

#### Jadual Kampanye

#### Pasal 65

- (1) Kampanye sebagaimana dimaksud dalam Pasal 57, dilaksanakan 5 (lima) hari setelah penetapan nomor urut Calon Kepala Desa sampai dengan dimulainya masa tenang.
- (2) Masa tenang sebagaimana dimaksud pada ayat (1) berlangsung selama 3 (tiga) hari sebelum hari dan tanggal Pemungutan Suara.
- (3) Pada masa tenang sebagaimana dimaksud pada ayat (2), Calon Kepala Desa dilarang melaksanakan Kampanye dalam bentuk apapun.

Kampanye merupakan serangkaian usaha dan tindakan komunikasi yang terencana untuk mendapatkan dukungan dari sejumlah besar khalayak yang

dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang secara terorganisir dalam suatu proses pengambilan keputusan dan dilakukan dalam kurun waktu tertentu (Gaffar, 2012: 102).

Mengacu pada definisi kampanye diatas, maka semua kegiatan kampanye ini harus memiliki empat unsur:

- kegiatan kampanye bertujuan untuk menciptakan dampak atau efek tertentu.
- Sasaran kampanye adalah khalayak dalam jumlah yang besar
- Kegiatan kampanye umumnya fokus dalam waktu tertentu
- Kampanye dilakukan melalui serangkaian tindakan komunikasi terorganisir

Kampanye selalu bermula dari gagasan. Kampanye pada dasarnya adalah penyampaian pesan-pesan dari pengirim kepada khalayak. Pesan-pesaan tersebut dapat disampaikan dalam berbagai bentuk mulai dari poster, spanduk, baliho (billboard), pidato, diskusi, iklan, hingga selebaran. Apapun bentuknya, pesan-pesan selalu menggunakan simbol, baik verbal maupun nonverbal yang diharapkan dapat memancing respons khalayak (Venus, 2012: 70). Respons khalayak terhadap pesan kampanye dipengaruhi oleh proses penerimaan dan pengolahan pesan atau informasi yang dilakukan khalayak. Karena alasan ini maka pesan harus memiliki kemampuan tertentu yang dapat mendorong khalayak untuk memberikan respons positif sesuai harapan pelaku kampanye. Beberapa aspek yang perlu mendapat perhatian misalnya penekanan terhadap apa yang dipersepsi orang, bagaimana pesan tersebut dapat menarik khalayak, serta

bagaimana informasi dalam pesan itu disimpan dan di ingat oleh penerimanya. (Venus, 2012: 78).

Pesan kampanye yang efektif adalah pesan yang menginformasikan dengan segera kejadian penting yang akan sedang terjadi di sekitar khalayak sasarnya. Sehingga mudah dikenal dan ditanggapi oleh khalayak. Penggunaan hal-hal yang menggambarkan sesuatu secara visual juga mampu menarik perhatian khalayak. Kegiatan kampanye dilakukan dengan menggunakan berbagai saluran komunikasi, mulai dari dialog politik dalam ruangan yang media presentasi power point, hingga yang menggunakan media massa cetak dan elektronik. Penggambaran yang dimaksudkan bukan hanya sebatas arti kata gambar, namun menyangkut semua petunjuk yang memberikan penjelasan tertentu pada isi pesan yang dikirimkan (Venus, 2012: 80).

Secara umum Schramm (1973) mengartikan saluran (kampanye) sebagai “perantara apapun yang memungkinkan pesan-pesan sampai kepada penerima. Sementara Klingemann dan Rommele (2002) secara lebih spesifik mengartikan saluran kampanye sebagai segala bentuk media yang digunakan untuk menyampaikan pesan kepada khalayak.

Dalam kampanye komunikasi, media massa cenderung ditempatkan sebagai saluran komunikasi utama karena hanya lewat media inilah khalayak dalam jumlah yang besar dapat diraih. Namun ini bukan satu-satunya alasan. Disamping kemampuannya melipatgandakan penyebaran informasi, media massa juga memiliki kemampuan untuk mempersuasi khalayak. Terkait dengan kemampuan media massa dalam mempengaruhi sikap, pendapat dan perilaku



khalayak, Klapper (Mcquail, 1987) membedakan enam jenis perubahan yang mungkin terjadi akibat penggunaan media massa yakni: (Venus, 2012: 84).

- a. Menyebabkan perubahan yang diinginkan (konversi)
- b. Menyebabkan perubahan yang tidak diinginkan
- c. Menyebabkan perubahan kecil (naik dalam bentuk maupun intensitas)
- d. Memperlancar perubahan (diinginkan atau tidak)
- e. Memperkuat apa yang ada (tidak ada perubahan), dan
- f. Mencegah perubahan

Meski terdapat enam kategori perubahan yang mungkin terjadi, namun praktik kampanye dewasa ini memperlihatkan adanya dua kecenderungan penyelenggara kampanye dalam memanfaatkan media.

- Kelompok pertama adalah mereka yang menerapkan strategi kampanye satu arah (*uni-directional campaign*). Menurut Steward L. Tubbs dan Sylvia Moss (1996), gaya komunikasi satu arah mengendalikan (dalam bahasa Inggris, *The controlling style*), ditandai dengan adanya satu kehendak untuk membatasi, memaksa, mengatur perilaku, pikiran, dan tanggapan orang lain. Orang-orang yang menggunakan gaya komunikasi ini dikenal dengan nama komunikator satu arah atau *one-way communication* (Abidin, 2016: 61)

Pihak yang menggunakan *controlling style of communication* lebih memusatkan perhatian pada pengirim pesan dibanding upaya mereka untuk mendapat pesan. Mereka tidak mempunyai ketertarikan dan perhatian untuk berbagi pesan dan umpan balik, kecuali jika umpan balik

tersebut digunakan untuk kepentingan pribadi mereka. Dalam hal ini tindakan mempengaruhi khalayak dilakukan secara tidak langsung. Pesan-pesan kampanye mengalir secara linier dari sumber kepada penerima melalui media massa. Dialog antara pelaku dan penerima kampanye tidak terjadi. Di sini pelaku kampanye sepenuhnya mengandalkan media massa (terkadang ditambah media umum dan tradisional lainnya) sebagai penyampai pesan. Karena alasan ini maka strategi kampanye ini biasa juga disebut *media oriented campaign*. Pada jenis kampanye ini umumnya sebagian besar anggaran dihabiskan untuk menyewa ruang media massa.

- Kelompok kedua menerapkan kampanye yang bersifat dua arah (*bi-directional campaign*). Penyelenggaraan kampanye dalam konteks ini menyadari keterbatasan media massa dalam mempengaruhi khalayak sasaran. Karena itu pemanfaatan saluran komunikasi kelompok dan antar pribadi sangat dipentingkan untuk mengoptimalkan pesan-pesan yang disampaikan lewat media massa. Kampanye dua arah ini sering juga disebut sebagai *audience oriented campaign* karena menekankan pentingnya interaksi dan dialog dengan khalayak sasaran. Kampanye jenis ini sangat menekankan pentingnya pemanfaatan pemuka pendapat yang lewat jaringan komunikasinya diasumsikan mampu menyebarkan pesan-pesan kampanye hingga tahap penerimaan pada khalayak sasaran.

Terlepas dari kelebihan dan keterbatasan media massa dalam mempengaruhi khalayak, menurut Rogers (1987), peran media massa dalam kampanye tetap penting. Alasannya, lanjut Rogers, karena sasaran kampanye

adalah orang banyak, publik dan masyarakat, dan untuk mencapai mereka maka kampanye lebih menggantungkan diri pada media massa sebagai saluran utamanya.

## **2.6. Media Sosialisasi**

Kata media berasal dari bahasa Latin yaitu *medius* yang artinya tengah, perantara atau pengantar. Kata media, merupakan bentuk jamak dari kata "*medium*", yang secara etimologi berarti perantara atau pengantar. Kamus Besar Ilmu Pengetahuan (dalam Dagun, 2006: 634) media merupakan perantara/ penghubung yang terletak antara dua pihak, atau sarana komunikasi seperti Koran, majalah, radio, televisi, film, poster, dan spanduk.

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa media adalah alat untuk menyampaikan informasi kepada penerima dan segala sesuatu yang dapat digunakan untuk menyalurkan pesan dari pengirim ke penerima sehingga dapat merangsang pikiran, perasaan, perhatian agar terjadi komunikasi yang efektif dan efisien.

Sosialisasi dapat diartikan sebagai setiap aktivitas yang ditujukan untuk memberitahukan membujuk atau mempengaruhi masyarakat untuk tetap menggunakan produk atau jasa yang dihasilkan itu. Kemudian, dalam kaitannya dengan kegiatan sosialisasi yang dimaksud adalah suatu proses memberitahukan dan mempengaruhi masyarakat untuk memanfaatkan jasa-jasa yang ditawarkan. Proses sosialisasi merupakan proses yang terus terjadi selama hidup kita (Suyanto, 2010: 13).

Pengertian sosialisasi menurut Charles R Wright yang dikutip oleh Sutaryo adalah “Proses ketika individu mendapatkan kebudayaan kelompoknya dan menginternalisasikan sampai tingkat tertentu norma-norma sosialnya, sehingga membimbing orang tersebut untuk memperhitungkan harapan-harapan orang lain (Sutaryo, 2004: 156).

Sosialisasi merupakan proses belajar, pada dasarnya sifat manusia adalah tidak akan pernah puas untuk belajar sesuatu hal yang belum diketahuinya, seperti belajar norma-norma untuk dapat beradaptasi dengan lingkungan sosialnya, hal tersebut sejalan dengan pendapat (Sutaryo, 2004: 156).

- Peter L. Berger

Suatu proses seorang anak belajar menjadi anggota yang berpartisipasi dalam masyarakat.

- Soerjono Soekanto

Proses mengkomunikasikan kebudayaan kepada warga masyarakat yang baru.

- Paul B. Horton

Suatu proses dimana seseorang menghayati serta memahami norma-norma didalam masyarakat tempat tinggalnya sehingga akan membentuk kepribadiannya.

- Vembriarto

Memberikan definisi :

1. Sosialisasi adalah proses belajar
2. Dalam proses sosialisasi individu mempelajari kebiasaan ,sikap, ide-ide, pola-pola nilai dan tingkah laku dalam masyarakat tempat ia hidup

3. Semua sifat dan kecakapan yang dipelajari disusun dan dikembangkan sebagai suatu kesatuan system dalam diri.

#### **2.6.1. Jenis sosialisasi**

Sosialisasi apabila dikaitkan dengan proses nya, terdapat jenis-jenis sosialisasi. Menurut Peter L Berger dan Luckman terdapat 2 jenis sosialisasi yaitu: (Sutaryo, 2004: 158).

- a) Sosialisasi primer, sosialisasi pertama yang dijalani individu semasa kecil dengan belajar menjadi anggota masyarakat (keluarga). Sosialisasi ini berlangsung pada saat kanak-kanak.
- b) Sosialisasi sekunder, adalah suatu proses sosialisasi lanjutan setelah sosialisasi primer yang memperkenalkan individu kedalam kelompok tertentu dalam masyarakat.

Kedua proses tersebut berlangsung dalam institusi total, yaitu tempat tinggal dan tempat kerja. Dalam keduanya institusi tersebut, terdapat sejumlah individu dalam situasi yang sama, terpisah dari masyarakat luas dan jangka waktu tertentu, bersama-sama menjalani proses kehidupan dan diatur secara formal.

#### **2.6.2. Tujuan sosialisasi**

1. Memberikan pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk melangsungkan kehidupan.

2. Menambahkan kemampuan berkomunikasi secara efektif dan efisien serta mengembangkan kemampuan untuk membaca, menulis, dan bercerita.
3. Membantu pengendalian fungsi organik yang dilakukan mengenai latihan-latihan mawas diri yang tepat.
4. Membiasakan individu dengan nilai-nilai dan kepercayaan yang ada pada masyarakat.

### **2.6.3. Media komunikasi**

Dalam system politik yang bagaimanapun bentuk dan sifatnya, maka media komunikasi mendapat tempat yang cukup penting. Media komunikasi menjadi pusat perhatian penguasa sebagai alat untuk mendapat legitimasi rakyat didalam melakukan kebijaksanaan dan sekaligus memperkuat kedudukan penguasa melalui pesan-pesan komunikasi yang telah dipresentasikan sebagai simbol-simbol kekuasaan. Media yang dapat digunakan untuk komunikasi bermacam-macam, mulai dari media lama, seperti media cetak, media elektronik, media tradisional sampai kepada media bar, seperti internet yang telah memediasi munculnya media-media sosial, seperti *facebook*, *twitter*, *instagram*, *path*, dan lain-lain. (Azhar, 2017: 82)

Memilih media komunikasi politik harus mempertimbangkan karakteristik isi dan tujuan isi pesan yang ingin disampaikan, dan jenis media yang diminati khalayak. Hal ini sangat penting dalam menghindari

pemborosan biaya, waktu dan tenaga. Misalnya akan terjadi pemborosan biaya, jika televisi digunakan sebagai media penyampaian pesan politik, sementara khalayak tidak menjadikan televisi sebagai media utama dalam mengakses informasi politik. Demikian juga dengan penggunaan surat kabar tidak akan efektif untuk masyarakat yang tidak pandai membaca, atau sulit ekonominya untuk membeli surat kabar. Oleh sebab itu, untuk mengetahui secara persis media yang tepat digunakan untuk penyiaran pesan politik, tidak salah jika partai atau seorang kandidat melakukan survey penggunaan media di masyarakat.

Jenis media sosialisasi dan peranannya:

Dalam sosialisasi perlunya media agar tujuan dan peranan/ fungsi sosialisasi dapat tercapai, jenis atau macam-macam media sosialisasi ini sangat beranekaragam seperti (Soelaeman, 1986: 57).

a. Keluarga

Keluarga mempunyai fungsi sosial dan pengawasan sosial. Keluarga memberi pengertian kepada anak tentang peranannya baik dalam keluar masyarakat.

b. Teman

Proses sosialisasi kepada teman adalah saling meniru dan selalu belajar

c. Lingkungan Sekolah

Merupakan media sosialisasi di dalam system pendidikan formal.

d. Lingkungan kerja

Dalam lingkungan kerja setiap orang harus menjalankan peranan sesuai dengan kedudukannya,

e. Media massa

Media sosialisasi yang cukup berpengaruh terhadap perilaku khalayaknya. Kehadiran media massa mempengaruhi sikap dan tindakan anggota masyarakat. Nilai dan norma yang disampaikan dan disajikan oleh media massa akan tertanam dalam diri seseorang melalui penglihatan atau pendengaran (Subiakto, 2012:128).

#### **2.6.4. Karakteristik Media dan Saluran**

1. Surat Kabar

Alasan positif penggunaan: Relatif murah untuk mendapatkannya, jangka waktunya pendek, jangkauannya luas, para pembaca menentukan ukuran konsumsi, baik untuk detail masalah-masalah teknis dan dukungan pihak ketiga.

Alasan negatif penggunaan: Pasif, reproduksi foto kurang bagus, tidak dinamis, kurang menarik perhatian, aktivitas membaca menurun sesuai dengan hambatan waktu.

2. Majalah

Alasan positif penggunaan: Kualitas reproduksinya menimbulkan pengaruh yang besar, pembaca menghendaki adanya iklan, dapat digunakan untuk waktu yang lama, dapat mengasosiasikan *brand* dengan ikon-ikon budaya dalam khalayak massa



Alasan negatif penggunaan: Hanya dapat dikonsumsi secara visual, waktu yang lama, tidak menumbuhkan hubungan.

### 3. TV

Alasan positif penggunaan: Penglihatan, suara dan pergerakan terlihat nyata, repetisi (pengulangan), mencakup daerah tertentu, menghibur, memberi kredibilitas tertentu.

Alasan negatif penggunaan: Selektivitas kurang, hal-hal detail sering terabaikan, ramai/kacau balau, relatif mahal, waktu yang lama, ketatnya pengaturan isi pesan, khalayak tersebar secara renggang dan terfragmentasi (menghasilkan saluran-saluran baru), tidak fleksibel.

### 4. Radio

Alasan positif penggunaan: Dapat digunakan secara luas, aktif, target local, target berdasarkan pembagian waktu-waktu tertentu, relatif murah, adanya *intimacy*, menimbulkan kedekatan dan terjadi dengan segera, berdasarkan topic tertentu, dapat mengikutsertakan pendengar.

Alasan negatif penggunaan: Tidak ada visual, sementara, tidak lama, sering digunakan sebagai latar belakang, perhatiannya rendah, khalayak sedikit, kurang istimewa.

### 5. Film

Alasan positif penggunaan: Akibatnya besar, mengikat khalayak.

Alasan negatif penggunaan: Mahal, terutama pembuatannya, kurang detail.

### 6. Billboard/poster

Alasan positif penggunaan: Harga murah, lokal, mudah diubah, praktis

Alasan negatif penggunaan: Kurangnya kapasitas untuk menarik perhatian, memungkinkan segmentasi yang terbatas, gampang dirusak atau rawan perusakan, banyak menimbulkan kebingungan, gambar relatif sedikit.

#### 7. Pengiriman Surat

Alasan positif penggunaan: Ongkos produksi yang rendah, dapat disimpan sebagai referensi, memasukkan hal-hal yang detail, terarah dan dapat diuji.

Alasan negatif penggunaan: Relatif mahal untuk dilakukan, biasanya respons hanya mencapai 2%

#### 8. Banner di *website* di Internet

Alasan positif penggunaan: Keberadaannya murah, aktif, pesan dapat berupa animasi, suara dan warna untuk menarik perhatian, penyediaan informasi yang serba cepat, dapat digunakan sebagai fasilitas.

Alasan negatif penggunaan: Bukan ruang lingkup nasional, aksesnya terbatas dan tidak relevan untuk barang yang merusak dan membutuhkan sensasi tertentu.

Walaupun secara umum media massa adalah saluran utama dari kegiatan kampanye, namun perlu juga diperhitungkan hal lain yang menjadi keterbatasan institusi media massa. Untuk pesan-pesan tertentu cenderung menerimanya dari orang lain sebagai sumber informasi atau bahkan institusi tertentu yang dianggap memiliki otoritas tertentu. Pada kenyataannya orang cenderung bukan hanya menggunakan media massa, tapi juga hubungan antar pribadi, sebagai sumber informasi, sehingga muncul hubungan yang

saling melengkapi diantara dua sumber tersebut. Orang akan menempatkan media massa sebagai sumber informasinya bila media tersebut menayangkan lebih banyak informasi yang menurutnya berguna dan sesuai bagi dirinya. Maka individu merupakan variabel penting yang mempengaruhi penerimaan pesan.

Dari beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa media sosialisasi yaitu proses sosialisasi berlangsung melalui media yang ada di sekitarnya. Media yang lain yaitu berupa media massa. Terbagi menjadi media cetak dan media elektronik. Kedua media ini dapat menjangkau masyarakat besar secara langsung. Pola perilaku yang dihasilkan oleh penyampaian pesan melalui media diatas tentu ada yang bersifat positif dan negatif.

## **2.7. Pemilihan Kepala Desa**

Kepala desa atau sebutan lain sesuai Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 84 Tahun 2015 Tentang Struktur Organisasi dan Tata Kerja Pemerintahan Desa. Adalah pejabat pemerintah Desa yang mempunyai wewenang, tugas dan kewajiban untuk menyelenggarakan rumah tangga desanya dan melaksanakan tugas dari Pemerintah dan Pemerintah Daerah. Masa jabatan kepala desa adalah 6 (enam) tahun, dan dapat diperpanjang lagi untuk 3 (tiga) kali masa jabatan berikutnya berturut-turut atau tidak. Kepala desa tidak bertanggung jawab terhadap Camat, tetapi hanya dikoordinasikan saja oleh Camat. Kepala Desa bertanggung jawab atas penyelenggaraan pemerintahan Desa, pelaksanaan

Pembangunan Desa, pembinaan kemasyarakatan Desa, dan pemberdayaan masyarakat Desa.

Pemilihan Kepala Desa adalah bentuk pemilihan yang paling kecil dalam sebuah tatanan pemerintahan dan dilaksanakan secara langsung oleh warga desa setempat untuk memilih kepala desanya. Pilkades juga dapat dikatakan sebagai bentuk pesta demokrasi yang paling merakyat. Jika dilaksanakan dengan benar-benar maka ajang politik ini bisa dijadikan sebagai pembelajaran politik bagi kita sendiri. Penyelenggaraan pilkades merupakan sebuah pesta demokrasi bagi masyarakat desa, karena masyarakat desa dapat berpartisipasi langsung dengan memberikan suara untuk memilih calon Kepala Desa yang bertanggung jawab dan dapat memajukan potensi desa tersebut. Berkaitan dengan itu maka seorang calon kepala desa membutuhkan strategi kemenangan yang ditujukan untuk mendapatkan suara dari masyarakat setempat.

Lembaga penyelenggara Pilkades adalah Badan Permusyawaratan Desa (BPD). BPD dalam menyelenggarakan Pilkades, membentuk Panitia Pemilihan yang diisi oleh perangkat desa, pengurus lembaga desa dan tokoh masyarakat desa. Para anggota BPD berperan sebagai pengawas dalam penyelenggaraan pemilihan kepala desa. Selain pengawasan dari BPD, untuk mencapai hasil pemilihan yang lebih baik, penting untuk mendorong munculnya pengawasan mandiri dari unsurunsur masyarakat (karang taruna, kelompok perempuan, kelompok tani).

Panitia Pemilihan Kepala Desa memegang peranan yang strategis pada semua tahapan pemilihan, mulai dari pendataan calon pemilih, penjaringan bakal calon kepala desa, melaksanakan pemungutan suara, menghitung perolehan suara, dan melaporkan seluruh hasil pemilihan kepala desa. Berdasarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 67 Tahun 2017 tentang Perubahan atas Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 83 Tahun 2015 tentang Pengangkatan dan Pemberhentian Perangkat Desa, diketahui bahwa:

Pasal 47B

- (1) BPD membentuk panitia pemilihan kepala Desa antar waktu.
- (2) Pembentukan panitia pemilihan kepala Desa antar waktu sebagaimana dimaksud pada ayat (1) ditetapkan dengan keputusan pimpinan BPD.
- (3) Panitia pemilihan kepala Desa anatar waktu terdiri atas perangkat Desa dan unsur masyarakat
- (4) Panitia pemilihan kepala Desa antar waktu sebagaimana dimaksud ayat (3), jumlahnya disesuaikan dengan beban tugas dan kemampuan anggaran pendapatan belanja Desa.
- (5) Panitia pemilihan kepala Desa anatar waktu sebagaimana dimaksud ayat (4) bertanggungjawab kepada pimpinan BPD.

PERATURAN BUPATI ASAHAN

NOMOR 28 TAHUN 2019

TENTANG

PETUNJUK TEKNIS PELAKSANAAN PEMILIHAN KEPALA DESA DAN  
PENYELENGGARAAN PEMERINTAHAN DESA

BAB III

PEMILIHAN KEPALA DESA

Pasal 2

- (1) Pemilihan Kepala Desa terdiri dari :
  - a. Pemilihan Kepala Desa serentak
  - b. Pemilihan Kepala Desa serentak bergelombang
  - c. Pemilihan Kepala Desa antar waktu
- (2) Kepala Desa dipilih oleh penduduk desa

Pasal 3

- (1) Pemilihan Kepala Desa serentak sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 ayat (1) huruf a dilakukan sekaligus atau 1 (satu) kali.
- (2) Pemilihan Kepala Desa serentak bergelombang sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 ayat (1) huruf b dilaksanakan paling banyak 3 (tiga) kali dalam jangka waktu 6 (enam) tahun.
- (3) Pemilihan Kepala Desa antar waktu sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 ayat (1) huruf c dilaksanakan dalam hal Kepala Desa berhenti atau diberhentikan dengan sisa masa jabatan lebih dari 1 (satu) tahun.
- (4) Pemilihan Kepala Desa serentak bergelombang sebagaimana dimaksud pada ayat 2 dilakukan dengan interval waktu paling lama 2 (dua) tahun dengan mengidentifikasi Desa berdasarkan waktu habis masa jabatan Kepala Desa.

(5) Pemilihan Kepala Desa serentak bergelombang sebagaimana dimaksud pada ayat (2) dilaksanakan dengan mempertimbangkan kemampuan keuangan dan/atau ketersediaan Pegawai Negeri Sipil di Lingkungan Kabupaten yang memenuhi persyaratan sebagai Pejabat Kepala Desa.

Pelaksanaan Pemilihan Kepala Desa di Desa Silo Bonto ini dilaksanakan pada tanggal 18 Desember 2019 dan dilakukan serentak di beberapa Desa lain di Kabupaten Asahan. Untuk Desa Silo Bonto sendiri Lokasi Tempat Pemungutan Suara (TPS) berlokasi di Lapangan sepak bola Desa Silo Bonto. Pelaksanaan Pemilihan Kepala Desa diikuti oleh 4 kandidat dengan no urut :

1. Buyung
2. Rusli
3. Aslik
4. Sjahlian

Pemilihan Kepala Desa tahun 2019 di Desa Silo Bonto dilaksanakan dengan jumlah Hak Pilih 4163 dan surat suara sebanyak 2920 dengan perolehan suara akhir:

Tidak Sah : 8

- |             |              |
|-------------|--------------|
| 1. Buyung   | : 1258 suara |
| 2. Rusli    | : 1329 suara |
| 3. Aslik    | : 180 suara  |
| 4. Sjahlian | : 145 suara  |

## **2.8. Desa Silo Bonto**

Silo bonto merupakan salah satu desa yang ada di Kecamatan Silau Laut, Kabupaten Asahan, provinsi Sumatera Utara, Indonesia. Kecamatan silau laut sendiri merupakan pemekaran dari kecamatan Air joman. Desa Silo Bonto terbagi menjadi 11 dusun yang berbatasan langsung dengan desa Silo Lama, Silo Baru, Bangun Sari, Lubuk Palas dan Kabupaten Batubara dengan luas wilayah 3.450 Ha. Mayoritas penduduk di dominasi oleh suku jawa dengan latar belakang agama Islam. Sebagian besar penduduk silo bonto berprofesi sebagai petani. Di desa ini telah terhubung dengan daerah lain melalui jalan desa secara umum cukup baik.

Kehidupan masyarakat Desa Silo Bonto sangat kental dengan tradisi-tradisi peninggalan leluhur. Upacara adat yang berhubungan siklus hidup manusia (lahir-dewasa/ berumahtangga-mati, seperti upacara kelahiran, khitanan, perkawinan dan upacara-upacara yang berhubungan dengan kematian, hampir selalu dilakukan oleh warga masyarakat.

Kegotongroyongan masyarakat masih kuat. Kebiasaan menjenguk orang sakit (tetangga atau sanak family) masih dilakukan oleh masyarakat. Kondisi kesehatan masyarakat tergolong cukup baik, terutama setelah addanya Puskesmas dan Polindes. Kegiatan pengamanan (siskamling) Desa secara bersama tergolong masih baik. Di desa ini telah terhubung dengan daerah lain melalui jalan desa, keadaan jalan desa secara umum cukup baik. Jalan beraspal sudah ada di desa ini.



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

Metode merupakan proses, prinsip, dan prosedur yang digunakan untuk mendekati masalah dan usaha untuk mencari jawaban atas masalah (Robert Bogdan dan Steven J. Taylor, 1992:7 dalam buku Moleong, 2014). Sedangkan penelitian merupakan upaya dalam bidang ilmu pengetahuan yang dijalankan untuk memperoleh fakta-fakta dan prinsip-prinsip dengan sabar, hati-hati, dan sistematis untuk mewujudkan kebenaran (Mardalis, 2008: 24). Maka dari itu metode penelitian merupakan suatu hal yang sangat penting dalam rangka mencapai tujuan penelitian.

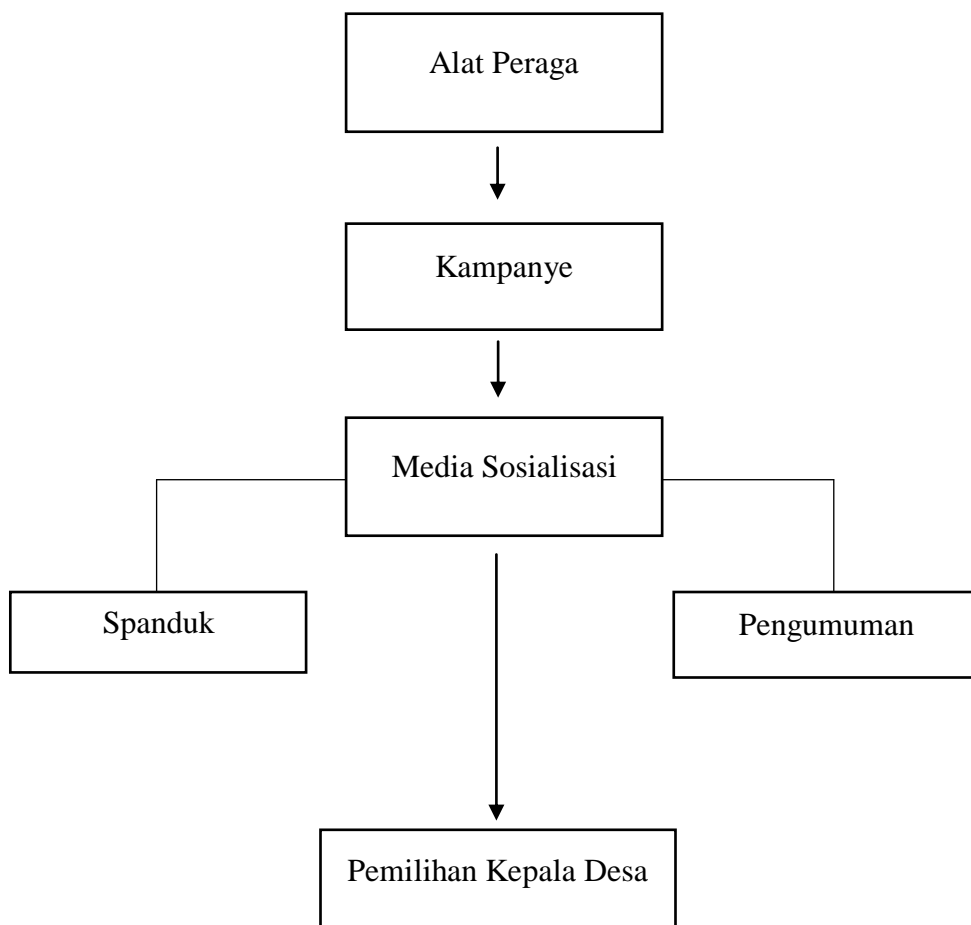
#### **3.1. Jenis Penelitian**

Dalam penelitian yang akan peneliti buat menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Karena judul penelitiannya adalah “Penggunaan Alat Peraga Kampanye Sebagai Media Sosialisasi Pada Pemilihan Kepala Desa 2019 Di Desa Silo Bonto Kecamatan Silau Laut Kabupaten Asahan”. Metode penelitian kualitatif ialah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian. Untuk jenisnya peneliti menggunakan penelitian lapangan (*Field Research*), yaitu peneliti berangkat ke lapangan untuk mengadakan pengamatan tentang suatu fenomena dalam suatu keadaan alamiah. Dalam hal ini peneliti terjun langsung untuk mewawancarai subjek (Afrizal, 2014: 13).

### 3.2. Kerangka Konsep

Kerangka konsep merupakan suatu bentuk kerangka berpikir yang dapat digunakan sebagai pendekatan dalam memecahkan masalah. Biasanya kerangka penelitian ini menggunakan pendekatan ilmiah dan memperlihatkan hubungan antar variabel dalam proses analisisnya.

Konsep utama dalam penelitian ini adalah Penggunaan Alat Peraga Kampanye Sebagai Media Sosialisasi Pada Pemilihan Kepala Desa 2019 Di Desa Silo Bonto Kecamatan Silau Laut Kabupaten Asahan. Untuk memudahkan penjelasan ini, maka konsep penelitian sebagai berikut :



### 3.3. Definisi Konsep

Definisi konsep adalah penjabaran mengenai kerangka konsep. Untuk memperjelas dan menyederhanakan beberapa konsep uraian teoretis dalam penelitian maka penulis menyederhankan beberapa konsep tersebut sebagai berikut:

#### a. Alat Peraga

Alat peraga adalah semua atau segala yang dapat digunakan dan dimanfaatkan untuk menjelaskan konsep-konsep atau materi yang bersifat abstrak atau kurang jelas sehingga dapat merangsang pikiran, perasaan, perhatian serta minat seseorang.

Alat peraga merupakan suatu alat yang dipakai untuk dapat membantu dalam proses belajar mengajar yang berperan besar sebagai pendukung kegiatan belajar mengajar. Penggunaan alat peraga ini bertujuan untuk memberikan wujud yang riil terhadap bahan yang dibicarakan dalam materi.

#### b. Kampanye

Kampanye adalah sebuah tindakan dan usaha yang bertujuan mendapatkan pencapaian dukungan, usaha kampanye bisa dilakukan oleh perorangan atau sekelompok orang yang terorganisir untuk melakukan pencapaian suatu proses pengambilan keputusan di dalam suatu kelompok, kampanye bisa juga dilakukan guna mempengaruhi, penghambatan, pembelokan pencapaian. Dalam sistem politik demokrasi, kampanye politis berdaya mengacu pada kampanye electoral pencapaian dukungan, dimana wakil terpilih atau referenda diputuskan.

Kampanye politis tindakan politik berupaya meliputi usaha terorganisir untuk mengubah kebijakan di dalam suatu institusi.

c. Media Sosialisasi

Media sosialisasi yaitu proses sosialisasi yang berlangsung melalui media yang ada di sekitarnya. Media yang lain yaitu berupa media massa, terbagi menjadi media cetak dan media elektronik.

d. Spanduk

spanduk merupakan media kain yang direntangkan yang berisikan simbol, slogan, propaganda, atau berita yang perlu diketahui umum. Spanduk dirancang sedemikian rupa dengan berbagai isi pesan yang bertujuan untuk membeberitahukan sebuah informasi.

e. Pengumuman

Pengumuman merupakan pemberitahuan atau informasi yang ditujukan kepada orang banyak yang bersifat umum. Pengumuman adalah pemberitahuan resmi tentang sesuatu, baik tertulis maupun lisan yang disajikan kepada khalayak. Pengumuman mempunyai tujuan untuk bisa menyampaikan pesan agar bisa di ketahui oleh banyak orang.

Pengumuman sifatnya umum yang artinya semua manusia bisa mendengarkan pengumuman tersebut. Pengumuman bisa berbentuk lisan atau bisa juga berbentuk tulisan. Biasanya pengumuman hanya menyampaikan informasi yang berkaitan dengan khalayak ramai. Pengumuman mempunyai tujuan agar bisa diketahui oleh orang banyak.

#### d. Pemilihan Kepala Desa

Pemilihan kepala desa merupakan bentuk pemilihan yang paling kecil dalam sebuah tatanan pemerintahan dan dilaksanakan secara langsung oleh warga desa setempat untuk memilih Kepala Desanya.

### 3.4. Kategorisasi

Berdasarkan kerangka konsep diatas, lebih lanjut lagi agar teori tersebut jelas penggunaannya maka teori yang ada diterjemahkan kedalam kategorisasi sebagai berikut:

*Source* (sumber): mengemukakan bahwa sumber adalah pihak yang menciptakan Pesan Penggunaan Alat Peraga Kampanye Sebagai Media Sosialisasi Pada Pemilihan Kepala Desa tahun 2019 di Desa Silo Bonto Kecamatan Silau Laut Kabupaten Asahan.

*Message* (pesan): mengkomunikasikan pesan dalam Penggunaan Alat Peraga Kampanye Sebagai Media Sosialisasi Pada Pemilihan Kepala Desa tahun 2019 di Desa Silo Bonto Kecamatan Silau Laut Kabupaten Asahan.

*Channel* (saluran): menentukan media yang digunakan dalam Penggunaan Alat Peraga Kampanye Sebagai Media Sosialisasi Pada Pemilihan Kepala Desa tahun 2019 di Desa Silo Bonto Kecamatan Silau Laut Kabupaten Asahan.

*Receiver* (penerima): mengetahui siapa yang menjadi sasaran komunikasi dalam Penggunaan Alat Peraga Kampanye Sebagai Media Sosialisasi Pada Pemilihan Kepala Desa tahun 2019 di Desa Silo Bonto Kecamatan Silau Laut Kabupaten Asahan.

### **3.5. Informan atau Narasumber**

Narasumber adalah orang atau pelaku yang benar-benar tahu dan menguasaimasalah, serta terlibat langsung dengan masalah penelitian. Dalam konteks ini, narasumber pada penelitian ini yaitu Panitia Pemilihan Kepala Desa Tahun 2019 Desa Silo Bonto Kecamatan Silau Laut Kabupaten Asahan sebagai key informan dan masyarakat Desa Silo Bonto sebagai narasumber tambahan.

### **3.6. Teknik Pengumpulan Data**

Pengumpulan data penelitian dimaksudkan sebagai pencatatan peristiwa atau karakteristik dari sebagian atau seluruh elemen populasi penelitian. Pengumpulan data penelitian dapat dilakukan berdasarkan cara-cara tertentu. Data dalam penelitian ini terdiri dari dua jenis, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah data utama yang dijadikan sebagai bahan utama yang ditelaah. Sumber data primer penelitian ini berasal dari Panitia Pelaksana Pemilihan Kepala Desa. Panitia Pemilihan Kepala Desa menjadi objek penelitian sekaligus menjadi informan kunci (*key informan*) yang diharapkan dapat memberikan data yang diperlukan sesuai dengan tujuan penelitian. Informan kunci ditetapkan berdasarkan kriteria kelayakan untuk memberikan data yang dibutuhkan dalam penelitian. Sedangkan data sekunder penelitian ini adalah data pendukung yang sumbernya berasal dari masyarakat umum, yaitu berupa hasil wawancara pendukung.

### 1. Wawancara

Wawancara adalah proses memperoleh penjelasan untuk mengumpulkan informasi dengan menggunakan cara tanya jawab bisa sambil bertatap muka yaitu melalui media telekomunikasi antara pewawancara dengan orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman. Pada hakikatnya wawancara merupakan kegiatan untuk memperoleh informasi secara mendalam tentang sebuah isu atau tema yang diangkat dalam penelitian. Atau, merupakan proses pembuktian terhadap informasi atau keterangan yang telah diperoleh lewat teknik yang lain sebelumnya. (Sujarweni, 2014: 31)

### 2. Observasi

Observasi merupakan suatu kegiatan mendapatkan informasi yang diperlukan untuk menyajikan gambaran riil suatu peristiwa atau kejadian untuk menjawab pertanyaan penelitian, untuk membantu mengerti perilaku manusia. Hasil observasi berupa aktivitas, kejadian, peristiwa, objek, kondisi atau suasana tertentu. (Sujarweni, 2014: 32). Melalui observasi peneliti melakukan pengamatan langsung (*observasi participant*) maupun pengamatan tidak langsung (*observasi non-participant*) terhadap kegiatan yang dilakukan panitia. Tujuannya adalah untuk menganalisa dan mengetahui secara pasti kegiatan yang dilakukan Panitia dalam mensosialisasikan Pemilihan Kepala Desa 2019.

### 3. Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2011: 329), Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya

monumental dari seseorang. Dalam hal ini peneliti menggunakan data dokumentasi yang digunakan sebagai upaya untuk melihat bentuk bentuk alat peraga yang digunakan Panitia Pemilihan Kepala Desa 2019.

### **3.7. Teknik Analisis Data**

Analisis data menurut Bogdan (Sugiyono, 2014:224) adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lainnya, sehingga dapat mudah dipahami, dan tentunya dapat diinformasikan kepada orang lain. Dalam penelitian ini teknik analisis data yang digunakan ialah analisis deskriptif yakni menjabarkan peristiwa-peristiwa yang diteliti. Yang akan dianalisis ialah data-data dokumentasi yang sudah terkumpul dan dari hasil wawancara secara observasi langsung.

### **3.8. Waktu dan Lokasi Penelitian**

Waktu penelitian dimulai dari 30 April hingga Juni 2020. Lokasi penelitian ini penulis menentukan dan mengambil objek atau lokasi di Desa Silo Bonto Kecamatan Silau Laut Kabupaten Asahan. Desa Silo Bonto adalah sebuah Desa yang berada di Kecamatan Silau Laut Kabupaten Asahan. Desa Silo Bonto memiliki luas wilayah 3.450 Ha. Dengan mayoritas masyarakat bekerja sebagai petani, dan rata-rata penduduk di dominasi oleh suku jawa dan melayu. Dalam penelitian ini ada beberapa dusun yang peneliti ambil sebagai sumber penelitian diantaranya dusun 1, dusun 10, dusun 3 dan dusun 4. Desa Silo Bonto merupakan Desa yang lebih maju jika dibandingkan dengan Desa lainnya. Ada terdapat beberapa sekolah yang dapat menunjang kualitas pendidikan di Desa tersebut.



Desa Silo Bonto sudah terjamah listrik secara keseluruhan akses menuju Desa juga bagus. Hasil pertanian berupa kelapa sawit dan kelapa dijadikan sumber penghidupan bagi masyarakat Silo Bonto.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1. Hasil Penelitian**

##### **4.1.1. Pandangan Informan/Narasumber**

Erwin adalah key informan yang merupakan salah satu dari Panitia Pelaksana Pemilihan Kepala Desa yang juga berprofesi sebagai Sekretaris Desa Silo Bonto yang tinggal di Desa Silo Bonto dusun 3, selaku panitia Erwin dapat memberikan informasi yang peneliti butuhkan. Narasumber mengemukakan bahwa “Panitia Pelaksana Pemilihan Kepala Desa di bentuk 6 bulan sebelum pencoblosan dilakukan yaitu terhitung mulai 22 juli 2019.” “Paniti Pelaksana Pemilihan Kepala Desa kerap melakukan sosialisasi langsung kepada masyarakat dengan mendatangi ke perwiritan lalu Panitia Pelaksana Pemilihan Kepala Desa juga melakukan sosialisasi dalam bentuk alat peraga kampanye berupa spanduk yang di pasang di setiap dusun di tempat-tempat yang ramai dilihat atau di lintasi masyarakat kemudian juga menyebarkan selebaran foto calon Kepala Desa ke setiap daerah sebagai informasi kepada masyarakat.” kata narasumber saat diwawancarai. Segala upaya penyebaran informasi mengenai Pemilihan Kepala Desa dilakukan Panitia Pemilihan Kepala Desa untuk menggerakkan partisipasi masyarakat. Panitia memasang alat peraga kampanye seseuai deengan aturan yang telah dtetapkan tamba Erwin. “Panitia pemilihan Kepala Desa ada sekitar 19 orang diantaranya kepala

dusun setiap kepala dusun kami jadikan sebagai panitia, jadi kepala dusun melakukan sosialisasi kepada masyarakat melalui perwiraan terkait bagaimana tata caranya, apa-apa saja peraturannya” ungkap narasumber saat diwawancarai. Sejak terbentuknya Panitia Pemilihan Kepala Desa, panitia terus melakukan pembagian tugas masing-masing untuk mempercepat dan memaksimalkan kinerja panitia. Panitia mendapat sejumlah APBD yang digunakan untuk membuat alat peraga kampanye dan juga keperluan lainnya terkait pemilihan Kepala Desa.

Pendekatan ke masyarakat juga dilakukan oleh panitia agar masyarakat mudah mendapat informasi. Panitia juga membuat slogan untuk menarik perhatian masyarakat “mari kita suksekan dan gunakan hak pilih anda”. Erwin selaku panitia bersama kepala dusun bertugas untuk mensosialisasikan kepada masyarakat terkait adanya pemilihan Kepala Desa, beliau bertugas untuk mensosialisasikan pemilihan Kepala Desa “dengan mendatangi pengajian dan perwiraan di Desa Silo Bonto tentang tata caranya, apa-apa saja peraturannya.” Tambah Erwin. Kemudian peneliti bertanya “Menurut bapak cara yang paling efektif dalam mensosialisasikan Pilkades ini bagaimana, apakah melalui alat peraga atau melakukan sosialisasi langsung ke masyarakat?” yang pertama sosialisasi langsung kepada masyarakat tapi membuat spanduk pun perlu sebagai pengenalan dan juga informasi kepada masyarakat, gambar calon kepala desa disebar luaskan ke seluruh daerah di Silo Bonto jawab narasumber .

Khairul salah satu warga dusun 4 yang berprofesi sebagai wiraswasta, narasumber disini peneliti ambil sebagai salah satu informan tambahan yang mendukung jawaban dari key informan. Khairul ikut berpartisipasi menyumbangkan suaranya pada pemilihan Kepala Desa 2019. Narasumber berkata “pilihan saya sudah tetap dan tidak bisa diganggu gugat.” Adanya alat peraga kampanye yang dibuat oleh panitia memang sangat jelas memberikan informasi kepada masyarakat. “Tidak hanya alat peraga kampanye, panitia juga menyebarkan selebaran foto calon kepala Desa di berbagai tempat.” ujar khairul saat diwawancara. Khairul mendapatkan informasi terkait adanya pemilihan Kepala Desa melalui berbagai informasi yang disampaikan dari mulut-kemulut yang disampaikan dari teman, panitia dan juga spanduk yang dipasang di beberapa tempat sebagai sumber informasi. Narasumber B berkata bahwa “panitia menginformasikan tanggal pencoblosan, lokasi pencoblosan, siapa-siapa saja yang menjadi calon Kepala Desa serta menunjukkan contoh bentuk surat yang akan dicoblos nantinya.”

Surianti bekerja sebagai ibu rumah tangga yang bertempat tinggal di desa silo bonto dusun 10. Beliau berusia 38 tahun yang memberikan informasi terkait apa yang peneliti butuhkan terkait penggunaan alat peraga kampanye pada pemilihan kepala desa, surianti berkata “panitia memberitahukan melalui perwritan juga melalui selebaran yang di tempel-tempel juga melalui spanduk yang dipasang di beberapa tempat”. narasumber juga mengatakan bahwa spanduk yang dibuat panitia mudah

untuk di mengerti “ya pastinya mudah kita mengerti”.Peneliti bertanya “adakah informasi yang ibu dapat kan dari panitia?” lalu surianti menjawab “ya ada, di kasih tau cara mencoblos, foto-foto calon Kepala Desa nya.” Narasumber juga mengetahui akan adanya pilkades melalui berbagai sumber yang ia dapat “tahu, tidak hanya panitia saja, pilkades itu kan di umumkan di Kabupaten juga di Kecamatan, dari mulut kemulut, dari masyarakat, dari kaur Desa juga dari panitia.” Begitu jawab nya.

Remaja berusia 19 tahun Dian Hadi Syahputra ikut serta menyumbangkan suara nya pada pemilihan kepala Desa Silo Bonto, Dian sendiri tinggal di Desa Silo Bonto dusun 1. Dian merupakan remaja yang baru pertama kali ikut dalam pemilihan Kepala Desa. Narasumber mengemukakan bahwa spanduk yang dipasang oleh panitia cukup memberikan informasi kepada masyarakat. Saat di wawancarai “apakah alat peraga yang dibuat panitia pilkades mudah di mengerti?” Dian menjawab “mudah karna adanya foto dan juga tanggal pencoblosan. Narasumber juga mengemukakan bahwa dia mendapat informasi dari panitia berupa tempat pencoblosan dan siapa-siapa saja yang menjadi calon kepala Desa. Dian mengetahui adanya pilkades 2019 dari beberapa sumber saat ditanya oleh peneliti dian menjawab “dari pemuka masyarakat, ya dari calon sendiri juga mengkampanye kan, juga dari spanduk seperti yang ada di simpang dondong yang dibuat oleh panitia.” narasumber mengaku bahwa pilihan nya sudah tetap dan tidak bisa diganggu gugat.

Sariani salah satu narasumber tambahan yang juga memberikan jawaban nya terkait penggunaan alat peraga kampanye yang dibuat oleh panitia. Narasumber mengaku bahwa alat peraga kampanye yang dibuat panitia dapat dimengerti dan foto jelas, narasumber E mendapatkan sejumlah informasi melalui sosialisasi yang dilakukan panitia dengan mendatangi perwritan “panitia datang mensosialisasikan pemilihan Kepala Desa ke perwritan, mereka bilang bahwa akan ada pemilihan Kepala Desa, disosialisasikan juga tanggal pencoblosan nya, foto dari calon Kepala Desa juga tempat pencoblosan nya, nomor urut juga cara-cara mencoblos” begitu jawaban narasumber saat di wawancarai. Terkait spanduk yang dibuat oleh panitia narasumber merasa terbantu dan mudah mengingat ketika melihat spanduk itu di beberapa tempat “spanduk yang dipasang mudah dimengerti dan juga saya jadi mudah untuk mengingat saat melihat spanduk itu.” Kata sariani. Narasumber mengaku bahwa dia tahu akan adanya pilkades melalui beberapa sumber saat penulis bertanya “apakah ibu mengetahui adanya pilkades 2019?” jawabnya “tahu dari panitia, dari warga, dari mulut kemulut juga dari staf kantor desa.” narasumber mengaku bahwa pilihan nya sudah tetap dan tidak bisa diganggu gugat.

Narasumber selanjutnya yaitu Salfiati warga Desa dusun VI wanita berusia 48 tahun ini merupakan seorang ibu rumah tangga yang menyumbangkan hak suara nya pada pemilihan Kepala Desa tahun 2019. Peneliti bertanya kepada narasumber “menurut ibu apakah alat peraga

kampanye yang dibuat oleh panitia mudah dimengerti?” narasumber menjawab “sangat mudah karna disertai dengan foto calon Kades disertai juga dengan tanggal pencoblosan.” Tidak hanya melalui alat peraga kampanye panitia juga melakukan sosialisasi langsung kepada masyarakat, terkait informasi yang disosialisasikan panitia kepada masyarakat “panitia mensosialisasikan pencoblosan, tanggal pencoblosannya dan foto para calon Kades nya.” Jawab salfiati. Tidak hanya sampai disitu peneliti terus bertanya “darimana sajakah ibu mengetahui adanya Pilkades 2019?” Salfiati berkata “dari kepala dusun kemudian dari panitia pelaksana dan kemudian juga disosialisasikan di perwiritan dan juga dari pemuka-pemuka masyarakat” salfiati juga mengatakan bahwa pilihan nya sudah tetap.

Dari hasil wawancara diatas dapat dilihat bahwa alat peraga kampanye yang di buat oleh panitia berupa spanduk mudah di mengerti oleh masyarakat, dan selebaran kertas mengenai foto calon kepala desa sangat memberikan informasi terkait adanya pemilihan Kepala Desa. Penyebaran informasi terkait adanya pilkades dilakukan panitia dengan berbagai strategi untuk menyentuh seluruh kalangan masyarakat.

Erwin mengaku bahwa segala upaya untuk mensosialisasikan pilkades ini semua panitia lakukan, mulai dari membuat spanduk dan juga melakukan sosialisasi langsung kepada masyarakat. Alat perga kampanye yang dibuat panitia di sebar ke beberapa tempat yang dianggap strategis untuk menyampaikan pesan politik melalui spanduk dan juga selebaran mengenai foto dari calon-calon

Kepala Desa. Tidak hanya melakukan sosialisasi melalui alat peraga kampanye, panitia juga melakukan sosialisasi langsung kepada masyarakat dengan mendatangi perwiritan, pengajian serta tempat tempat berkumpul. Penyampaian informasi secara langsung juga merupakan bentuk pendekatan panitia kepada masyarakat untuk menarik partisipasi masyarakat terkait adanya pilkades dengan tujuan akhir dapat memberikan hak suara mereka masing masing. Pengumuman-pengumuman terkait pilkades ini juga terus panitia sebarkan agar memudahkan masyarakat untuk memperoleh informasi.

#### 4.1.2. Gambaran Narasumber

NO	NAMA	USIA	PEKERJAAN	JENIS KELAMIN
1.	Erwin (key informan)	35	Sekretaris Desa	laki-laki
Informan Tambahan				
2.	Khairul	49	wiraswasta	Laki-laki
3.	Surianti	38	Ibu rumah tangga	perempuan
4.	Dian hadi syahputra	19	wiraswasta	Laki-laki
5.	Sariani	45	wiraswasta	perempuan
6.	Salfiati	48	wiraswasta	perempuan



## **4.2. Pembahasan**

### **4.2.1. Panitia Pemilihan Kepala Desa**

Panitia pemilihan kepala desa merupakan perangkat yang dibentuk dalam jumlah beberapa orang yang melakukan kerja sama untuk melakukan pemilihan Kepala Desa. Pelaksanaan pemilihan Kepala Desa dilaksanakan melalui 4 tahapan meliputi tahapan persiapan, pencalonan, pemungutan suara dan tahapan penetapan calon. Salah satu kegiatan yang dilakukan dalam tahapan persiapan pilkades yaitu pembentukan panitia pemilihan Kepala Desa oleh BPD. Pembentukan panitia pilkades merupakan bagian dari tugas dan kewenangan BPD dalam pelaksanaan Pilkades. Panitia pemilihan sendiri dibentuk untuk menjalankan beberapa tugas dimana tugas dari panitia pemilihan Kepala Desa itu sendiri diantaranya:

1. Merencanakan, mengkoordinasikan, menyelenggarakan, mengawasi dan mengendalikan semua tahapan pelaksanaan pemilihan;
2. Merencanakan dan mengajukan biaya pemilihan;
3. Melakukan pendaftaran dan penetapan pemilih;
4. Mengadakan penjaringan dan penyaringan bakal calon;
5. Menetapkan calon yang telah memenuhi persyaratan;
6. Menetapkan tata cara pemilihan;
7. Menetapkan tata cara pelaksanaan kampanye;
8. Memfasilitasi penyediaan peralatan, perlengkapan dan tempat pemungutan suara;

9. Melaksanakan pemungutan suara;
10. Menetapkan hasil rekapitulasi perhitungan suara dan mengumumkan hasil pemilihan;
11. Menetapkan calon Kepala Desa terpilih, dan
12. Melakukan evaluasi dan menyusun laporan pelaksanaan pemilihan Kepala Desa.

Panitia Pemilihan Kepala Desa Silo Bonto 2019 beranggotakan 19 orang:

- |                        |                      |
|------------------------|----------------------|
| 1. Abd. Hakim          | 11. Taufiq           |
| 2. Erwin               | 12. Heri Puja Kesuma |
| 3. Suwadi              | 13. Wagiyem          |
| 4. Rahmad              | 14. Neny Enriyani    |
| 5. Edi Ahmad Junaidi   | 15. Supartik         |
| 6. Aripin              | 16. Suaibah          |
| 7. Sinu                | 17. M. Ridwan        |
| 8. Syamsuri            | 18. Rini Rahmadani   |
| 9. Sunardi             | 19. Rizky Abdillah   |
| 10. Usni Adlin Sitorus |                      |

#### **4.2.2. Alat Peraga Kampanye Yang Dibuat Panitia**

Alat peraga kampanye yang dibuat oleh panitia berupa spanduk yang digunakan untuk mensosialisasikan terkait pemilihan kepala Desa. Spanduk yang dibuat oleh panitia dipasang di berbagai tempat di beberapa dusun untuk penyebaran informasi bagi masyarakat.

Kampanye merupakan kegiatan komunikasi yang dilakukan terlembaga. Penyelenggaraan kampanye umumnya bukanlah individu melainkan lembaga atau organisasi. Lembaga tersebut dapat berasal dari lingkungan pemerintahan, kalangan swasta atau lembaga swadaya masyarakat (LSM). Terlepas siapapun penyelenggaranya, kampanye selalu memiliki tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Tujuan tersebut sangat beragam dan berbeda antara satu organisasi dengan organisasi lainnya. Panitia pemilihan Kepala Desa memanfaatkan kampanye untuk mencapai tujuan mereka. Mereka menggunakan kampanye untuk menggugah kesadaran dan partisipasi masyarakat pada pemilihan Kepala Desa 2019. Dengan cara itu kemudian dapat diperoleh dukungan yang bisa digunakan untuk melakukan pengambilan keputusan guna melakukan tindakan yang diperlukan. Dalam kaitan ini Johnshon-Cartee dan Copeland (1997: 21) menyebutkan kampanye sebagai *on organied behavior*, harus direncanakan dan diterapkan secara sistematis dan berhati-hati. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan kampanye membutuhkan sentuhan manajemen yakni kemampuan merancang, melaksanakan, mengendalikan, dan mengevaluasi suatu program kegiatan secara rasional, realistis, efisien, dan efektif.

Pada praktek nya Panitia Pemilihan Kepala Desa melakukan beberapa cara kampanye salah satu nya melalui alat peraga kampanye berupa spanduk. Latar belakang pemilihan spanduk sebagai media sosialisasi juga dikarenakan biaya pembuatan spanduk tidak terlalu banyak memakan dana, penyebaran informasi nya dapat dilakukan di berbagai

tempat sekaligus dengan memasang spanduk di berbagai tempat, spanduk dapat dilihat dan dibaca bagi siapa saja yang melihat nya, pembuatan spanduk juga praktis. Spanduk yang dibuat oleh panitia berupa informasi tanggal pencoblosan dan juga foto dari calon Kepala Desa. Untuk efisiensi biaya yang harus dikeluarkan, pemilihan media sebagai saluran kampanye dilakukan dengan mengukur dan menganalisis kesempatan untuk melihat isi dan format pesan kampanye, nilai respons, biaya yang harus dikeluarkan serta akibat yang ditimbulkan.

Berdasarkan fakta dilapangan yang peneliti dapat dari hasil wawancara bahwa spanduk yang panitia buat cukup efektif dalam memberikan informasi, alat peraga kampanye tersebut juga salah satu bentuk sosialisasi panitia kepada masyarakat dalam bentuk komunikasi tidak langsung. Alat peraga kampanye efektif menjangkau seluruh kalangan, berdasarkan jawaban dari narasumber alat peraga kampanye yang dibuat oleh panitia mudah dipahami dan lengkap, tulisan jelas disertai dengan foto. Tidak hanya itu panitia juga membuat slogan untuk menarik partisipasi masyarakat.

Disamping penggunaan alat peraga kampanye sebagai bentuk penyampaian pesan kampanye, cara khalayak menanggapi pesan-pesan kampanye juga akan menentukan apakah mereka akan menerima atau menolak pesan-pesan tersebut. Khalayak terdiri dari kelompok-kelompok atau sub-sub kelompok yang disamping memiliki sejumlah kesamaan sekaligus juga memiliki keberagaman baik dari segi demografi maupun

psikografis. Keberagaman inilah yang memunculkan perbedaan keinginan. Atas dasar ini maka menjadi tidak realistis bila kita memperlakukan mereka secara sama (*monolithic mass*). Dengan demikian masing-masing kelompok atau subkelompok memerlukan pendekatan yang berbeda, mulai dari desain pesan, cara menyampaikannya hingga siapa komunikator yang cocok menyampaikan pesan tersebut. Ini artinya segmentasi perlu dilakukan dalam menentukan khalayak sasaran kampanye (Venus. A: 124).

#### **4.2.3. Pesan Kampanye Panitia**

Pesan menjadi fokus terpenting dalam perencanaan kampanye. Respons khalayak terhadap pesan kampanye dipengaruhi oleh proses penerimaan dan pengolahan pesan atau informasi yang dilakukan khalayak. Karena alasan ini maka pesan harus memiliki kemampuan tertentu yang dapat mendorong khalayak untuk memberikan respons positif sesuai harapan pelaku kampanye. Beberapa aspek yang perlu mendapat perhatian misalnya penekanan terhadap apa yang akan dipersepsi orang, bagaimana informasi dalam pesan itu disampaikan dan diingat oleh penerimanya.

Pelaku kampanye hanya memicu kemampuan kognitif khalayaknya melalui pemakaian sinyal, petunjuk dan kiasan dalam pesan kampanyenya, selanjutnya secara otomatis khalayak akan mengolah itu semua dengan kemampuan berpikirnya. Cara lain adalah dengan mengirimkan pesan

yang singkat dan padat dalam bentuk kiasan. Penggunaan kiasan ini ditunjukkan agar setiap orang memiliki kebebasan untuk menginterpretasikan sehingga pesan tersebut tidak memiliki potensi konflik terhadap nilai dan keyakinan yang ada pada khalayak.

Pesan – pesan kampanye juga harus diatur sedemikian rupa agar dapat mempengaruhi khalayaknya. Pengaturan ini dilakukan karena orang biasanya lebih memperhatikan pesan pertama kali dalam serangkaian kalimat yang disampaikan oleh seseorang pembicara. Sependapat dengan Stuyek (1990) penggunaan pesan yang jelas dan bahasa yang sederhana dalam pembuatan pesan akan membuat pesan tersebut lebih mudah di mengerti. Orang lebih mempercayai informasi visual daripada informasi verbal. Karena orang lebih mudah mengingat gambar dalam waktu lama daripada kata-kata.

Dalam hal ini Panitia Pemilihan Kepala Desa membuat pesan kampanye pada sebuah alat peraga kampanye dengan bahasa yang sederhana dan singkat sehingga masyarakat mudah mengingat pesan yang disampaikan. Tidak hanya berupa kata kata panitia juga memberikan informasi di sertai foto dari para calon Kepala Desa guna mempermudah pemahaman masyarakat. Pada alat perga kampanye ini panitia membuat pesan berupa tanggal pencoblosan “INGAT!!!! 18 DESEMBER 2019”. Dengan slogan “MARI KITA SUKSESKAN...!” dan “GUNAKAN HAK PILIH ANDA”

Penggunaan kalimat yang singkat dan padat dapat memberikan kesan positif di masyarakat karena isi pesan pada alat peraga kampanye tersebut jelas dan mudah di ingat. Pada dasarnya masyarakat pedesaan adalah masyarakat yang kebanyakan pengetahuan tentang politiknya masih standar sehingga penggunaan bahasa yang sederhana dipilih untuk mempermudah penyampaian pesan, penggunaan bahasa politik yang terlalu mendalam tidak akan efektif jika dilakukan pada masyarakat pedesaan. Memilih bahasa yang mudah dimengerti dan sederhana adalah salah satu cara panitia untuk mencapai tujuan sosialisasi, masyarakat mudah mengerti dan penyampaian pesan kampanye dapat tersampaikan dengan baik.

#### **4.2.4. Media Yang Digunakan**

Secara umum Schramm (1973) mengartikan saluran (kampanye) sebagai “perantara apapun yang memungkinkan pesan-pesan sampai kepada penerima. Sementara Klingemann dan Rommele (2002) secara lebih spesifik mengartikan saluran kampanye sebagai segala bentuk media yang digunakan untuk menyampaikan pesan kepada khalayak. Bentuknya dapat berupa kertas yang digunakan untuk menulis pesan, telepon, internet, radio atau bahkan televisi.

Pada dasarnya dalam kampanye komunikasi, media massa cenderung ditempatkan sebagai saluran komunikasi utama karena hanya lewat media ini lah khalayak dalam jumlah besar dapat diraih. Supaya

penggunaan biaya yang dikeluarkan efisien, pemilihan media sebagai saluran kampanye dilakukan dengan mengukur dan menganalisis kesempatan untuk melihat format dan isi pesan kampanye, nilai respons, biaya per penyajian kampanye, akibat yang akan ditimbulkan dan kriteria lainnya. Setelah itu dilihat dari jenis media massa yang akan digunakan berdasarkan perhitungan alasan positif dan negatif dari penggunaannya sebagai saluran kampanye.

Dalam pelaksanaan pemilihan Kepala Desa Tahun 2019 ini Panitia Pemilihan Kepala Desa memilih media kampanye berupa spanduk dengan berbagai pertimbangan yang memungkinkan tercapainya tujuan kampanye secara merata. Penggunaan spanduk dianggap efektif dengan penggunaan biaya yang tergolong terjangkau serta jangkauannya luas dan merata ke setiap daerah. Penggunaan spanduk juga tidak menimbulkan konflik di kalangan masyarakat karena isi pesan tidak memihak pada siapapun serta pemasangannya pun disesuaikan berdasarkan aturan. Pemilihan spanduk sendiri merupakan penyampaian informasi secara terus-menerus karena selama spanduk itu terpasang masyarakat masih akan terus dapat melihatnya, itu juga alasan mengapa pemasangan spanduk sendiri dipasang di tempat yang ramai dilalui masyarakat agar lebih cepat tersampaikan.

Tidak hanya melalui alat peraga kampanye panitia juga membuat selebaran kertas yang disebar luaskan kepada masyarakat, isi pesan selebaran tersebut adalah berupa pengumuman mengenai nomor urut dan nama-nama calon Kepala Desa.



#### **4.2.5. Khalayak Sasaran Kampanye**

McQuail & Windahl (1993) mendefinisikan khalayak sasaran sebagai sejumlah besar orang yang pengetahuan, sikap dan perilakunya akan diubah melalui kegiatan kampanye. Besarnya jumlah khalayak sasaran ini mengindikasikan bahwa mereka memiliki karakteristik yang beragam. Akibatnya cara mereka merespons pesan-pesan kampanye juga akan berbeda-beda. Berbagai temuan di bidang psikologi, khususnya yang terkait dengan studi tentang persepsi menyimpulkan bahwa sebagian besar orang akan menanggapi informasi yang menerpa mereka berdasarkan keyakinan, sikap dan nilai-nilai yang dimiliki.

Khalayak sasaran kampanye adalah masyarakat Desa Silo Bonto yang memiliki pengetahuan yang berbeda-beda disetiap daerah nya maka cara panitia mengkampanye kan juga disesuaikan dengan kondisi masyarakat yang akan dituju. Untuk kalangan orang dengan umur yang bisa dikatakan usia lanjut maka perlunya dilakukan sosialisasi langsung kepada masyarakat tersebut melalui perwiritan-perwiritan yang dominan anggotanya adalah orang tua. Untuk sebagian besar masyarakat yang memiliki latar belakang pendidikan yang cukup dan bisa membaca biasanya kampanye dilakukan lebih mudah karena pemahaman dari mereka justru lebih mudah. Kampanye yang dilakukan biasanya berupa penyebaran alat peraga kampanye dan juga selebaran pengumuman mengenai foto dari calon Kepala Desa dan juga contoh dari surat suara yang akan dicoblos nantinya, biasanya selebaran ini di sebar ke beberapa

tempat seperti pos jaga malam, kedai maupun warung yang ramai dikunjungi.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1. Simpulan**

Alat peraga kampanye yang dibuat panitia dalam mensosialisasikan pemilihan Kepala Desa 2019 dapat diterima dan mudah dipahami oleh masyarakat, dengan adanya alat peraga kampanye tersebut masyarakat merasa terbantu dan memudahkan mendapat informasi.

Dari hasil wawancara beberapa responden mengatakan bahwa alat peraga kampanye yang dibuat oleh panitia sangat jelas dan mudah diingat. Tampilan dari spanduk cukup menarik dan jelas disertai dengan tanggal pencoblosan nomor urut calon Kepala Desa dan juga foto dari masing-masing calon Kepala Desa. Penggunaan spanduk diambil sebagai salah satu sumber informasi bagi masyarakat dengan berbagai pertimbangan yang memungkinkan mudahnya menjangkau masyarakat dalam jumlah besar serta merata dengan biaya yang relatif murah. Selain itu masyarakat juga sudah terbiasa dengan penggunaan alat peraga kampanye spanduk dibandingkan alat peraga kampanye lainnya sehingga masyarakat mudah memahami isi pesan dari alat peraga kampanye tersebut.

#### **5.2. Saran**

Hasil penelitian yang peneliti lakukan kiranya terdapat beberapa hal yang menjadi rekomendasi di dalamnya, antara lain :

1. Ada baiknya pihak panitia dapat memperbanyak jumlah dari spanduk yang disebar sehingga memungkinkan penyebaran informasi lebih maksimal lagi.
2. Untuk para pemilih pemula perlu kiranya dilakukan sosialisai terkait alat peraga kampanye maupun hal-hal lain terkait pemilihan Kepala Desa sehingga mereka tidak merasa bingung.

## Daftar Pustaka

- Abidin, Y. Z. 2016. *Komunikasi Pemerintahan Filosofi, konsep, dan aplikasi*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Afrizal. 2015. *Metode Penelitian Kualitatif (Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif Dalam Berbagai Disiplin Ilmu)*. Jakarta: Rajawali Press.
- Al- Muchtar, S. 2015. *Dasar Penelitian Kualitatif*. Bandung: Gelar Pustaka Mandiri.
- Arifin, A. 2003. *Komunikasi Politik: Paradigma, Teori, Aplikasi, Strategi dan Komunikasi Politik Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Azhar, Anang Anas. 2017. *Komunikasi Politik Untuk Pencitraan: Konsep, Strategi dan Pencitraan Politik*. Medan: Perdana Publishing.
- Azhar, Anang Anas. 2017. *Pencitraan Politik Elektoral: Kajian Politik Segitiga PAN dalam Merebut Simpati Masyarakat*. Yogyakarta: Atap Buku.
- Budiardjo, Miriam. (1994). *Demokrasi Di Indonesia*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Firmanzah. 2008. *Marketing Politik, Antara Pemahaman dan Realitas*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Gaffar, J. M. 2012. *Politik Hukum Pemilu*. Jakarta : Konstitusi Press.
- Hakim, Abdul. 2017. *Metode Penelitian; Penelitian Kualitatif; Tindakan Kelas & Studi*. Sukabumi: CV. Jejakrsada.
- Miles & Huberman. 1992. *Analisis data Kualitatif*. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Mulyana, Deddy. 2007. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Rauf, M. 2011. *Komunikasi Politik: Masalah Sebuah Bidang Kajian Dalam Ilmu Politik*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ruslan, R. 2008. *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations*. Jakarta: Rajawali pers.
- Soelaeman, Munandar. 1986. *Ilmu Sosial Dasar*. Bandung : PT. Eresco.
- Subiakto, Henry dan Ida Rachmah. 2012. *Komunikasi Politik, Media & Demokrasi*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Sugiyono. 2010. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Supardan, D. 2008. *Pengantar Ilmu Sosial Sebuah Kajian Pendekatan Struktural*. Jakarta: Bumi Aksara.

Sutaryo. 2004. *Dasar-dasar Sosialisasi*. Jakarta: Rajawali Press.

Venus, A. 2012. *Manajemen Kampanye*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Peraturan Daerah Kabupaten Asahan No.2 Tahun 2016 tentang tata cara Pemilihan Kepala Desa.

Peraturan Bupati Asahan Nomor 28 Tahun 2019 Tentang Petunjuk Teknis Pelaksanaan Pemilihan Kepala Desa Dan Penyelenggaraan Pemerintahan Desa

<https://www.dosenpendidikan.co.id/sosialisasi-adalah/>

## LAMPIRAN

**MARI KITA SUKSESKAN.....!**

**PEMILIHAN KEPALA DESA DESA SILO BONTO KECAMATAN SILAU LAUT**

**KABUPATEN ASAHAN TAHUN 2019**

**INGAT!!!! 18 DESEMBER 2019**

**GUNAKAN HAK PILIH ANDA .....!!!!**

**1 BUYUNG**

**2 RUSLI**

**3 ASLIK, SE**

**4 SJAHLIAN**

**PANITIA PEMILIHAN KEPALA DESA SILO BONTO**





**BERITA ACARA**  
**PEMUNGUTAN DAN PENCIHTUNGAN SUARA**  
**DI TEMPAT PEMUNGUTAN SUARA DALAM PEMILIHAN KEPALA DESA**  
**TAHUN 2019**

Pada hari ini, ... tanggal ... bulan ... tahun dan ini adalah kelima belas Panitia Pemilihan melaksanakan Rapat Pemungutan dan Penghitungan Suara dalam Pemilihan Kepala Desa yang dibawahi oleh Wakil dan Pengawas Pemilihan di:

Tempat Pemungutan Suara (TPS) : Desa ...  
Kecamatan : ...  
Kabupaten : ...

**A. PERSIAPAN DAN PEMUNGUTAN SUARA DI TPS**

Kegiatan Panitia Pemilihan dalam Acara Pemungutan Suara dipimpin oleh Ketua Panitia Pemilihan dimulai pukul 07.00 WIB dan berakhir pada pukul 14.00 WIB dengan melakukan kegiatan:

- Mengumumkan DPT - PKD dan DPT01 - PKD serta menobatkan salinasnya kepada Sahas.
- Pengawasan stempel/jenis Anggota Panitia Pemilihan, dipadu oleh Ketua Panitia Pemilihan.
- Membuka kotak suara dan menghisutkan suara di kotak suara.
- Menghitung dan menghitung hasil dan jumlah kotak suara serta peralatan pemungutan dan penghitungan suara.
- Menyertakan pengisian kepada pemilih mengenai prosedur dan tata cara pemberian suara di TPS.

**B. PENCIHTUNGAN SUARA DI TPS**

Penghitungan suara dimulai pukul 14.00 WIB dengan melakukan kegiatan:

- Menghitung dan menata jumlah pemilih yang memberikan suara berdasarkan salinan DPT - PKD dan DPT01 - PKD.
- Menghitung dan menata jumlah surat suara yang digunakan, tidak digunakan dan rusak atau rusak coblos.
- Menghitung dan mencatat jumlah surat sah seluruh calon serta menghitung dan menata jumlah suara tidak sah.
- Menghitung dan mencatat jumlah pemilih dan pengung tak pilih dicoblos/pengandung cacat.
- Menata kejadian khusus dan/atau keberatan saksi dengan menggunakan formulir Model CBR - PKD.

**PANITIA PEMILIHAN KEPALA DESA**

1. ABD. HAKIM	11. TAFELIQ
2. ERWIN	12. HENDRIK BAKSONO
3. SUWADI	13. M. RIZALDI
4. RAHMAD	14. RINI RAHMA DANI
5. EDI AHMAD SUWADI	15. RIZKY ABDILLAH
6. ARIFIN	16. ...
7. SINTU	17. ...
8. ...	18. ...
9. ...	19. ...
10. ...	20. ...

**SAKSI CALON**

1. TUJUAN	4. ...
2. ...	5. ...
3. ...	6. ...

**BUKUP ASAHAN**  
**PROVINSI SUMATERA UTARA**  
**PERATURAN BUPATI ASAHAN**  
**NOMOR 48 TAHUN 2019**

**TENTANG**  
**PETUNJUK TEKNIS PELAKSANAAN PEMILIHAN KEPALA DESA DAN**  
**PENYELINGGARAAN JEMBRANTAN DESA**  
**DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA**

**BUPATI ASAHAN,**

Mentoring: a. bahwa untuk melaksanakan ketentuan pasal 11, pasal 12, pasal 42 ayat (3), pasal 46 ayat (1), pasal 77, pasal 100 ayat (3), pasal 125 ayat (3), pasal 133 ayat (2), dan pasal 149D ayat (5) Peraturan Daerah Kabupaten Asahan Nomor 2 Tahun 2016 tentang Tata Cara Pemilihan Kepala Desa dan Penyelenggaraan Pemerintahan Desa selanjutnya telah diubah dengan Peraturan Daerah Kabupaten Asahan Nomor 7 Tahun 2018 tentang Perubahan Atas Peraturan Daerah Kabupaten Asahan Nomor 2 Tahun 2016 tentang Tata Cara Pemilihan Kepala Desa dan Penyelenggaraan Pemerintahan Desa, serta telah ditetapkan penyelenggaraan Pemerintahan Desa perlu mengatur tata cara pemerintahan Kepala Desa atau wali aparat Pemerintahan Desa;

b. bahwa Peraturan Bupati Asahan Nomor 40 Tahun 2018 tentang Petunjuk Teknis Pelaksanaan Pemilihan Kepala Desa dan Penyelenggaraan Pemerintahan Desa, sudah tidak sesuai lagi dengan perkembangan dan kondisi pada saat ini sehingga perlu diganti;

c. bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana dimaksud dalam huruf a, perlu menetapkan Peraturan Bupati tentang Petunjuk Teknis Pelaksanaan Pemilihan Kepala Desa dan Penyelenggaraan Pemerintahan Desa;

Mengingat: 1. Undang-Undang Dasar Nomor 7 Tahun 1959 tentang Pembentukan Daerah Otonom Kabupaten-Kabupaten dalam lingkungan Daerah Provinsi Sumatera Utara (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1959, Nomor 58, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 1959);

**BERITA ACARA**  
**REKAPITULASI HASIL PENCIHTUNGAN PEROLEHAN SUARA**  
**DALAM PEMILIHAN KEPALA DESA ...**  
**TAHUN 2019**

Pada hari ini, ... tanggal ... bulan ... tahun dan ini adalah kelima belas Panitia Pemilihan melaksanakan rapat pleno rekapitulasi penghitungan perolehan suara Pemilihan Kepala Desa bertempat di ...

Pelaksanaan rekapitulasi penghitungan perolehan suara dibawahi oleh Para Saksi Calon, dengan kegiatan:

- Perjumlahan data dalam formulir Model ...PKD dari TPS
- Pencatatan kejadian khusus dan/atau keberatan saksi dengan menggunakan formulir Model ...PKD

Demikian Berita Acara ini dibuat dalam ... rangkap yang masing-masing rangkap ditandatangani oleh Ketua dan Anggota Panitia Pemilihan serta Para Saksi dari Calon yang hadir.

**PANITIA PEMILIHAN KEPALA DESA**

1. ABD. HAKIM	15. SUPARTIKO
2. ERWIN	16. SUKIRBAH
3. SUWADI	17. M. RIZALDI
4. RAHMAD	18. RINI RAHMA DANI
5. EDI AHMAD SUWADI	19. RIZKY ABDILLAH
6. ARIFIN	20. ...
7. SINTU	...

**SAKSI CALON**

1. TUJUAN	4. ...
2. ...	5. ...
3. ...	6. ...

**MODEL**  
**SKRIPSI**

**SERTIFIKAT HASIL PEMUNGUTAN SUARA DI TEMPAT PEMUNGUTAN SUARA**  
**DALAM PEMILIHAN KEPALA DESA TAHUN 2019**

Tempat Pemungutan Suara (TPS) : Desa ...  
Kecamatan : ...  
Kabupaten : ...

**I. DATA PEMILIH DAN LIAR PILIH**

No	URAIAN	URAIAN		JUMLAH
		LAKI-LAKI	PEREMPUAN	
1	DATA PEMILIH			
2	1. Jumlah seluruh data dalam DPT-PKD	4	4	8
3	2. Jumlah seluruh data dalam DPT01-PKD	0	0	0
4	3. Jumlah seluruh data dalam DPT-PKD dan DPT01-PKD	4	4	8
5	4. Jumlah seluruh data dalam DPT-PKD dan DPT01-PKD yang tidak sah	0	0	0
6	5. Jumlah seluruh data dalam DPT-PKD dan DPT01-PKD yang dicoblos	0	0	0
7	6. Jumlah seluruh data dalam DPT-PKD dan DPT01-PKD yang mengandung cacat	0	0	0
8	7. Jumlah seluruh data dalam DPT-PKD dan DPT01-PKD yang tidak sah, dicoblos, dan mengandung cacat	0	0	0
9	8. Jumlah seluruh data dalam DPT-PKD dan DPT01-PKD yang sah	4	4	8

**II. DATA PEMUNGUTAN SUARA**

No	URAIAN	JUMLAH
1	1. Jumlah surat suara yang dibagikan sebanyak 2,5%	2
2	2. Jumlah surat suara yang dibagikan karena rusak/terbuka	0
3	3. Jumlah surat suara yang tidak dibagikan	0
4	4. Jumlah surat suara yang dibagikan	2

**III. DATA JUMLAH SURAT SUARA SAH (HASIL TIKAS SAKSI)**

No	URAIAN	JUMLAH
1	1. Jumlah surat sah seluruh Calon	2
2	2. Jumlah surat sah dan tidak sah	2
3	3. Jumlah surat sah dan tidak sah	2

**IV. DATA PERILIH D'SARILIASI/PENYANGKAP CAKUP**

No	URAIAN	JUMLAH
1	1. Jumlah pemilih dibawahi/pengawasan Calon yang menggunakan PAK pilih	0
2	2. Jumlah pemilih dibawahi/pengawasan Calon yang menggunakan PAK pilih	0

**PANITIA PEMILIHAN KEPALA DESA**

1. ABD. HAKIM	15. SUWADI
2. ERWIN	16. RINI RAHMA DANI
3. RAHMAD	17. M. RIZALDI
4. EDI AHMAD SUWADI	18. RINI RAHMA DANI
5. ARIFIN	19. RIZKY ABDILLAH
6. SINTU	20. ...
7. ...	...

**SAKSI CALON**

1. TUJUAN	4. ...
2. ...	5. ...
3. ...	6. ...



**SERTIFIKAT HASIL PENGHITUNGAN SUARA DI TEMPAT PEMUNGUTAN SUARA**  
**DALAM PEMILIHAN KEPALA DESA TAHUN 2019**

Tempat Pemungutan Suara (TPS) : Desa Silo Bonto  
 Kecamatan : Silau Laut  
 Kabupaten : Asahan

**I. DATA PEMILIH DAN HAK PILIH**

No	URAIAN	LARI - LARI	PEREMPOR	JUMLAH
1	DATA PEMILIH			
1	1. Jumlah penduduk desa tahun 2017	25	10	35
2	2. Jumlah penduduk desa tahun 2018	25	10	35
3	3. Jumlah penduduk desa tahun 2019	25	10	35
4	4. Jumlah penduduk desa tahun 2020	25	10	35
5	5. Jumlah penduduk desa tahun 2021	25	10	35
6	6. Jumlah penduduk desa tahun 2022	25	10	35
7	7. Jumlah penduduk desa tahun 2023	25	10	35
8	8. Jumlah penduduk desa tahun 2024	25	10	35
9	9. Jumlah penduduk desa tahun 2025	25	10	35
10	10. Jumlah penduduk desa tahun 2026	25	10	35
11	11. Jumlah penduduk desa tahun 2027	25	10	35
12	12. Jumlah penduduk desa tahun 2028	25	10	35
13	13. Jumlah penduduk desa tahun 2029	25	10	35
14	14. Jumlah penduduk desa tahun 2030	25	10	35

**II. DATA PENGHITUNGAN SUARA SUKSES**

No	URAIAN	JUMLAH
1	1. Jumlah suara sah	25
2	2. Jumlah suara tidak sah	10
3	3. Jumlah suara tidak sah	10
4	4. Jumlah suara sah dan tidak sah	35

**III. DATA JUMLAH SUARA SAH DAN TIDAK SAH**

No	URAIAN	JUMLAH
1	1. Jumlah suara sah	25
2	2. Jumlah suara tidak sah	10
3	3. Jumlah suara sah dan tidak sah	35

**IV. DATA PEMILIH DISABILITAS/PENYANGGANG CAJAT**

No	URAIAN	JUMLAH
1	1. Jumlah pemilih disabilitas/penyanggang cacat	0
2	2. Jumlah pemilih disabilitas/penyanggang cacat yang menggunakan hak pilih	0

**PANITIA PEMILIHAN KEPALA DESA**

1. ABD. HAKIM	2. SUDARNO	3. SUKARTO	4. SUKARNI
5. SUKAWATI	6. SUKAWATI	7. SUKAWATI	8. SUKAWATI
9. SUKAWATI	10. SUKAWATI	11. SUKAWATI	12. SUKAWATI
13. SUKAWATI	14. SUKAWATI	15. SUKAWATI	16. SUKAWATI
17. SUKAWATI	18. SUKAWATI	19. SUKAWATI	20. SUKAWATI
21. SUKAWATI	22. SUKAWATI	23. SUKAWATI	24. SUKAWATI
25. SUKAWATI	26. SUKAWATI	27. SUKAWATI	28. SUKAWATI
29. SUKAWATI	30. SUKAWATI	31. SUKAWATI	32. SUKAWATI
33. SUKAWATI	34. SUKAWATI	35. SUKAWATI	36. SUKAWATI

**SAKSI CALON**

1. SUKAWATI	2. SUKAWATI
3. SUKAWATI	4. SUKAWATI

**RINCIAN HASIL PENGHITUNGAN PEROLEHAN SUARA**  
**DI TEMPAT PEMUNGUTAN SUARA**  
**DALAM PEMILIHAN KEPALA DESA TAHUN 2019**

Tempat Pemungutan Suara (TPS) : Desa Silo Bonto  
 Kecamatan : Silau Laut  
 Kabupaten : Asahan

NOMOR URUT DAN NAMA CALON	SUARA SAH
1. BUYUNG	12 5 8
2. RUSLI	1 3 2 9
3. ASLIK, SE	1 8 1
4. SAHLIAN	1 4 5
5.	
<b>JUMLAH SELURUH SUARA SAH (1+2+3+4+5)</b>	<b>29 13</b>
<b>JUMLAH SELURUH SUARA TIDAK SAH</b>	<b>8</b>

**PANITIA PEMILIHAN KEPALA DESA**

1. ABD. HAKIM	2. SUDARNO	3. SUKARTO	4. SUKARNI
5. SUKAWATI	6. SUKAWATI	7. SUKAWATI	8. SUKAWATI
9. SUKAWATI	10. SUKAWATI	11. SUKAWATI	12. SUKAWATI
13. SUKAWATI	14. SUKAWATI	15. SUKAWATI	16. SUKAWATI
17. SUKAWATI	18. SUKAWATI	19. SUKAWATI	20. SUKAWATI
21. SUKAWATI	22. SUKAWATI	23. SUKAWATI	24. SUKAWATI
25. SUKAWATI	26. SUKAWATI	27. SUKAWATI	28. SUKAWATI
29. SUKAWATI	30. SUKAWATI	31. SUKAWATI	32. SUKAWATI
33. SUKAWATI	34. SUKAWATI	35. SUKAWATI	36. SUKAWATI

**SAKSI CALON**

1. SUKAWATI	2. SUKAWATI
3. SUKAWATI	4. SUKAWATI

**PANITIA PEMILIHAN KEPALA DESA**  
**DESA SILO BONTO**  
**KECAMATAN SILAU LAUT**  
Alamat : Sekretariat Jalan Protokol No. 35 Kode Pos 21263

**PENGUMUMAN**

Berdasarkan Surat Keputusan Panitia Pemilihan Kepala Desa NOMOR : 01/PANITIA/2019 Dan Berita Acara Nomor 06/PANITIA/2019 Dengan Ini Mengumumkan.

**NOMOR URUT DAN NAMA-NAMA CALON KEPALA DESA**  
**DESA SILO BONTO KECAMATAN SILAU LAUT KABUPATEN ASAHAN**  
**TAHUN 2019**

1	2	3	4
			
<b>BUYUNG</b>	<b>RUSLI</b>	<b>ASLIK, SE</b>	<b>SAHLJAN</b>


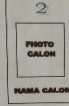


Ditetapkan Sebagai Calon Kepala Desa Silo Bonto, Pada Pemilihan Kepala Desa, Desa Silo Bonto Kecamatan Silau Laut Kabupaten Asahan Tahun 2019

Demikian Diumumkan Untuk di Ketahui.

Ditetapkan Di : SILO BONTO  
 Tanggal : 20 SEPTEMBER 2019  
**PANITIA PEMILIHAN KEPALA DESA**  
 KETUA  
  
 ABD. HAKIM

UNTUK 4 (EMPAT) CALON

**SURAT SUARA**  
**PEMILIHAN KEPALA DESA**  
**KECAMATAN .....**  
**KABUPATEN ASAHAN**

1	2	3	4
			
<b>NAMA CALON</b>	<b>NAMA CALON</b>	<b>NAMA CALON</b>	<b>NAMA CALON</b>

TAMPAK DEPAN

PANITIA PEMILIHAN KEPALA DESA TAHUN ..... DESA ..... KECAMATAN ..... KETUA .....	<b>SURAT SUARA</b> PEMILIHAN KEPALA DESA ..... KECAMATAN ..... KABUPATEN ASAHAN TAHUN .....
--	---







menjawab surat ini agar disubulkan  
tor dan langganinya

025.16-311

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Kapten Mochtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474  
Website: http://www.umsu.ac.id E-mail: rektor@umsu.ac.id

PERMOHONAN-PERSETUJUAN  
JUDUL SKRIPSI

Sk-1

Kepada Yth.  
Bapak/Ibu Ketua Jurusan ILMU KOMUNIKASI  
FISIP UMSU  
di  
Medan.

Medan, 29 Januari 2020

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan hormat, Saya yang bertanda tangan di bawah ini Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU :

Nama lengkap : Putri Indah Sari  
NPM : 16.03110105  
Jurusan : ILMU KOMUNIKASI  
Tabungan sks : 42... sks, IP Kumulatif ... 3,56

Mengajukan permohonan persetujuan judul skripsi :

1	Pola komunikasi Antarpersonal anak terhadap orang tua pasca peneraian di Kecamatan Sialang laut.	
2	Persepsi masyarakat terhadap penghitungan suara secara online pada pemilihan Kepala Desa 2019 di Desa Sibubonto.	
3	Penggunaan alat peraga kampanye sebagai media sosialisasi pada pemilihan Kepala desa 2019 di Desa Sibubonto; Kecamatan Sibubonto, Kabupaten Asahan	30/01-2020

- Bersama permohonan ini saya lampirkan :
1. Tanda bukti lunas beban SPP tahap berjalan;
  2. Daftar Kemajuan Akademik Mahasiswa (DKAM) yang dikeluarkan oleh Dekan.
  3. Tanda bukti Lunas Uang/Biaya Seminar Proposal;\*

Demikianlah permohonan Saya, atas pemeriksaan dan persetujuan Bapak/Ibu, Saya ucapkan terima kasih. Wassalam.

Rekomendasi Ketua Jurusan :  
Diteruskan kepada Dekan untuk  
Penetapan Judul dan Pembimbing.

Medan, tgl. 29 Januari 2020

Ketua,

Pemohon,

(PUTRI INDAH SARI.....)

PB : ANANG ANAS AZHAR



**UMSU**

Unggul | Cerdas | Terpercaya  
Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

Jalan Kapten Muchtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474  
Website : <http://www.umsu.ac.id> E-mail : [rektor@umsu.ac.id](mailto:rektor@umsu.ac.id)

**SURAT PENETAPAN JUDUL SKRIPSI  
DAN PEMBIMBING**

**Nomor : 025.16.311/SK/IL3-AU/UMSU-03/F/2020**

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Nomor: 975/SK/IL3/UMSU-03/F/2018 Tanggal 15 Rabiul Awwal 1440 H/ 23 November 2018 dan Rekomendasi Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi tertanggal : **29 Januari 2020** dengan ini menetapkan judul skripsi dan pembimbing penulisan untuk mahasiswa sebagai berikut :

Nama mahasiswa : **PUTRI INDAH SARI**  
N P M : 1603110105  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Semester : VIII (Delapan) Tahun Akademik 2019/2020  
Judul Skripsi : **PENGGUNAAN ALAT PERAGA KAMPANYE SEBAGAI MEDIA SOSIALISASI PADA PEMILIHAN KEPALA DESA 2019 DI DESA SILO BONTO KECAMATAN SILO LAUT KABUPATEN ASAHAN**

Pembimbing : Dr. ANANG ANAS AZHAR, M.A.

Dengan demikian telah diizinkan menulis skripsi, dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Penulisan skripsi harus memenuhi prosedur dan tahapan yang berpedoman kepada ketentuan sebagaimana tertuang di dalam Surat Keputusan Dekan FISIP UMSU Nomor: 975/SK/IL3/UMSU-03/F/2018 Tanggal 15 Rabiul Awwal 1440 H/ 23 November 2018.
2. Penetapan judul skripsi dan pembimbing ini dan naskah skripsi dinyatakan batal apabila tidak selesai sebelum masa kadaluarsa atau bertentangan dengan peraturan yang berlaku.

**Masa Kadaluarsa tanggal: 29 Januari 2021.**

Ditetapkan di Medan,  
Medan, 05 Jumadil Akhir 1441 H  
30 Januari 2020 M



Dr. ARIFIN SALEH., S.Sos., MSP.

Tembusan :

1. Ketua P.S. Ilmu Komunikasi FISIP UMSU di Medan;
2. Pembimbing ybs. di Medan;
3. *Portinggal.*



Unggul, Cerdas dan Terpercaya  
Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

Jalan Kapten Mochtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474  
Website: <http://www.umsu.ac.id> E-mail: [rektor@umsu.ac.id](mailto:rektor@umsu.ac.id)

Sk-3

PERMOHONAN  
SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Kepada Yth.  
Bapak Dekan FISIP UMSU  
di  
Medan.

Medan, 05 Februari 2020

Assalamu 'alaikum wr. wb.

Dengan hormat, saya yang bertanda tangan di bawah ini mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU :

Nama lengkap : PUTRI INDAH SARI  
N P M : 1603110105  
Jurusan : ILMU KOMUNIKASI

mengajukan permohonan mengikuti Seminar Proposal Skripsi yang ditetapkan dengan Surat Penetapan Judul Skripsi dan Pembimbing No. 975/SK/IL3/UMSU-03/F/2019... tanggal 29 Januari 2020... dengan judul sebagai berikut :

PEGGUNAAN ALAT PERAGA KAMPANYE SEBAGAI MEDIA SOSIAL SAGI  
PILDA PEMILIHAN KEPALA DESA 2019 DI DESA SILO BONTO KECAMATAN  
SILAU LAUT KABUPATEN ASAHAN

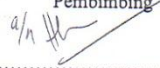
Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Surat Penetapan Judul Skripsi (SK - 1);
2. Surat Penetapan Pembimbing (SK-2);
3. DKAM yang telah disahkan;
4. Kartu Hasil Studi Semester I s/d terakhir;
5. Tanda Bukti Lunas Beban SPP tahap berjalan;
6. Tanda Bukti Lunas Biaya Seminar Proposal Skripsi;
7. Proopsal Skripsi yang telah disahkan oleh Pembimbing (rangkap - 5)

Demikianlah permohonan saya untuk pengurusan selanjutnya. Atas perhatian Bapak saya ucapkan terima kasih. Wassalam.

Menyetujui :

Pembimbing

a/n   
(.....)

Pemohon,



(PUTRI INDAH SARI.....)

**UNDANGAN SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI**

Nomor : 105/KEP/II.3-AU/UMSU-03/F/2020

Program studi : Ilmu Komunikasi  
Hari, Tanggal : Jumat, 07 Februari 2020  
W a k t u : 10.00 WIB s/d. Selesai  
Tempat : Ruang Kuliah Gedung C UMSU  
Pemimpin Seminar : NURHASANAH NASUTION, S.Sos., M.I.Kom

No.	Nama Mahasiswa Penyaji	Nomor Pokok Mahasiswa	Dosen Penanggung	Dosen Pembimbing	Judul Proposal Skripsi
6	DINO SYAHPUTRA	1603110013	RAHMANITA GINTING, M.A., Ph.D	LUTFI BASIT, S.Sos., M.I.Kom.	PERENCANAAN KOMUNIKASI PEMASARAN FOUNDER GLSK MELALUI VIDEO DAN FOTO DI MEDIA SOSIAL
7	MUHAMMAD SYAMSUDDIN ALDY SIREGAR	1603110234	Drs. BAHRUM JAMIL, M.AP.	RAHMANITA GINTING, M.A., Ph.D	PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP SISTEM ZONASI SEKOLAH DI KOTA MEDAN
8	PUTRI INDAH SARI	1603110105	MUHAMMAD SAID HARAHAP, M.I.Kom	Dr. ANANG ANAS AZHAR, M.A.	PENGUNAAN ALAT PERAGA KAMPANYE SEBAGAI MEDIA SOSIALISASI PADA PEMILIHAN KEPALA DESA 2019 DI DESA SILO BONTU KECAMATAN SILAU LAUT KABUPATEN ASAHAN
9	KHAIRUNNISA APRILIA	1603110015	Dr. LEYLIA KHAIRANI, M.Si.	ELYITA YENNI, SS, M.Hum	PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP AKTIVITAS KEGIATAN DI TAMAN ALUN-ALUN KISARAN
10	FARIZ ZHAFARI	1603110070	LUTFI BASIT, S.Sos., M.I.Kom	JUNAIDI, S.Pd. M.Si.	PEMANFAATAN PROGRAM KERSUS MAMASIK UMROH GRATIS PT. MAKKAH MADINAH MUBAROK SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI PEMASARAN

Medan, 11 Jumadil Akhir 1441 H  
06 Februari 2020 M



Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP.



Unggul, Cerdas, Berprestasi  
Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Kapten Muchtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474  
Website: <http://www.umsu.ac.id> E-mail: [rektor@umsu.ac.id](mailto:rektor@umsu.ac.id)

Sk-5

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama lengkap : PUTRI INDAH SARI  
NPM : 1603110105  
Jurusan : ILMU KOMUNIKASI / HUMAS  
Judul Skripsi : Penggunaan Alat peraga kampanye sebagai media sosialisasi para Pemilihan Kepala Desa Tahun 2019 Di Desa Silo Bonto Kecamatan Silau Laut Kabupaten Aceh

No.	Tanggal	Kegiatan Advis/Bimbingan	Paraf Pembimbing
1.	30-01-2020	Bimbingan judul proposal.	
2.	31-01-2020	Bimbingan mengenai isi proposal	
3.	03-02-2020	Bimbingan Uraian Teoritis, Metode Penelitian	
4.	04-02-2020	Bimbingan daftar pustaka	
5.	05-02-2020	Bimbingan proposal / Acc proposal	
6.	14-03-2020	Bimbingan skripsi bab 1, 2, 3	
7.	16-03-2020	Bimbingan skripsi	
8.	03-03-2020	Bimbingan daftar wawancara	
9.	19-03-2020	Acc daftar wawancara	
10.	18-07-2020	Bimbingan skripsi Bab 4 dan 5	
11.	23-07-2020	Bimbingan skripsi Revisi Bab 4 dan 5	
12.	25-07-2020	Bimbingan skripsi / Acc skripsi	

Medan, 25 Juli 2020.

Dekan,

(Dr. ARIEM SALEH, S.Sos, M.S.P)

Ketua Program Studi,

(NURHASINAH, NASUTION, S.Sos, M.Hum)

Pembimbing ke : I.

Dr. Anang Anas Azhar





Sila merajutlah surat ini agar disuburkan  
nutur dan tanggapsya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

Jalan Kapten Muchtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474  
Website: <http://www.umsu.ac.id> Email: [rektor@umsu.ac.id](mailto:rektor@umsu.ac.id)

Nomor : 302/KET/II.3-AU/UMSU-03/F/2020  
Lampiran : --  
Hal : **Mohon Diberikan izin  
Penelitian Mahasiswa**

Medan, 06 Ramadhan 1441 H  
29 April 2020 M

Kepada Yth : **Kepala Desa Silo Bonto**  
**Kecamatan Silau Laut Kabupaten Asahan**  
di-

Tempat.

Bismillahirrahmanirrahim  
Assalamu'alaikum Wr.Wb

Teriring salam semoga Bapak/Ibu dalam keadaan sehat wal'afiat serta sukses dalam menjalankan segala aktivitas yang telah direncanakan

Untuk memperoleh data penulisan skripsi dalam rangka penyelesaian program studi jenjang Strata Satu (S1), kami mohon kiranya Bapak/Ibu berkenan memberikan izin penelitian kepada mahasiswa kami :

Nama mahasiswa : **PUTRI INDAH SARI**  
N P M : 1603110105  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Semester : VIII (Delapan) Tahun Akademik 2019/2020  
Judul Skripsi : **PENGGUNAAN ALAT PERAGA KAMPANYE SEBAGAI MEDIA  
SOSIALISASI PADA PEMILIHAN KEPALA DESA TAHUN 2019 DI  
DESA SILO BONTO KECAMATAN SILAU LAUT KABUPATEN  
ASAHAN**

Demikianlah kami sampaikan, atas perhatian dan kerja sama yang baik diucapkan terima kasih.  
Nashrun minallah, wassalamu 'alaikum wr. wb.

  
Dekan  
**Dr. Anwar Saleh, S.Sos.,MSP.**



PEMERINTAH KABUPATEN ASAHAN  
KECAMATAN SILO LAUT  
**DESA SILO BONTO**

Alamat : Jalan Protokol No. 35 Kode Pos 21263

Nomor	: 140 / 289 / V / 2003 / 2020	Silo Bonto, 04 MEI 2020
Sifat	: Penting	Kepada Yth :
Lampiran	: -	Dekan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara ( UMSU )
Hal	: Permohonan Izin Penelitian di Desa Silo Bonto	Dr. Arifin Salch, S.Sos., MSP Medan

1. Sesuai dengan Surat Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara ( UMSU )  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Nomor : 302/KET/IL3-AU/UMSU-03/F/2020  
Tanggal 29 April 2020 Perihal Permohonan Izin Penelitian .

2. Sehubungan hal tersebut diatas, bersama ini Pemerintah Desa Silo Bonto memberi  
Izin Kepada :

NAMA : PUTRI INDAH SARI  
NPM : 1603110105  
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi  
SEMESTER : VIII ( Delapan ) Tahun Akademik 2019/2020

3. Untuk Melakukan Penelitian Riset Skripsi tentang " PENGGUNAAN ALAT  
PERAGA KAMPANYE SEBAGAI MEDIA SOSIALISASI PADA  
PEMILIHAN KEPALA DESA TAHUN 2019 DI DESA SILO BONTO  
KECAMATAN SILO LAU KABUPATEN ASAHAN " Selama Mahasiswi  
tersebut mematuhi Peraturan dan Program yang ditetapkan Oleh Universitas  
Muhammadiyah Sumatera Utara ( UMSU ) Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.

4. Demikian disampaikan untuk diketahui seperlunya.

KEPALA DESA SILO BONTO  
  
RUSLI



**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

Slr-10

**UNDANGAN/PANGGILAN UJIAN SKRIPSI**  
Nomor : 456/UND/II.3-AU/UMSU-03/F/2020

Pogram Studi : Ilmu Komunikasi  
Hari, Tanggal : Kamis, 30 Juli 2020  
Waktu : 08.30 s.d. Selesai  
Tempat : Ruang LAB. FISIP UMSU

No.	Nama Mahasiswa	Nomor Pokok Mahasiswa	TIM PENGUJI			Judul Skripsi
			PENGUJI I	PENGUJI II	PEMBIMBING	
6	KHARUNNISA APRILIA	1603110015	NURHASANAH NASUTION, S.Sos, M.I.Kom	Dr. ANANG ANAS AZHAR, M.A.	ELYTA YENNI, S.S., M.Hum.	PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP AKTIVITAS KEGIATAN DI TAMAN ALUN-ALUN KISARAN
7	PUTRI INDAH SARI	1603110105	RAHMANTIA GINTING, S.Sos., M.A., Ph.D.	ELYTA YENNI, S.S., M.Hum	Dr. ANANG ANAS AZHAR, M.A.	PENGGUNAAN ALAT PERAGA KAMPANYE SEBAGAI MEDIA SOSIALISASI PADA PEMILIHAN KEPALA DESA 2019 DI DESA SILO BONTO KECAMATAN SILAU LAUT KABUPATEN ASAHAN
8	HARDAYATI RAMBE	160110007	Dr. YAN HENDRA, M.Si.	MUHAMMAD THARIQ, S.Sos., M.I.Kom.	Dr. ANANG ANAS AZHAR, M.A.	STRATEGI DAKWAH DAARUT TAUHID PEDULI MEDAN DALAM MENGALANG DANA KE MASYARAKAT
9	BAYDURA	1603110208	Dr. PUJI SANTOSO, S.S., M.SP.	AKHYAR ANSHORI, S.Sos, M.I.Kom	MUHAMMAD THARIQ, S.Sos., M.I.Kom.	POLA KOMUNIKASI DAKWAH KOMUNITAS AKSI (AKADEMI SAHUR INDONESIA)
10	SUGIARNI SISWA LESTARI	1603110219	Dr. IRWAN SYARI TANJUNG, S.Sos., M.AP.	ELYTA YENNI, S.S., M.Hum	Dr. PUJI SANTOSO, S.S., M.SP.	ANALISIS PRODUKSI PROGRAM WOW VIRAL DI METRO TV

Notulis Sidang :

Ditetapkan oleh :

  
 Dr. MUHAMMAD ARIFIN, SH, M.Hum

  
 Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP.



  
 Drs. ZULFAHMI, M.I.Kom

Medan, 07 Dzulhijah 1441 H  
28 Juli 2020 M

Panitia Ujian

Sekretaris

## **RIWAYAT HIDUP**



Penulis skripsi berjudul “Penggunaan Alat Peraga Kampanye Sebagai Media Sosialisasi Pada Pemilihan Kepala Desa Tahun 2019 Di Desa Silo Bonto Kecamatan Silau Laut Kabupaten Asahan” adalah Putri Indah Sari, lahir padatanggal 23 maret 1998 di Silo Lama, Kecamatan Silau Laut Kabupaten Asahan. Penulis merupakan putri dari ayah bernama Sugeng danibu Suliah, yang merupakan anak kedua dari dua bersaudara, yang bertempat tinggal di Dusun I Desa Silo Bonto Kecamatan Silau Laut Kabupaten Asahan.

Penulis menyelesaikan pendidikan dasar di SD Negeri 013863 Silau Laut pada tahun 2010. Penulis lulus dari sekolah menengah pertama tahun 2013 di SMP Negeri 1 Silau Laut. Dan lulus sekolah menengah atas pada tahun 2016 di SMK N 1 Kisaran.

Pada tahun 2016 penulis melanjutkan kuliah di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU) Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik pada program Ilmu Komunikasi, Konsentrasi Hubungan Masyarakat (humas).