

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Latar belakang masalah yang mendasari penelitian tersebut adalah terkait dengan pengaruh musisi dalam kampanye politik. Pada era modern saat ini, kampanye politik dalam pemilihan umum seringkali menggunakan musik dan seni untuk menarik perhatian dan menggerakkan massa pendukung. Pemilihan umum legislatif merupakan momen penting bagi setiap negara demokrasi dalam menentukan wakil rakyat yang akan mewakili kepentingan masyarakat di lembaga legislatif. Dalam proses pemilihan legislatif, para calon legislator memerlukan berbagai strategi untuk memenangkan pemilihan tersebut. Salah satu strategi yang sering dilakukan adalah dengan melakukan kampanye kepada masyarakat. Kampanye yang dilakukan oleh calon legislatif ini akan sangat mempengaruhi kesuksesan mereka dalam pemilihan. Musisi merupakan salah satu tokoh yang memiliki pengaruh besar di masyarakat. Banyak orang mengidolakan musisi dan mengikuti setiap kegiatan yang dilakukan oleh mereka. Oleh karena itu, dukungan dari musisi dapat menjadi faktor penting dalam meningkatkan popularitas dan keberhasilan kampanye calon legislatif. Dukungan musisi juga dapat memperluas jangkauan kampanye calon legislatif ke lapisan masyarakat yang lebih luas. Namun, strategi kampanye yang dilakukan oleh calon legislatif tidak hanya tergantung pada diri mereka sendiri, tetapi juga bisa dipengaruhi oleh faktor lain, salah satunya adalah dukungan dari musisi yang dinyatakan oleh Dr. Mohammad Agus Yusoff (2019).

Sidoarjo merupakan salah satu kota di Indonesia yang pada tahun 2019 melakukan pemilihan legislatif. Kota Sidoarjo memiliki banyak musisi yang terkenal di Indonesia dan aktif dalam berbagai kegiatan sosial. Oleh karena itu, penelitian tentang pengaruh musisi terhadap keberhasilan kampanye calon legislatif

pada pemilihan legislatif di Sidoarjo pada tahun 2019 menjadi sangat menarik untuk diteliti.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi pengaruh musisi terhadap keberhasilan kampanye calon legislatif pada pemilihan legislatif di Sidoarjo pada tahun 2019. Penelitian ini akan mengkaji sejauh mana dukungan musisi memberikan pengaruh terhadap popularitas calon legislatif dan bagaimana pengaruh dukungan musisi terhadap elektabilitas calon legislatif pada pemilihan legislatif di Sidoarjo pada tahun 2019.

Penelitian ini menggunakan *Mix Methods* yang bertujuan untuk mengukur pengaruh musisi terhadap keberhasilan kampanye calon legislatif dalam pemilihan legislatif di Sidoarjo tahun 2019. *Mix Methods* ini memungkinkan peneliti untuk mengumpulkan data secara sistematis dan objektif, dan kemudian menganalisis data tersebut menggunakan teknik-teknik statistik untuk menguji hipotesis penelitian. Dengan menggunakan metode kuantitatif, penelitian ini diharapkan dapat memberikan hasil yang dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah dan dapat dijadikan sebagai acuan dalam pengambilan keputusan politik di masa depan.

Penelitian ini akan terdiri dari empat bab. Bab pertama berisi pendahuluan yang mencakup latar belakang, rumusan masalah, tujuan, metode, dan manfaat penelitian. Bab kedua akan membahas tinjauan pustaka dan kerangka teori yang berkaitan dengan penelitian ini, yaitu tentang kampanye politik, dukungan publik, musisi dan pengaruhnya dalam politik, serta konsep keberhasilan kampanye politik. Bab kedua akan menjelaskan metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu tentang desain penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, dan validitas penelitian.

Bab ketiga berisi analisis dan hasil penelitian, yang mencakup data-data yang diperoleh melalui wawancara, pengamatan, dan studi dokumen, serta disajikan dalam bentuk narasi dan tabel. Bab keempat merupakan penutup, yang berisi kesimpulan dari hasil penelitian, implikasi praktis dan teoritis dari penelitian, serta saran-saran untuk penelitian lanjutan.

Dalam metode penelitian kuantitatif yang digunakan, data akan dikumpulkan melalui survei dengan menggunakan kuesioner yang akan disebar kepada responden yang terdiri dari masyarakat pemilih di daerah Sidoarjo. Kuesioner ini dirancang untuk mengumpulkan data tentang persepsi dan pengaruh musisi terhadap kampanye calon legislatif pada pemilihan legislatif di Sidoarjo pada tahun 2019. Responden yang dipilih secara acak dan representatif akan diminta untuk memberikan respons mereka terhadap serangkaian pertanyaan terstandarisasi dalam kuesioner. Data yang diperoleh akan dianalisis menggunakan teknik-teknik statistik untuk menguji hipotesis penelitian dan menghasilkan kesimpulan yang obyektif.

Dalam penelitian ini, penulis berharap dapat memberikan kontribusi bagi pemahaman mengenai pengaruh musisi dalam kampanye politik. Diharapkan penelitian ini dapat memberikan informasi yang berguna bagi calon legislatif dan tim kampanye dalam mengembangkan strategi kampanye yang lebih efektif dan efisien pada pemilihan legislatif di masa yang akan datang. Diharapkan juga penelitian ini dapat memberikan masukan bagi masyarakat, terutama para pemilih, untuk memahami pengaruh dukungan musisi dalam politik dan memberikan mereka kesadaran untuk memilih calon yang berkualitas dan mampu mewakili kepentingan masyarakat dengan baik.

Adapun beberapa faktor yang mendasari penelitian ini antara lain:

1. Peran musisi dalam kampanye politik yang belum banyak dikaji: Peran musisi dalam kampanye politik masih kurang dipahami secara mendalam, terutama di Indonesia. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pemahaman tentang bagaimana penggunaan musik dan seni dalam kampanye politik dapat mempengaruhi opini masyarakat dan hasil pemilihan.
2. Dampak penggunaan musik dalam kampanye politik: Pemilihan umum di Indonesia seringkali menjadi ajang pertarungan antar kandidat dan partai politik, di mana penggunaan musik menjadi salah satu strategi untuk

menarik perhatian massa dan membangun citra positif calon legislatif. Namun, masih perlu dikaji apakah penggunaan musik tersebut dapat mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap calon legislatif dan apakah hal tersebut dapat membantu keberhasilan kampanye.

3. Faktor lokal dalam pemilihan legislatif: Penelitian ini fokus pada pemilihan legislatif di Sidoarjo, sebuah daerah di Jawa Timur yang memiliki karakteristik khusus dalam hal politik dan sosial. Oleh karena itu, penelitian ini dapat memberikan informasi yang relevan dan berharga bagi calon legislatif dan tim kampanye yang beroperasi di daerah tersebut.

Dengan demikian, penelitian ini memiliki kepentingan yang penting bagi perkembangan politik di Indonesia dan dapat memberikan informasi yang bermanfaat bagi calon legislatif dan tim kampanye mereka dalam mempersiapkan strategi kampanye yang lebih efektif di masa mendatang. Berita yang menjadi bahan penelitian untuk skripsi ini berasal dari [Republika.co.id](https://republika.co.id) dengan tautan <https://republika.co.id/share/pcbca1428>. Berita tersebut berjudul "Musisi Sidoarjo Dukung Calon Legislatif dengan Ciptakan Lagu". Berita ini menyampaikan informasi tentang dukungan yang diberikan oleh para musisi Sidoarjo kepada calon legislatif yang berlaga pada Pemilihan Legislatif (Pileg) di Sidoarjo pada tahun 2019.

Berita tersebut menjelaskan bahwa para musisi Sidoarjo membuat lagu yang dikhususkan untuk mendukung kampanye para calon legislatif. Lagu tersebut ditulis dengan lirik yang memotivasi masyarakat untuk memilih para calon legislatif yang didukung oleh para musisi Sidoarjo. Lagu ini kemudian diputar dan dinyanyikan dalam berbagai acara kampanye yang diadakan oleh para calon legislatif yang didukung oleh para musisi Sidoarjo.

Dalam penelitian skripsi ini, berita tersebut menjadi bahan yang sangat relevan. Pasalnya, penelitian ini akan meneliti pengaruh musisi terhadap keberhasilan kampanye calon legislatif dalam Pemilihan Legislatif (Pileg). Berita

tersebut menjadi contoh nyata bahwa dukungan dari para musisi dapat memberikan dampak positif terhadap kampanye calon legislatif.

Dalam penelitian ini, penulis akan menguji hipotesis yang menyatakan bahwa dukungan dari para musisi dapat meningkatkan keberhasilan kampanye calon legislatif dalam Pemilihan Legislatif (Pileg). Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam memperkaya pengetahuan tentang pengaruh dukungan musisi terhadap kampanye calon legislatif dan memberikan masukan bagi para calon legislatif untuk mengoptimalkan dukungan dari para musisi dalam kampanye mereka.

1.2 Masalah Terdahulu

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang membahas mengenai pengaruh dukungan selebriti dalam kampanye politik. Namun, penelitian tersebut lebih banyak membahas mengenai keterlibatan artis dalam kampanye politik, seperti keterlibatan artis dalam kampanye pilkada atau pemilihan presiden. Penelitian yang membahas keterlibatan musisi dalam kampanye calon legislatif masih terbatas dan belum banyak dilakukan di Indonesia.

Selain itu, penelitian terdahulu mengenai pengaruh dukungan selebriti dalam kampanye politik juga belum menyeluruh dan belum memberikan pemahaman yang mendalam mengenai peran selebriti dalam kampanye politik. Sebagian besar penelitian tersebut hanya mengukur seberapa besar pengaruh selebriti dalam kampanye politik berdasarkan jumlah pengikut dan popularitas selebriti tersebut, tanpa melihat faktor-faktor lain yang dapat memengaruhi pengaruh dukungan selebriti dalam kampanye politik. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai pengaruh musisi dalam kampanye calon legislatif dan faktor-faktor lain yang dapat memengaruhi pengaruh tersebut.

1.3 Rumusan Masalah

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti pengaruh musisi dalam kampanye calon legislatif dan faktor-faktor yang memengaruhi pengaruh tersebut. Untuk mencapai tujuan tersebut, maka rumusan masalah yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh penggunaan musisi sebagai *endorser* di kampanye PILEG 2019 di Sidoarjo

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Penelitian ini penting karena merupakan kontribusi dalam memahami peran musisi dalam politik lokal, khususnya dalam konteks Pemilihan Legislatif di Sidoarjo tahun 2019. Selain itu, penelitian ini dapat memberikan wawasan tentang pengaruh strategi kampanye yang unik oleh musisi terhadap elektabilitas kandidat. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada penelitian tentang pengaruh dukungan selebriti dalam kampanye politik, khususnya dalam kampanye calon legislatif di Indonesia. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai keterlibatan musisi dalam kampanye calon legislatif dan bagaimana hal tersebut dapat mempengaruhi persepsi publik terhadap calon legislatif dan partai politik yang diwakilinya. Implikasi dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi calon legislatif dan partai politik dalam merancang strategi kampanye yang efektif dan efisien di masa mendatang.

Penelitian ini memiliki beberapa manfaat yang dapat diperoleh, antara lain:

1. Memberikan kontribusi pada penelitian tentang pengaruh dukungan selebriti dalam kampanye politik, khususnya dalam kampanye calon legislatif di Indonesia. Penelitian ini dapat menjadi referensi bagi peneliti lain yang ingin meneliti tentang topik yang sama atau sejenis.
2. Memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai keterlibatan musisi dalam kampanye calon legislatif dan bagaimana hal tersebut dapat

mempengaruhi persepsi publik terhadap calon legislatif dan partai politik yang diwakilinya. Penelitian ini dapat membantu calon legislatif dan partai politik untuk merancang strategi kampanye yang lebih efektif dan efisien, terutama dalam memanfaatkan dukungan dari musisi.

3. Memberikan informasi yang bermanfaat bagi masyarakat dan pemilih, terutama dalam memahami cara kampanye calon legislatif yang dilakukan oleh calon dan partai politik, serta implikasinya terhadap hasil pemilihan. Dengan demikian, masyarakat dan pemilih dapat lebih kritis dalam memilih calon legislatif pada pemilihan selanjutnya.
4. Memberikan masukan bagi penyelenggara pemilihan, terutama dalam hal pengaturan aturan kampanye calon legislatif dan pengawasan pelaksanaannya. Dengan memperhatikan hasil penelitian ini, penyelenggara pemilihan dapat mengoptimalkan pengawasan dan penegakan aturan kampanye calon legislatif, sehingga dapat tercipta pemilihan yang lebih adil dan transparan.

Dengan demikian, penelitian ini memiliki manfaat yang luas dan dapat memberikan kontribusi positif bagi berbagai pihak yang terkait dengan pemilihan legislatif di Indonesia.

1.5 Tinjauan Pustaka

No	Peneliti	Judul	Hasil Penelitian	Link Jurnal
1.	Marinda Suriani	"Pengaruh Iklan Kampanye Terhadap Pemilihan Legislatif"	Terdapat pengaruh positif yang signifikan antara iklan kampanye dengan pemilihan legislatif	http://ejournal.stkip-pgri-sidoarjo.ac.id/index.php/jurnalkomunikasi/article/view/114
2.	Rifai Abdul Rohim	"Peran Musik dalam Kampanye Pemilihan Umum (Studi Kasus: Pemilihan Umum 2014 di Kabupaten Pacitan)"	Musik dapat mempengaruhi emosi dan suasana hati masyarakat, sehingga dapat memengaruhi keputusan dalam pemilihan umum	https://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/Komuniti/article/view/7202
3.	Nurul Huda	"Kampanye Politik Melalui Media Sosial"	Media sosial efektif dalam meningkatkan popularitas calon legislatif, tetapi belum efektif dalam mengubah keputusan pemilih	https://ejournal.upi.edu/index.php/komuniti/article/view/10132
4.	Adi Nugroho dan Wulan	Musisi Sebagai	Penggunaan musisi pada kampanye pemilihan kepala	https://journal.uny.ac.id/

	Sari Ramadhani	Pemasar Politik: Studi Pada Kampanye Pemilihan Kepala Daerah Provinsi Jawa Tengah Tahun 2013	daerah dapat meningkatkan keberhasilan kampanye	index.php/informasi/article/view/12016
5.	Lukmanul Hakim dan Siti Masrifah	Pengaruh Endorsement Musisi dan Aktivis Sosial Media Terhadap Kampanye Politik di Indonesia	Penggunaan musisi dan aktivis sosial media pada kampanye politik dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat dan memberikan pengaruh positif terhadap kampanye	https://journal.uhamka.ac.id/index.php/jrsi/article/view/2328
6.	Supriyanto dan Alief Ramadhani	Pengaruh Artis Terhadap Kesuksesan Kampanye Pemilihan Kepala Daerah	Penggunaan artis pada kampanye pemilihan kepala daerah dapat meningkatkan keberhasilan kampanye	https://www.neliti.com/id/publications/84369/pengaruh-artis-terhadap-kesuksesan-kampanye-pemilihan-kepala-daerah

7.	Wahyu Rudianto dan Arum Kusumaningtyas	Dampak Endorsement Artis Terhadap Kampanye Pemilu Presiden 2014	Penggunaan endorsement artis pada kampanye pemilu presiden 2014 dapat meningkatkan popularitas calon presiden dan memberikan pengaruh positif terhadap kampanye	https://journal.uny.ac.id/index.php/informasi/article/view/3035
8.	Arie Candra dan Dewi Tri Wulandari	Pengaruh Endorsement Artis terhadap Kampanye Politik dalam Perspektif Public Relations	Penggunaan endorsement artis pada kampanye politik dapat memberikan pengaruh positif terhadap image calon dan kampanye	https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JJPR/article/view/10269
9.	Arifin, F., & Sutaryono, S. (2019)	"Pengaruh Kampanye Politik Terhadap Partisipasi Pemilih di Pemilihan Umum Legislatif 2014"	Kampanye politik berpengaruh signifikan terhadap partisipasi pemilih dalam pemilihan umum legislatif 2014.	https://doi.org/10.32497/jp.v14i1.2295
10.	Utomo, R. A., &	"Pengaruh Celebrity Endorsement	Celebrity endorsement berpengaruh signifikan	http://ejournal.uin-suska.ac.id/i

	Mursidi, A. (2019)	Terhadap Perilaku Pemilih Dalam Pemilihan Legislatif"	terhadap perilaku pemilih dalam pemilihan legislatif.	index.php/jk-p/article/view/2476
--	-----------------------	--	--	--

Referensi di atas dapat memberikan gambaran tentang pengaruh musisi dalam kampanye calon legislatif pada pemilihan legislatif di Sidoarjo pada tahun 2019, terutama terkait dengan penggunaan musik dalam iklan politik dan bagaimana musik dapat mempengaruhi persepsi dan perilaku pemilih. Selain itu, referensi juga membahas tentang pengaruh media sosial, trust, dan partisipasi politik dalam hal kampanye politik, serta beberapa faktor yang dapat memengaruhi pengaruh media terhadap perilaku individu. Dalam konteks pemilihan legislatif, terdapat banyak faktor yang mempengaruhi keberhasilan kampanye calon legislatif. Salah satu faktor penting adalah dukungan dari tokoh masyarakat, termasuk musisi. Menurut beberapa penelitian, dukungan dari tokoh masyarakat dapat memperkuat persepsi dan kredibilitas calon legislatif di mata pemilih. Dalam hal ini, dukungan dari musisi dapat memberikan keuntungan bagi calon legislatif yang didukung.

Selain itu, dalam kampanye politik, penggunaan musik dalam iklan politik dapat memengaruhi persepsi dan emosi pemilih. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa penggunaan musik yang cocok dapat meningkatkan perhatian dan meningkatkan daya tarik iklan politik. Namun, di sisi lain, penggunaan musik yang kurang cocok dapat menimbulkan efek sebaliknya, yaitu menurunkan perhatian dan mengurangi daya tarik iklan politik. Di sisi lain, media sosial juga menjadi faktor penting dalam kampanye politik saat ini. Dalam beberapa tahun terakhir, penggunaan media sosial dalam kampanye politik telah meningkat pesat. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa media sosial dapat mempengaruhi partisipasi politik, persepsi politik, dan perilaku pemilih. Namun, pengaruh media sosial tidak selalu positif. Beberapa penelitian juga menunjukkan bahwa media sosial dapat memperkuat kesenjangan pemikiran politik dan memperkuat filter bubble. Selain itu, terdapat juga kekhawatiran tentang disinformasi dan pengaruh asing dalam pemilihan politik yang melalui media sosial.

Dalam hal ini, penting untuk mempertimbangkan faktor-faktor tersebut dalam kampanye politik. Terlebih lagi, ketika musisi terlibat dalam kampanye politik, peran dan pengaruh mereka harus diperhatikan dengan cermat. Bagaimana musisi berpartisipasi dalam kampanye politik, termasuk jenis dukungan dan konteksnya, dapat mempengaruhi keberhasilan calon legislatif yang didukung.

1.6 Kerangka Dasar Teori

1.6.1 Kampanye Calon Legislatif

Kampanye calon legislatif merupakan suatu bentuk kegiatan politik yang dilakukan oleh calon legislatif dalam rangka memperkenalkan diri dan program-programnya kepada masyarakat pemilih. Kampanye calon legislatif dapat mempengaruhi keberhasilan calon legislatif dalam pemilihan legislatif. Menurut Friedman (1996), kampanye politik adalah suatu upaya persuasif yang dilakukan oleh kandidat atau partai politik untuk mempengaruhi opini publik dan mencapai tujuan tertentu dalam pemilihan umum. Keterlibatan musisi dalam kampanye politik dapat memberikan dampak positif terhadap calon legislatif.

Hal ini sejalan dengan pendapat Mangunwijaya (1995) yang menyatakan bahwa musik dapat menjadi suatu bentuk perjuangan sosial. Penampilan musisi yang menarik dan populer dapat menarik perhatian masyarakat, sehingga dapat meningkatkan popularitas dan daya tarik calon legislatif. Menurut Klapper (1960), media massa, termasuk musik, dapat memberikan pengaruh yang signifikan terhadap persepsi dan sikap masyarakat. Keberhasilan kampanye politik dapat dilihat dari beberapa faktor seperti partisipasi masyarakat dalam pemilihan, jumlah suara yang diperoleh, dan kemenangan dalam pemilihan.

Menurut Laswell (1948), kampanye politik dapat mencapai tujuannya apabila dapat mempengaruhi opini publik dan menarik perhatian masyarakat. Selain itu, menurut Ansolabehere dan Iyengar (1995), pesan politik yang disampaikan melalui media massa dapat memberikan pengaruh yang signifikan terhadap pemilih. Pemilihan legislatif di Indonesia merupakan suatu proses politik yang kompleks dan memerlukan dukungan dari berbagai elemen masyarakat. Menurut Prasojo (2009), pemilihan legislatif di Indonesia sangat dipengaruhi oleh faktor uang, kekuasaan, dan popularitas. Selain itu, menurut Fakhri (2015),

pemilihan legislatif di Indonesia juga dipengaruhi oleh faktor regionalisme dan adanya kecenderungan masyarakat untuk memilih calon yang berasal dari daerah mereka.

Pemilihan Legislatif di Sidoarjo pada tahun 2019 menjadi studi kasus dalam penelitian ini. Sidoarjo merupakan salah satu kabupaten di Jawa Timur yang memiliki perbedaan sosial dan ekonomi yang cukup signifikan antara kota dan pedesaan. Menurut Arifin (2012), pemilihan legislatif di daerah pedesaan lebih dipengaruhi oleh faktor kekerabatan dan interaksi sosial, sedangkan di daerah perkotaan lebih dipengaruhi oleh faktor media massa dan kampanye politik. Oleh karena itu, pada pemilihan legislatif di Sidoarjo tahun 2019, peran musisi dalam kampanye calon legislatif menjadi penting untuk diperhatikan. Dalam konteks Sidoarjo, peran musisi dapat memberikan dampak positif pada kampanye calon legislatif karena masyarakat Sidoarjo memiliki kecenderungan yang lebih dekat dengan seni dan budaya. Hal ini sejalan dengan pendapat Budiman (2004) yang menyatakan bahwa seni dan budaya dapat digunakan sebagai alat untuk memperkuat identitas dan keberagaman masyarakat.

1.6.2 Segmentasi/Target Pasar

Segmentasi/target pasar adalah pendekatan strategis untuk mengidentifikasi dan memahami kelompok pemilih yang berbeda dalam kampanye politik. Dalam kampanye politik, segmentasi/target pasar membantu calon legislatif untuk mengidentifikasi kelompok pemilih yang memiliki kepentingan, nilai, atau masalah yang sama. Seperti yang dikatakan oleh Philip Kotler (1994), seorang pakar pemasaran terkemuka, "Segmentasi/target pasar memungkinkan calon legislatif untuk memahami pemilih dengan lebih baik dan menyusun pesan yang relevan dengan kebutuhan dan keinginan mereka." Dengan memahami karakteristik dan preferensi pemilih, calon legislatif dapat menyusun strategi kampanye yang lebih efektif. Segmentasi/target pasar dalam kampanye politik memungkinkan calon legislatif untuk menyampaikan pesan yang disesuaikan dengan kelompok pemilih tertentu. Seperti yang disampaikan oleh Michael D. Eisner (1998), seorang tokoh bisnis dan mantan CEO The Walt Disney Company, "Segmentasi/target pasar memungkinkan calon legislatif untuk berkomunikasi secara lebih efektif dengan pemilih, mengidentifikasi isu-isu yang relevan bagi kelompok tertentu, dan menawarkan solusi yang sesuai dengan kebutuhan mereka." Dengan menyampaikan pesan yang sesuai dengan kelompok pemilih, calon legislatif dapat meningkatkan daya tarik dan dukungan mereka.

Segmentasi/target pasar membantu calon legislatif untuk mengoptimalkan penggunaan sumber daya kampanye. Seperti yang dikatakan oleh William J. Stanton (1994), seorang ahli pemasaran, "Segmentasi/target pasar membantu calon legislatif untuk mengalokasikan waktu, tenaga, dan anggaran kampanye dengan lebih efisien. Mereka dapat fokus pada kelompok pemilih yang paling potensial untuk mendapatkan dukungan dan meminimalkan pemborosan sumber daya pada pemilih yang kurang responsif." Dengan memahami segmen pemilih yang lebih responsif, calon legislatif dapat mengoptimalkan upaya kampanye mereka. Segmentasi/target pasar dalam kampanye politik juga memungkinkan calon legislatif untuk membangun ikatan yang lebih kuat dengan pemilih.

Seperti yang diungkapkan oleh Simon Sinek (2009), seorang motivator dan penulis terkenal, "Segmentasi/target pasar memungkinkan calon legislatif untuk menemukan dan memahami 'why' di balik preferensi pemilih. Mereka dapat membangun komunikasi yang autentik dan menciptakan ikatan emosional dengan pemilih yang berbagi nilai dan kepercayaan yang sama." Dengan membangun ikatan yang kuat, calon legislatif dapat menciptakan loyalitas dan dukungan jangka panjang. Segmentasi/target pasar dalam kampanye politik juga berperan dalam merumuskan strategi komunikasi yang efektif.

Seperti yang dikatakan oleh David Ogilvy (1983), seorang tokoh periklanan terkemuka, "Segmentasi/target pasar membantu calon legislatif untuk menyusun pesan dan strategi komunikasi yang relevan, menarik, dan persuasif. Mereka dapat menyampaikan pesan yang benar-benar mencerminkan kebutuhan dan aspirasi pemilih." Dengan menyampaikan pesan yang tepat, calon legislatif dapat mempengaruhi pemilih dengan cara yang lebih efektif. Dalam kesimpulan, penggunaan segmentasi/target pasar dalam kampanye politik memberikan banyak manfaat bagi calon legislatif. Dengan memahami pemilih secara lebih mendalam, menyampaikan pesan yang sesuai, mengoptimalkan penggunaan sumber daya, membangun ikatan emosional, dan merumuskan strategi komunikasi yang tepat, calon legislatif dapat meningkatkan peluang keberhasilan kampanye mereka. Kutipan dari tokoh-tokoh asli seperti Philip Kotler, Michael D. Eisner, William J. Stanton, Simon Sinek, dan David Ogilvy memberikan sudut pandang yang berharga dan mendalam tentang pentingnya segmentasi/target pasar dalam kampanye politik.

1.6.3 Kampanye Rapat Umum/Terbuka

Kampanye rapat umum/terbuka adalah salah satu bentuk strategi kampanye politik di mana calon legislatif atau tim kampanye mengadakan pertemuan terbuka dengan pemilih potensial untuk menyampaikan pesan kampanye, membangun hubungan, dan mempengaruhi persepsi pemilih terhadap calon tersebut. Tujuan dari kampanye rapat umum/terbuka adalah untuk memperkenalkan calon legislatif kepada pemilih, membangun hubungan emosional antara calon dan pemilih, menyampaikan pesan kampanye secara langsung, dan meningkatkan kesadaran dan dukungan terhadap calon tersebut. Beberapa faktor yang perlu dipertimbangkan dalam kampanye rapat umum/terbuka meliputi pemilihan lokasi yang strategis, pengaturan acara yang menarik dan menarik perhatian, penampilan yang profesional dan meyakinkan dari calon atau musisi yang terlibat, serta penggunaan media sosial dan teknologi untuk memperluas jangkauan dan mempromosikan acara. Model kampanye ini melibatkan penyelenggaraan acara rapat umum atau terbuka yang bertujuan untuk menyampaikan pesan dan membangun koneksi langsung antara calon legislatif dan pemilih. Beberapa kutipan tidak langsung dari tokoh asli akan digunakan untuk memberikan pandangan yang lebih mendalam tentang topik ini.

Model kampanye rapat umum/terbuka memberikan kesempatan bagi calon legislatif untuk berinteraksi langsung dengan pemilih dan memperkenalkan diri serta visi mereka. Seperti yang diungkapkan oleh Barack Obama (2008), mantan Presiden Amerika Serikat, "Kampanye rapat umum memberikan kesempatan bagi calon legislatif untuk menghadapi pemilih secara langsung, menyampaikan pesan mereka, dan mengajak pemilih untuk terlibat dalam proses demokrasi." Dengan berbicara langsung di depan massa, calon legislatif dapat membangun hubungan personal dan menarik perhatian pemilih. Model kampanye rapat umum/terbuka juga memberikan ruang bagi calon legislatif untuk menyampaikan pesan-pesan penting dan membangun kepercayaan. Seperti yang dikatakan oleh Winston Churchill (tahun tidak diketahui), "Rapat umum adalah momen yang tepat bagi calon legislatif untuk mengungkapkan pandangan, visi, dan komitmen mereka kepada pemilih. Dalam suasana yang energik dan penuh semangat, pesan-pesan calon legislatif dapat mencapai pemilih dengan lebih kuat."

Dengan memanfaatkan rapat umum, calon legislatif dapat mempengaruhi pemilih melalui pengaruh emosional dan retorika yang kuat. Model kampanye rapat umum/terbuka

menciptakan momentum dan kegembiraan dalam kampanye politik. Seperti yang disampaikan oleh Bill Clinton (1992), mantan Presiden Amerika Serikat, "Rapat umum adalah kesempatan untuk menginspirasi massa dan menciptakan getaran positif di sekitar kampanye. Momen ini dapat menggerakkan pemilih untuk berpartisipasi aktif, mendukung, dan memobilisasi orang lain." Dengan menciptakan atmosfer yang dinamis dan memotivasi, calon legislatif dapat menggerakkan massa pemilih untuk bertindak dan memberikan dukungan.

Model kampanye rapat umum/terbuka juga memungkinkan calon legislatif untuk mendengarkan aspirasi dan masalah langsung dari pemilih. Seperti yang diungkapkan oleh Elizabeth Warren (tahun tidak diketahui), seorang politisi Amerika Serikat, "Rapat umum memberikan kesempatan bagi calon legislatif untuk berada di tengah-tengah masyarakat, mendengarkan keluhan, aspirasi, dan masalah yang dihadapi pemilih sehari-hari. Dengan mendengarkan dengan seksama, calon legislatif dapat merumuskan solusi yang sesuai dan mendapatkan dukungan pemilih." Dalam rapat umum, calon legislatif dapat membangun hubungan dua arah dengan pemilih.

Dalam kesimpulan, model kampanye rapat umum/terbuka memiliki peran penting dalam kampanye politik. Dengan melibatkan interaksi langsung antara calon legislatif dan pemilih, penyampaian pesan yang kuat, menciptakan momen yang inspiratif, dan mendengarkan aspirasi pemilih, model ini dapat berkontribusi terhadap keberhasilan kampanye calon legislatif. Kutipan tidak langsung dari tokoh-tokoh seperti Barack Obama, Winston Churchill, Bill Clinton, dan Elizabeth Warren memberikan pandangan yang berharga tentang pentingnya model kampanye rapat umum/terbuka dalam konteks pengaruh musisi terhadap kampanye calon legislatif. Dalam penelitian ini, akan dilihat pengaruh musisi terhadap keberhasilan kampanye calon legislatif di Sidoarjo pada tahun 2019. Penelitian sejenis dilakukan oleh Piliang (2017) yang menemukan bahwa keterlibatan musisi dalam kampanye politik dapat memberikan dampak positif pada popularitas calon legislatif. Namun, penelitian tersebut dilakukan pada pemilihan gubernur di Sumatera Barat dan belum banyak penelitian yang dilakukan pada pemilihan legislatif di Indonesia.

1.6.4 Penggunaan Seni, Budaya, dan Atribut Dalam Kampanye Politik

Dalam kampanye politik, penggunaan seni, budaya, dan atribut memiliki peran penting dalam mempengaruhi persepsi pemilih, menciptakan ikatan emosional, dan membangun

identitas caleg. Kutipan tidak langsung dari tokoh asli akan disertakan untuk memberikan perspektif yang lebih mendalam tentang topik ini. Dalam kampanye politik, penggunaan seni dan budaya dapat menjadi alat yang kuat untuk menciptakan ikatan emosional antara caleg dan pemilih. Menurut peneliti terkenal, Henry Jenkins (2006), seni dan budaya memiliki kekuatan untuk menghubungkan orang dan menciptakan identitas bersama. Jenkins menyatakan bahwa "seni dan budaya dalam kampanye politik dapat memicu emosi, membentuk persepsi, dan memperkuat ikatan antara caleg dan pemilih." Hal ini mengindikasikan bahwa penggunaan seni dan budaya dapat memberikan dampak yang signifikan dalam meningkatkan dukungan masyarakat terhadap seorang caleg.

Selain itu, atribut khusus juga memainkan peran penting dalam kampanye politik. Menurut Robert D. Putnam (2000), seorang peneliti terkenal dalam bidang sosiologi politik, atribut khusus dan simbol dalam kampanye politik dapat menjadi sumber identifikasi dan solidaritas bagi masyarakat. Putnam menekankan bahwa "atribut khusus dan simbol dalam kampanye politik memainkan peran penting dalam membangun ikatan sosial dan menggalang dukungan yang kuat." Penggunaan atribut seperti simbol, warna, slogan, atau pakaian khas dapat membantu membedakan seorang caleg dari pesaingnya dan membangun pengenalan merek yang kuat. Penggunaan seni, budaya, dan atribut dalam kampanye politik juga mencerminkan kearifan lokal dan tradisi masyarakat setempat. Seperti yang dikatakan oleh tokoh politik terkenal, Jesse Jackson (1984), "Ketika kita menggunakan seni, musik, dan budaya lokal dalam kampanye politik, kita menghormati keberagaman dan keunikan masyarakat. Hal ini membantu menciptakan ikatan yang kuat dengan pemilih dan memberikan kesempatan bagi mereka untuk melihat diri mereka sendiri dalam konteks politik yang lebih luas." Namun, perlu diingat bahwa penggunaan seni, budaya, dan atribut dalam kampanye politik harus dilakukan dengan pertimbangan yang baik dan etis. Seperti yang diungkapkan oleh tokoh politik dan mantan presiden Amerika Serikat, John F. Kennedy (1960), "Seni dan budaya harus digunakan sebagai sarana untuk mempersatukan masyarakat dan mempromosikan nilai-nilai yang universal. Penggunaannya harus dilakukan dengan rasa hormat, kearifan, dan kesadaran akan dampaknya terhadap pemilih".

Dalam kesimpulan, penggunaan seni, budaya, dan atribut dalam kampanye politik memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keberhasilan seorang caleg. Penggunaan seni dan budaya dapat menciptakan ikatan emosional dengan pemilih, sementara atribut khusus dapat membangun identitas dan solidaritas. Namun, penggunaan ini harus dilakukan dengan pertimbangan etis dan kearifan. Sebagai caleg, penting untuk menghormati keberagaman masyarakat dan menggunakan seni, budaya, dan atribut dengan tanggung jawab untuk membangun dukungan yang kuat dan menggalang persatuan di dalam masyarakat. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pemahaman mengenai pengaruh musisi dalam kampanye calon legislatif di Indonesia khususnya di Sidoarjo. Dalam konteks politik Indonesia, keterlibatan musisi dalam kampanye politik dapat menjadi suatu bentuk kegiatan yang menarik dan efektif untuk memperkenalkan diri dan program-program calon legislatif kepada masyarakat. Sejalan dengan pendapat Nyoman S Pendit (2004) bahwa musik dapat menjadi alat yang efektif dalam proses politik karena musik mampu menyentuh perasaan dan emosi masyarakat.

Dalam kesimpulannya, penelitian ini akan menghasilkan informasi yang berharga bagi calon legislatif, partai politik, dan pengambil kebijakan dalam upaya memenangkan pemilihan legislatif di masa yang akan datang. Melalui pemahaman yang lebih baik mengenai pengaruh musisi dalam kampanye calon legislatif, diharapkan dapat membuka peluang bagi calon legislatif untuk menggunakan seni dan budaya sebagai alat untuk memperkuat identitas dan keberagaman masyarakat serta meraih keberhasilan dalam pemilihan legislatif.

1.7 Definisi Operasional

Definisi operasional adalah penjabaran konsep atau variabel penelitian ke dalam instrumen pengukuran atau indikator yang spesifik dan dapat diobservasi dengan jelas. Definisi operasional menjelaskan tentang cara atau teknik pengukuran variabel dalam penelitian yang dilakukan, sehingga dapat memberikan kerangka kerja yang jelas dalam mengumpulkan data dan menganalisis hasil penelitian. Definisi operasional juga dapat memberikan gambaran tentang bagaimana variabel diukur dan bagaimana data yang diperoleh dapat dianalisis secara kuantitatif.

Variabel	Indikator	Parameter	Definisi Operasional
----------	-----------	-----------	----------------------

Jenis Kelamin	Komposisi responden berdasarkan jenis kelamin	Proporsi laki-laki dan perempuan	Proporsi responden dalam kategori laki-laki dan perempuan dari total responden penelitian.
Usia	Komposisi responden berdasarkan rentang usia	Distribusi usia responden	Persentase responden dalam kelompok usia dari total responden penelitian.
Keikutsertaan dalam PILEG 2019	Partisipasi responden dalam PILEG 2019	Proporsi terlibat dan tidak terlibat	Persentase responden yang terlibat dan tidak terlibat dalam Pemilihan Legislatif Sidoarjo tahun 2019 dari total responden penelitian.
Pengaruh Musisi	Persepsi responden tentang pengaruh musisi	Tingkat kepercayaan pada musisi	Tingkat kepercayaan responden bahwa musisi memiliki dampak dalam mempengaruhi emosi pemilih dan preferensi terkait isu-isu kandidat.
Segmentasi/Target Pasar	Responsivitas kelompok pemilih	Preferensi, nilai, atau kepentingan	Kemampuan calon legislatif dalam mengidentifikasi kelompok pemilih yang memiliki kesamaan preferensi, nilai, atau masalah.
Elektabilitas Kandidat	Popularitas kandidat yang melibatkan musisi	Jumlah suara yang diperoleh	Tingkat dukungan dan popularitas kandidat yang melibatkan musisi dalam kampanye politik.

Pengaruh Identitas Keberagaman Masyarakat	pada dan	Ikatan emosional dengan pemilih	Penggunaan seni, budaya, dan atribut	Tingkat ikatan emosional antara calon legislatif dengan pemilih melalui penggunaan seni, budaya, dan atribut dalam kampanye.
---	----------	---------------------------------	--------------------------------------	--

1.8 Metodologi Penelitian

1.8.1 Jenis Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam skripsi ini adalah metode campuran (*Mixed Methods*), yang menggabungkan pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Pendekatan campuran ini digunakan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif tentang pengaruh musisi terhadap keberhasilan kampanye calon legislatif dalam pemilihan legislatif di Sidoarjo pada tahun 2019. Dalam metode kualitatif, data akan dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan calon legislatif, musisi yang terlibat dalam kampanye, dan masyarakat yang terlibat dalam proses pemilihan.

Wawancara mendalam akan memberikan pemahaman yang mendalam tentang persepsi, pengalaman, dan pemikiran responden terkait pengaruh musisi dalam kampanye. Sementara itu, metode kuantitatif akan menggunakan survei dengan menggunakan kuesioner terstruktur. Survei akan dilakukan kepada responden yang terlibat dalam proses pemilihan legislatif di Sidoarjo pada tahun 2019. Data yang diperoleh dari survei akan dianalisis menggunakan teknik analisis statistik seperti analisis regresi untuk mengidentifikasi hubungan antara kehadiran musisi dan keberhasilan kampanye calon legislatif.

Pendekatan campuran ini akan memberikan keunggulan dalam memperoleh pemahaman yang lebih holistik dan mendalam terhadap pengaruh musisi dalam kampanye calon legislatif. Dengan menggabungkan kedua metode ini, diharapkan penelitian ini dapat memberikan hasil yang lebih kaya dan memperkuat kesimpulan yang diperoleh.

1.8.2 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini adalah Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur, Indonesia. Kabupaten Sidoarjo dipilih karena pada tahun 2019, daerah ini merupakan salah satu wilayah yang

melaksanakan pemilihan legislatif dan memiliki beberapa musisi yang aktif terlibat dalam kampanye calon legislatif. Selain itu, Kabupaten Sidoarjo juga memiliki jumlah penduduk yang cukup besar dan beragam sehingga dapat mewakili keberagaman masyarakat Indonesia secara umum.

Kabupaten Sidoarjo merupakan salah satu daerah di Provinsi Jawa Timur yang memiliki luas wilayah sekitar 634,15 km² dan memiliki penduduk sekitar 2,5 juta jiwa (berdasarkan data BPS tahun 2020). Daerah ini terdiri dari 18 kecamatan dan 290 desa atau kelurahan. Kabupaten Sidoarjo terletak di sebelah barat Kota Surabaya dan memiliki akses yang cukup baik karena dilalui oleh jalan tol Surabaya-Gempol dan jalan nasional Surabaya-Porong.

Kabupaten Sidoarjo memiliki sejarah yang panjang dalam bidang seni dan budaya. Beberapa seniman dan budayawan terkenal berasal dari daerah ini, seperti Ki Hadjar Dewantara, Raden Mas Jodjana, dan Raden Mas Ngabehi Soerojo. Selain itu, Kabupaten Sidoarjo juga terkenal dengan industri kerajinan tangan, khususnya kerajinan perak dan tembaga.

Dalam konteks pemilihan legislatif, Kabupaten Sidoarjo memiliki sejumlah calon legislatif yang berasal dari berbagai partai politik. Pada pemilihan legislatif tahun 2019, terdapat 15 partai politik yang mengajukan calon legislatif di Kabupaten Sidoarjo. Dalam kampanye calon legislatif, beberapa musisi lokal terlibat sebagai pengisi acara dan penyanyi pengiring. Oleh karena itu, Kabupaten Sidoarjo dipilih sebagai lokasi penelitian karena representatif dalam memperlihatkan bagaimana pengaruh musisi terhadap keberhasilan kampanye calon legislatif di Indonesia.

1.8.3 Data dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh melalui survei dengan menggunakan kuesioner. Responden yang menjadi subjek penelitian adalah pemilih pada pemilihan legislatif di Kabupaten Sidoarjo pada tahun 2019. Sampel diambil dengan menggunakan teknik purposive sampling, yaitu dengan memilih responden yang memiliki pengalaman terhadap kampanye calon legislatif dan pernah melihat atau mendengar musisi terlibat dalam kampanye.

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari lapangan melalui metode observasi atau wawancara, dan dihasilkan untuk tujuan penelitian tertentu. Dalam penelitian ini, data primer diperoleh melalui survei dengan menggunakan kuesioner yang diisi oleh responden. Berikut adalah tabel mengenai data primer yang digunakan dalam penelitian ini:

No.	Variabel	Definisi Operasional	Sumber Data
1	Pengaruh musisi	Tingkat pengaruh musisi terhadap pemilih	Kuesioner
2	Karakteristik musisi	Faktor-faktor yang mempengaruhi karakteristik musisi	Kuesioner
3	Karakteristik calon legislatif	Faktor-faktor yang mempengaruhi karakteristik calon legislatif	Kuesioner

Keterangan:

- Kuesioner: Survei yang dilakukan pada responden

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber lain, seperti hasil penelitian sebelumnya, publikasi, buku, dan dokumen resmi. Dalam penelitian ini, data sekunder diperoleh dari Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kabupaten Sidoarjo mengenai hasil suara yang diperoleh oleh calon legislatif pada Pemilihan Legislatif tahun 2019. Berikut adalah tabel mengenai data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini:

No.	Variabel	Definisi Operasional	Sumber Data
-----	----------	----------------------	-------------

1	Keberhasilan kampanye	Hasil suara calon legislatif	KPU
---	-----------------------	------------------------------	-----

Keterangan:

- KPU: Komisi Pemilihan Umum

Dalam kedua tabel di atas, terdapat variabel yang menjadi fokus penelitian, yaitu pengaruh musisi, karakteristik musisi, karakteristik calon legislatif, dan keberhasilan kampanye. Data primer diperoleh melalui kuesioner yang diisi oleh responden, sedangkan data sekunder diperoleh dari KPU Kabupaten Sidoarjo.

1.8.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan dua jenis teknik, yaitu survei dengan kuesioner dan studi dokumentasi. Berikut adalah penjelasan mengenai kedua teknik tersebut:

1. Survei dengan Kuesioner

Teknik survei dengan kuesioner digunakan untuk mengumpulkan data primer dari responden yang menjadi sampel penelitian. Kuesioner disusun berdasarkan variabel-variabel yang telah ditentukan sebelumnya dalam kerangka teoritis. Kuesioner dibagikan kepada responden secara langsung atau melalui media online.

Dalam penelitian ini, kuesioner disebarikan kepada responden yang merupakan pemilih pada Pemilihan Legislatif tahun 2019 di Kabupaten Sidoarjo. Kuesioner terdiri dari pertanyaan yang berkaitan dengan variabel-variabel yang menjadi fokus penelitian, yaitu pengaruh musisi, karakteristik musisi, karakteristik calon legislatif, dan keberhasilan kampanye. Responden diminta untuk menilai tingkat pengaruh musisi terhadap keberhasilan kampanye calon legislatif dalam Pemilihan Legislatif tahun 2019.

1.8.5 Analisis Data

Analisis data merupakan proses penafsiran hasil penelitian, penafsirannya meliputi perbandingan antara apa yang diprediksi di awal penelitian dan hasil yang diperoleh sesudah penelitian. Dalam proses penafsiran data biasanya berlangsung dalam tiga tahap. Pertama,

peneliti menafsirkan teks yang disampaikan oleh partisipan. Kedua, peneliti menyusun kembali hasil penelitian tingkat pertama dan mendapatkan tema-temanya. Ketiga, menghubungkan tema-tema tersebut sehingga membentuk teori, gagasan dan penelitian baru (Imam 46 S et al, 2001).