

ABSTRAKSI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Departemen Ilmu Komunikasi Konsentrasi Advertising

Mardlian Maulidah

STRATEGI KAMPANYE PEMILIHAN KEPALA DAERAH KABUPATEN BANJARNEGARA TAHUN 2006

(Studi Kasus Pada Kampanye Supeno-Najib Sebagai Calon Bupati dan Calon Wakil Bupati dalam Pemilihan Kepala Daerah Kabupaten Banjarnegara Tahun 2006)

Tahun Skripsi: 2008, viii + 153 hal + 24 hal. Lampiran + 3 hal. Tabel. Daftar Kepustakaan 24 Buku.

Penelitian ini membahas mengenai format perencanaan kampanye, implementasi program kampanye hingga tahap evaluasi hasil kampanye yang dicapai Supeno-Najib dalam Pemilihan Kepala Daerah Kabupaten Banjarnegara 2006. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus dan peneliti sebagai instrumen utama penelitian, dimana pengumpulan datanya dilakukan melalui wawancara mendalam, studi kepustakaan dan dokumentasi, serta observasi langsung terhadap objek yang diteliti. Tujuannya adalah memperoleh gambaran yang menyeluruh mengenai latar belakang, sifat-sifat serta karakter yang khas dari fenomena yang terjadi pada strategi kampanye yang dilakukan oleh Supeno-Najib

Dalam prakteknya aktivitas tim kampanye cabup dan cawabup tidak bisa dilepaskan dari prinsip-prinsip komunikasi sebab kampanye politik pada dasarnya merupakan sebuah bentuk komunikasi, dimana kandidat / juru kampanye menyampaikan berbagai pesan (verbal dan non verbal) untuk meraih simpati dan dukungan pemilih.

Dari hasil pengamatan penulis, bisa dikatakan bahwa strategi kampanye yang dijalankan oleh Nona secara umum telah berjalan dengan baik. Tahap perencanaan kampanye dijalankan melalui serangkaian analisis seperti analisis masalah, penetapan tujuan, perencanaan dan pengembangan program, segmentasi khalayak, penyusunan pesan, penetapan metode penyampaian pesan, pemilihan media, peranan komunikator hingga perencanaan pelaksanaan program. Tahap implementasi kampanye dilakukan dengan melaksanakan sejumlah program kampanye berupa program aksi dan non-aksi, pada tahap ini tim kampanye mampu melaksanakan seluruh program yang direncanakannya, sekalipun masih ada beberapa hambatan yang menyebabkan sejumlah program berjalan kurang optimal atau terpaksa diminimalkan. Dalam hal pengevaluasian, Tim Kampanye Nona menerapkan evaluasi pada level sikap dan perilaku pemilih yang diwujudkan dalam evaluasi proses dan evaluasi hasil.

Hasil keseluruhan penelitian ini menunjukkan bahwa strategi kampanye yang dijalankan ternyata belum cukup efektif karena karena masih banyaknya

ABSTRAKSI

UNIVERSITY MUHAMMADIYAH of YOGYAKARTA

Social Science Faculty And Concentration Communication Science Department

Politics Advertising

Mardlian Maulidah

REGENCY REGIONAL LEADER ELECTION CAMPAIGN STRATEGY BANJARNEGARA YEAR 2006

(Case study in campaign Supeno-Najib as regent candidate and regent deputy candidate in regency regional leader election Banjarnegara year 2006)

Year Skripsi: 2008, viii + 153 matters + 24 matters. Supplement + 3 matters.

Table. literature list 24 books.

This watchfulness discusses to hit campaign planning format, campaign program implementation up to that campaign result evaluation stage Supeno-Najib in regency regional leader election Banjarnegara 2006. Watchfulness method that used qualitative method with approaches case study and researcher as watchfulness principal instrument, where does the data collecting done to pass interview deepen, literature study and documentation, with direct observation towards object that is canvassed. The aim get description comprehensive hit background, characters with special character from phenomenon that in campaign strategy that are done by Supeno-Najib

In campaign team activity the practice regent candidate regent deputy candidate can not be released from communication principles because policies campaign basically be a form of communication, where is candidate / campaign expert submit various message (verbal and non verbal) to reaches sympathy and voter support.

From author observation result, can be said that campaign strategy that run by Nona in general walk well. campaign planning stage is run to pass series analysis likes problem analysis, aim stipulating, planning and program development, public segmentation, message arrangement, message delivery method stipulating, media election, communicator part up to program execution planning. campaign implementation stage is done with carry out amount of campaign program shaped action program and non-action, in this stage is campaign team can to carry out entire programs plan, even if still there are some obstacle that causes amount of program walks less optimal or forced minimized. in the case of evaluation, campaign team Nona apply evaluation in level attitude and voter behavior that realized in process evaluation and result evaluation.

This watchfulness overall result shows that campaign strategy that run obvious not yet enough effective because still internal resistance good obstacle