

# Kampanye Pemilu Legislatif Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan dalam SKH Kedaulatan Rakyat

**Eki Piroza dan Triwahyuningsih**

*Prodi PPKn Universitas Ahmad Dahlan*

*Jln. Pramuka No 42 Sidikan Umbulhardjo Yogyakarta 55161*

*E-mail: ferezaeki@yahoo.com dan triweppknuad@yahoo.com*

## ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh minimnya pengetahuan tentang sosialisasi politik (pendidikan politik) sebagai prasyarat terbentuknya warga negara yang baik (*good citizen*). Sosialisasi politik adalah salah satu fungsi pers dan partai politik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sosialisasi politik yang terkandung di dalam berita-berita tentang Kampanye Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP) yang dimuat di dalam SKH Kedaulatan Rakyat selama masa kampanye terbuka, 16 Maret-5 April 2014.

Subjek dalam penelitian ini adalah PDIP, sedangkan objek penelitiannya adalah kampanye Pemilu Legislatif PDIP melalui SKH Kedaulatan Rakyat. Teknik pengumpulan data menggunakan studi pustaka dan dokumentasi selama masa kampanye terbuka Pemilu Legislatif 2014. Metode analisis yang digunakan adalah *content analysis* (analisis isi).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sosialisasi politik yang dimuat dalam berita kampanye PDIP di SKH Kedaulatan Rakyat adalah sosialisasi politik tentang pemilihan umum, kampanye politik tentang janji perubahan atau pesan dari partai politik terhadap konstituen (pemilih), kampanye politik tentang pembelajaran nilai-nilai dan norma-norma politik oleh masyarakat melalui peran partai politik di media massa, kampanye politik tentang pemahaman simbol-simbol politik negara.

**Kata kunci:** *Kampanye PDIP, SKH Kedaulatan Rakyat, Pemilu Legislatif.*

## PENDAHULUAN

Indonesia sebagai salah satu negara yang menggunakan asas demokrasi di dalam kehidupan berbangsa dan bernegara sebagaimana yang diamanatkan oleh Pembukaan Undang-Undang Dasar 1945 alinea ketiga. Pemilihan umum merupakan ujung tombak melaksanakan hal tersebut, khususnya Pemilu Legislatif, yakni pemilu yang memilih anggota legislatif yang akan duduk di tingkat pusat maupun daerah.

Partai politik merupakan sarana atau kendaraan mencapai kekuasaan guna memperjuangkan aspirasi rakyat. Karenanya, partai politik harus menyampaikan pesan politiknya kepada para konstituennya. Di dalam menyampaikan visi politiknya bisa menggunakan berbagai wadah, media massa adalah salah satunya.

Hal ini sebagaimana fungsi Pers sebagai fungsi pendidikan sebagaimana dijelaskan dalam Pasal 3 ayat (1) UU No. 40 Tahun 1999 berikut: “yang dimaksud di sini yakni pendidikan politik guna membentuk warga negara yang cerdas secara politik, hal ini dimaksudkan agar masyarakat bertambah wawasannya”. Kemudian Fungsi Pers tersebut senada dengan fungsi partai politik, sebagaimana termuat dalam Pasal 1 ayat (4) UU No. 2 Tahun 2011 yakni “fungsi Parpol adalah memberikan proses pembelajaran dan pemahaman tentang hak, kewajiban dan tanggung jawab setiap warga negara dalam kehidupan berbangsa dan bernegara”.

Obyek penelitian ini adalah pelaksanaan kampanye pemilu legislatif PDIP dalam SKH Kedaulatan Rakyat. Sedangkan rumusan masalah penelitiannya adalah “Apakah substansi kampanye Pemilu Legislatif PDIP dalam SKH Kedaulatan rakyat?”

## **KAJIAN PUSTAKA**

### **1. Sosialisasi Politik**

Penelitian dengan tema Sosialisasi Politik pernah dilakukan oleh Nita Dewi Puspitaningrum (UAD, 2011) dengan judul “Peran Media Massa Surat Kabar Sebagai Agen Sosialisasi Politik Masyarakat Dusun Paraksari Pakembinangun Pakem Sleman Yogyakarta”. Penelitian ini menyebutkan kurangnya pengetahuan akan pendidikan politik masyarakat di dusun tersebut karena beberapa hal. Salah satunya adalah banyaknya artikel yang memberitakan tentang tindakan partai politik yang saling menyalahkan tindakan partai lainnya. Inilah yang kurang disukai oleh masyarakat, sebab pemberitaan seyogyanya bersifat mendidik masyarakat secara politik, yakni gagasan dan orientasi ke depan bangsa. Di sisi lain, surat kabar juga dianggap oleh masyarakat dusun tersebut belum sepenuhnya melaksanakan fungsi sebagai sarana pendidikan politik.

Sosialisasi politik adalah kewajiban partai politik sebagaimana tertuang dalam Pasal 1 ayat (2) UU No. 2 Tahun 2011 “kewajiban partai politik yakni memberikan pendidikan politik kepada warga negara”. Sebagaimana penjelasan berikut:

- a) Merupakan proses pembelajaran dan pemahaman tentang hak, kewajiban dan tanggung jawab setiap warga negara dalam kehidupan berbangsa dan bernegara.
- b) Adalah aktivitas yang bertujuan untuk membentuk dan menumbuhkan orientasi-orientasi politik pada individu (UU No. 2 Tahun 2011 tentang Partai politik)

Penjelasan UU tersebut senada dengan definisi pendidikan politik yang merupakan bagian dari sosialisasi politik. Ramlan Surbakti (1999:117) menyebut pendidikan politik sebagai “bagian dari sosialisasi politik, yang dalam hal ini merupakan proses dialogik di antara pemberi dan penerima pesan, melalui pesan ini masyarakat mengenal dan mempelajari nilai-nilai, norma-norma dan simbol-simbol politik negaranya dari sistem politik seperti sekolah, pemerintahan dan partai politik”. Dilihat dari segi metode penyampaian pesan, sosialisasi politik dibagi menjadi dua yakni pendidikan politik dan indoktrinasi politik.

## **2. Partai Politik**

Partai politik atau dalam kata lain parpol, adalah sebuah lembaga politik, yang merupakan kendaraan menuju kekuasaan dalam hal ini baik di eksekutif maupun di legislatif. Sebagai sebuah lembaga, partai politik juga secara langsung merupakan bentuk representasi dari rakyat itu sendiri. Menurut Fadilah Putra (2003:20) fungsi partai politik terdiri atas 5 (lima) fungsi dasar, yaitu:

- a. Fungsi artikulasi kepentingan: adalah suatu proses peng-*input*-an berbagai kebutuhan, tuntutan dan kepentingan melalui wakil-wakil kelompok yang masuk dalam lembaga legislatif, agar kepentingan, tuntutan dan kebutuhan kelompoknya dapat terwakili dan terlindungi dalam pembuatan kebijakan publik.
- b. Fungsi agregasi kepentingan: merupakan cara bagaimana tuntutan-tuntutan yang dilancarkan oleh kelompok-kelompok yang berbeda, digabungkan menjadi alternatif-alternatif pembuatan kebijakan publik.
- c. Fungsi sosialisasi politik: merupakan salah satu cara untuk memperkenalkan nilai-nilai politik, sikap-sikap dan etika politik yang berlaku atau yang dianut oleh suatu negara.
- d. Fungsi rekrutmen politik: adalah suatu proses seleksi atau rekrutmen anggota-anggota kelompok untuk mewakili kelompoknya dalam jabatan-jabatan administratif maupun politik.
- e. Fungsi komunikasi politik: adalah salah satu fungsi yang dijalankan oleh partai politik dengan segala struktur yang tersedia, mengadakan komunikasi informasi, isu dan gagasan politik. Media massa banyak

berperan sebagai alat komunikasi politik dan membentuk kebudayaan politik.”

## **2) Media Massa**

Media massa (*mass media*) terdiri dari dua kata yaitu “media dan “massa”. Pengertian media dari waktu ke waktu terus berkembang sesuai dengan perkembangan teknologi, sosial politik dan persepsi masyarakat terhadap media. Hari Wiryawan (2007: 56) menjelaskan:

“Kata media dekat dengan pengertian “medium”, “moderat” yang berarti tengah, sedang, penengah atau penghubung. Kalau kita mendengar kata mediasi berarti usaha untuk menengahi atau menyelesaikan masalah dengan cara menjadi penengah atau menghubungkan satu pihak dengan pihak yang lain. Kata “massa” dalam Media Massa, sebenarnya tidak berkonotasi negatif atau positif. Massa dalam pengertian di sini adalah sesuatu yang tidak pribadi, sesuatu yang tidak personal, melainkan sesuatu yang berhubungan dengan “orang banyak”. Dengan demikian media massa adalah suatu lembaga netral yang berhubungan dengan orang banyak atau lembaga netral bagi semua kalangan atau masyarakat banyak. Seringkali media massa juga diartikan sebagai penengah antara massa dan elit. Forum yang menjadi perantara antara masyarakat dan pemerintah dan sebagainya. Era informasi, sangat identik dengan berbagai media massa yang menyajikan berbagai berita atau informasi apapun. Mulai dari informasi dalam negeri maupun luar negeri. Pers sendiri adalah suatu lembaga yang menaungi para informan atau para wartawan yang meliput berbagai informasi yang terjadi, apakah itu peristiwa bersejarah maupun yang *update* atau kekinian.”

Pers juga dalam hal ini secara langsung sebagai saluran komunikasi politik. Sebagaimana menurut Maswadi, dkk (1993:9) sebagai berikut:

“Dengan kemajuan teknologi dunia, maka manusia dapat merekayasa bentuk komunikasi yang lebih cepat serta lebih luas jangkauannya sehingga mempermudah upaya mempengaruhi sistem nilai (*value system*) atau sistem politik (*political system*) yang berlaku di suatu negara. Dalam sistem politik, komunikasi berfungsi sebagai penghubung antara situasi kehidupan politik yang ada pada suprastruktur politik dengan infrastruktur politik yang dapat dipakai untuk menciptakan kondisi politik yang stabil.”

Sebagai pusat informasi warga negara, media massa juga dituntut untuk bisa mencerdaskan warga negara dalam rangka membentuk sikap dan pengetahuan warga negara yang baik, sesuai dengan falsafah bangsa. Definisi media massa menurut M Burhan Bungin (2008:13) adalah:

“suatu istilah yang mulai digunakan pada tahun 1920an untuk mengistilahkan jenis media yang secara khusus didesain untuk mencapai masyarakat yang sangat luas. Dalam pembicaraan sehari-hari, istilah ini sering disingkat menjadi media. Masyarakat dengan tingkat ekonomi rendah memiliki ketergantungan dan kebutuhan terhadap media massa yang lebih tinggi daripada masyarakat dengan tingkat ekonomi tinggi karena pilihan mereka yang terbatas. Masyarakat dengan tingkat ekonomi lebih tinggi memiliki lebih banyak pilihan dan akses banyak media massa, termasuk bertanya langsung pada sumber atau ahli dibandingkan mengandalkan informasi yang mereka dapat dari media massa tertentu.”

### **3) Kampanye melalui Media Massa sebagai kegiatan PDIP selama masa Pemilu Legislatif**

Partai dengan jargon “moncong putih”, sebenarnya bukanlah pemain baru dalam dunia perpolitikan Indonesia. Partai ini merupakan gabungan dari beberapa partai politik yang disusun pada masa Orde Baru sebagai kebijakan politik untuk menstabilkan kekuasaan. Akan tetapi arus reformasi yang bergulir begitu tajam, menghendaki perubahan, maka ber-*transformasilah* partai dengan slogan “wong cilik” ini. Perubahan tersebut, tidak bisa lepas dari sejarah lengsernya Soeharto sebagai simbol Orde Baru. Adapun informasi terkait dengan perspektif ideologi dan program PDIP adalah sebagai berikut:

- a) Asas  
Partai ini berasaskan Pancasila yang termaktub dalam Pembukaan UUD 1945
- b) Ciri dan watak  
Partai adalah organisasi politik yang terbuka untuk semua warga negara Indonesia tanpa membedakan suku, keturunan, agama, kedudukan sosial dan gender serta watak kebangsaan Indonesia, kerakyatan dan keadilan sosial yang perjuangannya berlandaskan Pancasila.
- c) Tujuan
  - Mewujudkan cita-cita nasional bangsa Indonesia sebagaimana dimaksud dalam pembukaan UUD 1945
  - Mengembangkan kehidupan demokrasi berdasarkan Pancasila dengan menjunjung kedaulatan rakyat dalam NKRI.
- d) Fungsi PDIP
  - Mendidik, mencerdaskan dan menyadarkan rakyat agar sadar dan bertanggung jawab atas hak kewajibannya sebagai warga negara
  - Menghimpun, merumuskan dan memperjuangkan aspirasi rakyat
  - Memberdayakan dan menggerakkan rakyat untuk berperan aktif dalam pelaksanaan pembangunan nasional

- Berpartisipasi dalam penyelenggaraan negara atau melakukan kontrol sosial secara kritis, korektif, konstruktif, dan konsepsional.
  - Melaksanakan kaderisasi kepemimpinan nasional yang demokratis dalam rangka peningkatan kualitas pengabdian partai dan penciptaan pemerintah yang bersih dan berwibawa.
- e) *Platform*

PDIP adalah organisasi politik yang terbuka untuk semua warga negara serta berwatak kebangsaan Indonesia, kerakyatan dan keadilan sosial yang perjuangannya berlandaskan Pancasila. PDIP telah berketetapan menjadikan dirinya sebagai sebuah partai modern yang mempertahankan jati dirinya sebagai partai kerakyatan dengan tetap berpegang teguh pada prinsip berdaulat di bidang politik, berdikari di bidang ekonomi dan berkepribadian dalam bidang kebudayaan. (<http://www.PDIP.com/lihat/berita/119647/strukturalpartai-informasi-umum>)

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menganalisis Kampanye Pemilu Legislatif PDIP, yakni sosialisasi politik tentang pemilu, janji perubahan atau pesan dari parpol terhadap konsituen, pembelajaran nilai-nilai dan norma-norma politik oleh masyarakat melalui peran parpol di media massa dan pemahaman simbol-simbol politik seperti lembaga negara dan lain-lain. Penelitian ini melalui media massa “Surat Kabar Harian Kedaulatan Rakyat” Periode 16 Maret- 5 April 2014.

Subyek penelitian ini adalah PDIP sebagai salah satu partai peserta Pemilihan Umum Legislatif 2014. Sedangkan obyek penelitian adalah substansi (isi) kampanye pemilu legislatif PDIP dalam pemilihan umum legislatif melalui SKH Kedaulatan Rakyat. Kemudian obyek itu diuraikan sebagai berikut 1) sosialisasi politik tentang pemilihan umum, 2) janji perubahan atau pesan dari parpol terhadap konsituen, 3) pembelajaran nilai-nilai dan norma-norma politik oleh masyarakat melalui peran parpol di media massa, 4) pemahaman simbol-simbol politik negara, seperti lembaga negara dan lain-lain. Kemampuan meliputi: pengetahuan, pembelajaran dan pemahaman tentang hak, kewajiban dan tanggung jawab setiap warga negara dalam kehidupan berbangsa dan bernegara.

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

### **1. Deskripsi SKH Kedaulatan Rakyat**

Surat Kabar Harian Kedaulatan Rakyat didirikan oleh HM. Samawi dan H. Soemadi Martono Wonohito, terbit sejak 27 September 1945, nama Kedaulatan Rakyat diambil dari UUD 1945 alinea keempat. Pertama kali diterbitkan kedaulatan rakyat hanya memiliki 16 halaman kemudian berkembang sampai memiliki 24 halaman dan oplahnya naik menjadi 12.500 eksemplar. SKH Kedaulatan rakyat merupakan Koran yang terbit setiap hari. Kedaulatan rakyat memiliki berbagai media di antaranya media cetak dan media *online* sebagai sarana informasi berita, adapun konten berita terdiri dari Yogyakarta, Jawa Tengah, nasional, internasional, eksbis, pendidikan, *sport*, *lifestyle*, wisata, teknologi dan konten konsultasi penanggalan.

### **2. SKH Kedaulatan Rakyat dan Jumlah Pembaca**

SKH Kedaulatan Rakyat berada di bawah naungan PT. BP Kedaulatan Rakyat Group dengan alamat Jln. Pangeran Mangkubumi No 40-46 Yogyakarta Telp. (0274) 550892 / Fax (0274) 550890 sedangkan Kedaulatan Rakyat juga memiliki kantor biro di berbagai kota sebagai sarana untuk mempermudah distribusi seperti kantor biro Jakarta, Semarang dan lain-lain.

Kedaulatan rakyat memiliki pembaca setia. Secara historis, surat kabar ini telah mengawal perjuangan kemerdekaan Indonesia hingga sekarang, berdasarkan Survei yang dilakukan oleh IPM (institusi Pers Merdeka) sebagai berikut:

Jumlah cetakan harian Kedaulatan Rakyat untuk wilayah Yogyakarta yang distribusikan mencapai 2720 eksemplar, dan belum hitungan di luar kota Yogyakarta, hal ini menunjukkan pembaca KR sangat banyak meskipun saat ini banyak bermunculan berbagai media, tetapi untuk di kota Yogyakarta Kedaulatan Rakyat menjadi pilihan utama banyak masyarakat. Hal ini didasari karena Kedaulatan rakyat dianggap oleh masyarakat sebagai media yang kredibel, dilandasi ada nilai historis, karena telah berdiri sejak lama, sehingga menjadi nilai tambahan bagi media ini. (<http://jasaiklankoran.blogspot.com/2009/06/survey-jumlah-pembaca-koran-kedaulatan.html>. Diunduh 4 Agustus 2014).

### **3. Pemilu Legislatif dalam SKH Kedaulatan Rakyat**

Kampanye Terbuka Pemilu Legislatif 2014, dilaksanakan dari tanggal 16 Maret sampai 05 April 2014 sesuai dengan jadwal KPU (Komisi Pemilihan Umum). Adapun yang menjadi Kontestan yakni 15 Partai Politik, dengan rincian, 12 Partai Nasional dan 3 partai lokal yang berada di Provinsi Naggroe Aceh Darusallam (NAD). Salah satu kontestan Pemilu Legislatif 2014, yakni Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP) dengan nomor urut 4, berdasarkan pengambilan nomor urut peserta pemilu legislatif 2014, di kantor Komisi Pemilihan Umum (KPU). Partai Pimpinan Megawati Soekarnoputri ini, selama kampanye terbuka selain dengan menggelar rapat umum terbuka (Kampanye Akbar) di dalam menjaring massa di berbagai daerah, juga menggunakan saluran berbagai media massa sebagai sarana memperkenalkan partai politik, adapun yang di Yogyakarta salah satu media yang dipergunakan sebagai media sosialisasi ideologi, janji perubahan, visi dan misi partai yakni SKH Kedaulatan Rakyat.

Media massa, dipergunakan sebagai salah satu sarana sosialisasi nilai politik, selama masa kampanye terbuka oleh SKH Kedaulatan Rakyat, PDIP. Kampanye yang diberikan oleh partai politik merupakan bagian dari sosialisasi politik, karena di sana diberikan nilai-nilai tentang pendidikan politik yang bisa dilihat dari berbagai aspek. Selain memang fungsi dari media massa itu sendiri yakni, memberikan pendidikan dalam hal ini dan juga memang sudah kewajiban partai politik memberikan pendidikan politik sebagaimana tertuang dalam undang-undang partai politik. Media massa menjadi sangat efektif dalam menjaring massa, hal ini sebagaimana dijelaskan oleh Teori Agenda Setting (Nurudin, 2007: 195) “media sangat berperan besar dalam menentukan pikiran khalayak atau masyarakat”. Berdasarkan teori ini ada anggapan bahwa media menjadi senjata ampuh dalam menata dan membentuk persepsi publik, khususnya momentum pemilu menjadi sangat penting, dalam menarik dukungan dan simpati dari masyarakat.

Akhirnya dalam berita Kampanye PDIP dalam Pemilu Legislatif 2014 di SKH Kedaulatan Rakyat ditutup pada tanggal 05 April 2014, atau tepatnya 4 hari sebelum Pemilihan Umum Berlangsung yang dilaksanakan pada tanggal 09 April



2014. Adapun pemberitaan selanjutnya hasil Rekapitulasi Suara di KPU pada akhirnya tanggal 6 Mei 2014 yang berlangsung selama sebelas hari dimulai dari tanggal 26 April, dimana dalam rapat pleno rekapitulasi suara ini menyatakan Partai Demokrasi Indonesia perjuangan (PDIP) berhasil menempati urutan pertama dengan Prosentase suara 18,78% suara sah Nasional hal ini dimuat dalam Kedaulatan Rakyat pada tanggal 10 Juli 2014. Pengaruhnya didalam menata persepsi masyarakat khususnya Yogyakarta menjadi sangat dominan, hal ini terlihat dari kampanye Pemilu Legislatif 2014 yang dimenangkan oleh PDIP berdasarkan hasil rekapitulasi suara tingkat Provinsi. Hal ini bisa terjadi karena banyaknya berita yang mengulas tentang kampanye PDIP di SKH Kedaulatan Rakyat, dibandingkan partai politik lainnya. Kemudian karena masyarakat Yogyakarta adalah pembaca setia Kedaulatan Rakyat sehingga menjadi sasaran utama kampanye PDIP di SKH KR selama Kampanye Terbuka Pemilu Legislatif 2014. ([http://id.wikipedia.org/wiki/Kedaulatan\\_Rakyat](http://id.wikipedia.org/wiki/Kedaulatan_Rakyat). Diunduh 04 Agustus 2014).

#### **4. Hasil Penelitian**

Materi terdiri dari 20 eksemplar SKH Kedaulatan Rakyat, yang dimulai terbitan tanggal 16 Maret-05 April 2014, sesuai dengan masa Kampanye Terbuka agenda Komisi Pemilihan Umum (KPU). Berikut data kampanye Pemilu Legislatif PDIP di SKH Kedaulatan Rakyat berdasarkan Indikator sebagai berikut:

a. Sosialisasi Politik Tentang Pemilihan Umum

Sosialisasi Politik tentang Pemilihan Umum sebagai bentuk pemahaman akan pentingnya pemilihan umum dan menjalankannya dengan prinsip jujur, adil, bebas dan rahasia. dimuat dalam Koran SKH “Kedaulatan Rakyat” terdapat tiga bagian, yakni terbit pada edisi Rabu, 26 Maret 2014 hal 1, edisi Selasa, 01 April 2014 hal 17, edisi Sabtu, 05 April 2014 hal 8.

b. Janji perubahan atau pesan dari partai politik terhadap konstituen (pemilih).

Janji Perubahan atau pesan dari partai politik terhadap konstituen (Pemilih) sebagai bentuk pemahaman akan pandangan ke depan Indonesia yang akan dibangun, serta sebagai kontrak sosial bagi rakyat. Bukti dimuat dalam media

massa SKH “Kedaulatan Rakyat” oleh Partai PDIP terdapat 8 (delapan) bagian yakni terbit pada edisi Minggu 16 Maret 2014 hal 2, Senin 17 Maret 2014 hal 17, Rabu 19 Maret 2014 hal 24, Kamis 20 Maret 2014 hal 17, Jum’at, 21 Maret 2014 hal 17, Minggu 23 Maret 2014 hal 2 dan 3, Sabtu 29 Maret 2014 hal 21, dan Jum’at 4 April 2014 hal 17.

- c. Pembelajaran nilai-nilai dan norma-norma politik oleh masyarakat melalui peran parpol di media massa.

Pembelajaran nilai-nilai dan norma-norma politik oleh masyarakat melalui peran parpol di media massa, sebagai bentuk pembelajaran dan pemahaman kepada masyarakat bahwa politik itu juga santun dan saling menghormati, ada nilai edukasi dalam hal ini. Terdapat 5 (lima) bukti dimuat dalam SKH “Kedaulatan Rakyat” yakni terbit pada edisi Rabu 26 Maret 2014 hal 17, Sabtu 29 Maret 2014 hal 32, Selasa 1 April 2014 hal 17, Rabu 2 April 2014 hal 17, dan Sabtu 5 April 2014 hal 6.

- d. Pemahaman simbol-simbol politik negara.

Sebagai warga negara yang baik, pemahaman akan simbol-simbol politik seperti peran suatu lembaga negara, penguatan falsafah negara sangat diperlukan. Namun indikator keempat ini, tidak ada tulisan PDIP dalam terbitan SKH Kedaulatan Rakyat yang mengandung indikator ini. Dalam kampanye berikutnya diharapkan adanya substansi tentang simbol-simbol politik negara sebagai pendidikan politik masyarakat.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan di atas, dapat disimpulkan bahwa substansi (isi) kampanye yang terkandung dalam berita PDIP terbitan SKH Kedaulatan Rakyat selama masa Kampanye Pemilu Legislatif 2014, 16 Maret-05 April 2014, adalah sebagai berikut:

1. Sosialisasi Politik tentang pemilihan umum termuat di dalam SKH Kedaulatan Rakyat, selama masa kampanye Pemilu Legislatif, sebanyak tiga edisi, dalam berita ini PDIP menjelaskan tentang sosialisasi pelaksanaan Pemilihan Umum

Legislatif 2014, dan mengajak warga masyarakat untuk turut serta dalam pesta demokrasi ini.

2. Janji perubahan atau pesan dari partai politik terhadap konstituen (pemilih) termuat di dalam SKH Kedaulatan Rakyat, selama masa kampanye Pemilu Legislatif, sebanyak 8 (delapan edisi). Adapun dalam berita Kampanye ini PDIP menjelaskan tentang janji politik yang mereka tawarkan kepada masyarakat dalam kampanye, tujuannya agar masyarakat mengetahui hal-hal yang akan diperjuangkan oleh PDIP jika masyarakat memberikan mandat kepada PDIP dalam Pemilu Legislatif, karena dengan begitu masyarakat akan memberikan pilihannya dalam pemilu legislatif berdasarkan aspirasi yang akan diperjuangkan atau sesuai dengan kehendak rakyat, karena warga Negara yang baik adalah warga negara memahami haknya.
3. Pembelajaran nilai-nilai dan norma-norma politik oleh masyarakat melalui peran parpol di media massa termuat di SKH Kedaulatan Rakyat, selama masa kampanye Pemilu Legislatif, sebanyak lima edisi. Dalam berita kampanye ini PDIP, menjelaskan dan mempraktekkan penerapan norma-norma yang ada dalam kehidupan, baik itu pelaksanaan norma hukum dan norma-norma lainnya, tujuannya agar memberikan contoh dan pengajaran kepada masyarakat agar memahami dan mengimplementasikan norma tersebut dalam kehidupan sehari-hari, karena dengan akan membentuk warga negara yang baik.
4. Pemahaman simbol-simbol politik negara, seperti lembaga Negara dan lain-lain tidak termuat dalam berita kampanye PDIP di SKH Kedaulatan rakyat, selama masa Kampanye Pemilu Legislatif 2014.
5. SKH Kedaulatan Rakyat terlalu berpihak kepada PDIP dalam memberikan berita semasa Kampanye Pemilu Legislatif. Hal ini terlihat dari banyaknya berita tentang kampanye PDIP semasa Kampanye Pemilu Legislatif.
6. Berita yang disampaikan SKH Kedaulatan Rakyat, tentang Kampanye PDIP, bersifat terlalu baik, sehingga terkesan Pro kepada PDIP.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Anonim. (tt). ([http://id.wikipedia.org/wiki/Kedaulatan\\_Rakyat](http://id.wikipedia.org/wiki/Kedaulatan_Rakyat). Diunduh 04 Agustus 2014).
- Anonim. (tt). (<http://jasaiklankoran.blogspot.com/2009/06/survey-jumlah-pembaca-koran-kedaulatan.html>. Diunduh 4 Agustus 2014).
- (<http://www.PDIP.com/lihat/berita/119647/strukturalpartai-informasi-umum>)
- Bungin, Manan. (2008). *Konstruksi social media massa: kekuatan pengaruh media massa, iklan televise, surat kabar dan keputusan konsumen serta kritik terhadap Peter L Berger dan Thomas luckman*. Prenanda media group: Jakarta.
- Putra, Fadilah. (2003). *Partai Politik dan Kebijakan Publik*. Pustaka Pelajar: Malang.
- Rauf, Maswadi dkk. (1993). *Indonesia dan Komunikasi Politik*. PT.Gramedia Pustaka Utama: Jakarta
- UU No. 40 Tahun 1999
- UU No. 2 Tahun 2011
- Wiryanawan, Hari. (2007). *Dasar-Dasar Hukum Media*. Pustaka Pelajar: Jakarta