**BAB IV**

**HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

1. **Deskripsi Lokasi Penelitian**
	1. **Sejarah Kota Bandung**

Kota Bandung merupakan Kota yang terkenal dengan julukan Kota Kembang dan *Paris Van Java* karena keindahan pemandangan yang dimiliki. Julukan yang sangat lekat dengan kota Bandung tidak lepas dengan sejarah yang terjadi didalamnya.

Sejarah Kota Bandung berdasarkan Buku Bandung Selayang Pandang (2002 hlm. 4-15) dipaparkan bahwa nama “Bandung” sudah disebut-sebut sejak 1488 sebagai suatu bagian dari kerajaan Pajajaran. Agaknya yang jelas adalah dari peta yang dimuat dalam buku karangan Prancois van Lentijn tahun 1726, dimana tercantum nama “Bandoeng” terletak disebelah Selatan Gegerkalong hilir, sebelah utara sungai Citarum dan pusatnya terletak di bagian Barat kali Cikapundung.

Pada pokoknya Bandung adalah bagian dari daerah Jawa Barat (menurut arsip negara). Pernah ada piagam pengangkatan tanggal 9 bulan Muharam tahun alip, (menurut perhitungan Prof. Dr. Sukanto almarhum, jatuh pada tanggal 16 Juli 1633) ialah pengangkatan Ki Astamanggala sebagai mentri agung atau bupati pertama Kabupaten Bandung dengan gelar Tumenggung Wira Angun-Angun yang wilayah kekuasaannya meliputi daeerah Ukur, Kuripan, dan Sagaraherang.

Ibukota Ukur atau Bandung, menurut babad Bandung konon letaknya di Krapyak yaitu suatu kota yang dibangun oleh Wira Angun-Angun dengan mengerahkan rakyat penduduk Ukur jaman Dipati Ukur dan dibantu oleh penduduk dari Timbanganten. Krapyak tersebut terletak di tepi kali Cikapundung yang bermuara di Citarum. Nama Krapyak kemudian diubah menjadi Citeureup setelah Tumenggung Wira Angun-Angun wafat.

Atas perintah Gubernur Jendral Mr. Herman Willen Daendels tanggal 25 *Bloeimaad* (Mei) 1811 kepada Bupati Adipati Wiranatakusuma II, Ibukota Kabupaten Bandung harus dipindahkan dari Krapyak Citeureup dengan alasan harus bersiap-siap dalam rangka menghadapi kemungkinan perang dengan Inggris, sedangkan jumlah serdadu Belanda relatif sedikit. Ibukota Kabupaten Bandung dipindahkan ke sekitar Alun-alun sekarang. Sejak itulah Citeureup tidak lagi menjadi *Dayeuh* Kabupaten, dan disebutlah *Dayeuh Kolot* atau Kota lama.

Sejak tanggal 1 April 1906 *Dayeuh* Bandung ditetapkan oleh Gubernur Jendral J.B. van Heutz menjadi *Gemeente,* yaitu ordonansi tanggal 21 Februari 1906 yang diundangkan tanggal 1 Maret 1906, itu berarti bahwa Kota Bandung menjadi daerah otonom yang berhak mengatur dan mengurus beberapa hal tertentu sebagai bagian dari rumah tangganya sendiri. Status *Gemeente* bagiKota Bandung hanya berlangsung selama 20 tahun 6 bulan.

Pada tanggal 24 Maret 1946 terjadi peristiwa Bandung Lautan Api yaitu peristiwa kepahlawanan Pemerintah Kota Bandung terpaksa mengungsi ke luar kota yakni bertempat di Soreang.

* 1. **Profil Kota Bandung**

Kota Bandung merupakan Ibukota dari Provinsi Jawa Barat. Berdasarkan data profil Kota Bandung dalam <http://ciptakarya.pu.go.id/profil/profil/barat/jabar/bandung.pdf>. Secara geografis wilayah Kota Bandung berada antara 107°36’ BT dan 6°55’ LS dengan luas wilayah 167,45 km2. Batas Utara, Selatan, Timur dan Baratnya adalah Kabupaten Bandung.

Berdasarkan Ensiklopedia Jawa Barat (2011 hlm. 2) secara topografi, Kota Bandung terletak pada ketinggian 768 meter diatas permukaan laut (dpl), dengan titik tertinggi berada disebelah utara (± 1.050 dpl) dan titik terendah disebelah selatan (± 675 meter dpl). Permukaan tanah di wilayah bagian selatan relatif datar, sedangkan wilayah dibagian utara berbukit-bukit.



Gambar 4.1

Peta Kota Bandung

(Sumber: indotravelers.com)

Keadaan geologis serta tanah di Kota Bandung dan sekitarnya berdasarkan Ensiklopedia Jawa Barat (2011 hlm. 2) adalah hasil letusan Gunung Tangkuban Perahu. Jenis material di bagian utara, tengah, dan barat pada umumnya merupakan jenis andosol (berasal dari abu vulkanik). Di bagian timur dan selatan terdiri atas sebaran jenis alluvial (dari lumpur sungai yang mengendap) berwarna kelabu.

Kota Bandung dialiri dua sungai yaitu Sungai Cikapundung dan Sungai Citarum yang diikuti oleh anak-anak sungainya yang pada umumnya mengalir ke arah selatan. Dengan kondisi demikian, Bandung Selatan menjadi daerah yang rentan banjir.

Iklim Kota Bandung dipengaruhi oleh iklim pegunungan yang lembab dan sejuk. Berdasarkan data tahun 2010, Kota bandung memiliki temperatur rata-rata 23,6-29,2°C, curah hujan rata-rata 156,4 mm, dan rata-rata hari hujan sebanyak 21,3 hari perbulan (1998).

Kota Bandung memiliki tiga puluh Kecamatan dan seratus lima puluh satu Kelurahan. Kecamatan yang ada di Kota Bandung berdasarkan http://pn-bandung.go.id/uploads/file/DataKelKec.pdf dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.1

Nama Kecamatan di Kota Bandung

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| No. | Nama Kecamatan  | No | Nama Kecamatan |
| 1. | Kecamatan Sukasari | 16. | Kecamatan Regol  |
| 2. | Kecamatan Sukajadi | 17. | Kecamatan Lengkong  |
| 3.  | Kecamatan Cicendo | 18. | Kecamatan Batununggal  |
| 4.  | Kecamatan Andir  | 19 | Kecamatan Kiaracondong  |
| 5. | Kecamatan Cidadap  | 20 | Kecamatan Arcamanik  |
| 6. | Kecamatan Coblong  | 21. | Kecamatan Cibiru  |
| 7. | Kecamatan Bandung Wetan  | 22. | Kecamatan Antapani  |
| 8. | Kecamatan Sumur Bandung  | 23. | Kecamatan Ujung Berung  |
| 9. | Kecamatan Cibeunying Kaler  | 24. | Kecamatan Rancasari  |
| 10. | Kecamatan Cibeunying Kidul  | 25. | Kecamatan Buah Batu  |
| 11. | Kecamatan Astanaanyar  | 26. | Kecamatan Bandung Kidul  |
| 12. | Kecamatan Bojongloa Kaler  | 27. | Kecamatan Panyileukan  |
| 13. | Kecamatan Babakan Ciparay  | 28. | Kecamatan Gedebage  |
| 14. | Kecamatan Bojongloa Kidul  | 29. | Kecamatan Mandalajati  |
| 15. | Kecamatan Bandung Kulon  | 30. | Kecamatan Cinambo |

(Sumber**:** http://pn-bandung.go.id/uploads/file/DataKelKec.pdf.)

Kota Bandung memiliki visi dan misi, adapun visi Kota Bandung berdasarkan http://bandung.go.id adalah terwujudnya Kota bandung  yang unggul, nyaman, dan sejahtera. Lalu yang menjadi misi dari Kota Bandung adalah:

1. Mewujudkan Bandung nyaman melalui perencanaan tata ruang, pembangunan infrastruktur serta pengendalian pemanfaatan ruang yang berkualitas dan berwawasan lingkungan.
2. Menghadirkan tata kelola pemerintahan yang akuntabel, bersih dan melayani
3. Membangun masyarakat yang mandiri, berkualitas dan berdaya saing
4. Membangun perekonomian yang kokoh, maju, dan berkeadilan.

Suasana Kota Bandung yang sejuk menjadi nilai tambah dan pertambahan penduduk dari tahun ke tahun. Petambahan penduduk di Kota Bandung menciptakan masyarakat yang multikulturalisme. Masyarakat Kota Bandung didominasi oleh etnis Sunda adapun etnis lain seperti Jawa, Minang, Batak, Cina, Betawi, Arab dan lain-lain juga mewarnai Kota Bandung.

 Keadaan masyarakat Kota Bandung yang multikultural membuat masyarakatnya sangat heterogen baik dari jenis pekerjaan, suku, agama, ras dan lain sebagainya. Hal tersebut juga berpengaruh dalam membentuk persepsi yang jelas berbeda dari setiap masyarakatnya termasuk dalam memilih calon gubernur dan wakilnya.

1. **Deskripsi Data Hasil Penelitian**

Setelah penelitian selesai dilaksanakan yakni dengan cara membagikan angket kepada masyarakat Kota Bandung, dan melaksanakan wawancara. Akhirnya diperoleh data, akan tetapi data yang ada masih perlu dipilih lebih lanjut karena masih belum tersusun dengan rapi dan dikelompokkan dengan baik dan benar. Hal ini sangat diperlukan untuk mempermudah dalam menjelaskan apa yang telah diteliti.

Sumber data berasal dari masyarakat Kota Bandung, sebelumnya penulis telah menetapkan proporsi strata dari populasi terjangkau yakni berdomisili di Kelurahan Ancol, RW 04. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan gambaran responden berdasarkan jenis kelamin adalah sebagai berikut:

Tabel 4.2

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Jenis Kelamin | Frekuensi | Persentase (%) |
| Laki-laki | 59 | 50,4 % |
| Perempuan | 58 | 49,6 % |
| Jumlah | 117 | 100 % |

(Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2014)

Lalu yang menjadi narasumber wawancara dalam penelitian ini adalah perwakilan dari KPU Kota Bandung dan Partai Politik seperti PKS, Partai Demokrat dan PDIP. Berikut deskripsi hasil penelitian untuk memudahkan proses pembahasan:

* 1. **Data Hasil Pengolahan Angket**

Mendeskripsikan variabel penelitian diperlukan kriteria tertentu yang mengacu pada rerata skor dari tiap-tiap butir angket yang diperoleh dari responden dengan menggunakan skala Likert. Dalam penelitian ini penulis menggunakan skala satu sampai dengan empat sebagai kategori perolehan skornya, sedangkan skala Likert mempunyai rentang satu sampai dengan lima. Kriteria penilaian skor diadaptasi dari Sambas dkk. (2006, hlm 146), seperti tampak pada Tabel 4.3 berikut ini, dan kemudian penulis kembangkan disesuaikan dengan rentang dalam penelitian ini.

Tabel 4.3

Kriteria Penafsiran Skor

|  |  |
| --- | --- |
| **Rentang Kategori Skor** | **Penafsiran** |
| **X** | **Y** |
| 1,00 – 1,79 | Sangat tidak setuju | Sangat rendah |
| 1,80 – 2,59 | Tidak setuju | Rendah |
| 2,60 – 3,39 | Kurang setuju | Sedang/cukup tinggi |
| 3,40 – 4,19 | Setuju | Tinggi |
| 4,20 – 5,00 | Sangat setuju | Sangat tinggi |

(Sumber: Sambas dkk. 2006, hlm. 146)

Untuk menginterpretasikan data deskriptif yang telah diperoleh maka penulis akan menganilisis data dengan cara mengitung rerata perolehan skor dan dibuat kriteria berdasarkan rentang skor dengan rumus yang sebagai berikut:

Rentang = Skor tertinggi – Skor terendah

 = 4 – 1 = 3

Rentang Kriteria = $\frac{Rentang}{Banyaknya kriteria}$ x $\frac{Banyaknya kriteria}{Kriteria tertinggi Likert}$

 = 3/4 x 4/5= 0,6

Sehingga kriteria penafsiran skor sebagaimana tampak pada tabel berikut ini.

Tabel 4.4

Pengembangan Kriteria Penafsiran Skor

|  |  |
| --- | --- |
| **Rentang Kategori Skor** | **Penafsiran** |
| **X** | **Y** |
| 1,00 – 1,60 | Sangat tidak setuju | Sangat rendah |
| 1,61 – 2,21 | Tidak setuju | Rendah |
| 2,22 – 2,82 | Kurang setuju | Sedang/cukup tinggi |
| 2,83 – 3,43 | Setuju | Tinggi |
| 3,44 – 4,00 | Sangat setuju | Sangat tinggi |

(Sumber: diolah peneliti, 2014)

Penelitian ini memiliki dua variabel yakni figur artis (X) dan preferensi masyarakat (Y). Pertanyaan mengenai variabel figur artis pada angket berjumlah 16 soal, sedangkan mengenai variabel preferensi masyarakat berjumlah 22 soal. Setiap peryataan positif diberi skor 4 untuk jawaban Sangat Setuju (SS), diberi skor 3 untuk jawaban Setuju (S), diberi skor 2 untuk jawaban Tidak Setuju (TS) dan diberi skor 1 untuk jawaban Sangat Tidak Setuju (STS). Begitupun sebaliknya pada pertanyaan yang bersifat negatif dan diberi skor 0 untuk jawaban yang tidak dijawab oleh responden. Dalam mengolah data angket peneliti menggunakan bantuan Ms. Excel 2007. Berdasarkan hasil pengolahan data angket terhadap 117 orang responden, berikut tanggapan masyarakat mengenai peryataan pada variabel figur artis (X) dan preferensi masyarakat (Y):

1. **Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan pada Variabel (X)**

Data hasil angket tanggapan responden mengenai pernyataan pada variabel X dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.5

Perolehan Skor Variabel Figur Artis Responden Laki-laki

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Indikator | Item | Frekuensi Skala dan Persentase | Jml data | Jml skor | Rerata | Varians |
| 1 | % | 2 | % | 3 | % | 4 | % |
| Tampil ditelevisi/layar lebar/panggung | 1 | 16 | 27,1 | 32 | 54,2 | 11 | 18,6 | 0 | 0,0 | 59 | 113 | 1,92 | 0,46 |
| 2 | 14 | 24,1 | 40 | 69,0 | 4 | 6,9 | 0 | 0,0 | 58 | 106 | 1,80 | 0,34 |
| 3 | 10 | 17,2 | 27 | 46,6 | 11 | 19,0 | 10 | 17,2 | 58 | 137 | 2,32 | 1,02 |
| 4 | 4 | 6,8 | 10 | 16,9 | 28 | 47,5 | 17 | 28,8 | 59 | 176 | 2,98 | 0,74 |
| 5 | 16 | 27,1 | 37 | 62,7 | 4 | 6,8 | 2 | 3,4 | 59 | 110 | 1,86 | 0,46 |
| 6 | 14 | 24,1 | 33 | 56,9 | 11 | 19,0 | 0 | 0,0 | 58 | 113 | 1,92 | 0,49 |
| Sering menjadi contoh bagi masyarakat | 7 | 17 | 28,8 | 33 | 55,9 | 7 | 11,9 | 2 | 3,4 | 59 | 112 | 1,90 | 0,54 |
| 8 | 13 | 22,0 | 35 | 59,3 | 8 | 13,6 | 3 | 5,1 | 59 | 119 | 2,02 | 0,57 |
| 9 | 6 | 10,2 | 31 | 52,5 | 17 | 28,8 | 5 | 8,5 | 59 | 139 | 2,36 | 0,61 |
| 10 | 5 | 8,5 | 7 | 11,9 | 25 | 42,4 | 22 | 37,3 | 59 | 182 | 3,08 | 0,84 |
| 11 | 9 | 15,3 | 35 | 59,3 | 11 | 18,6 | 4 | 6,8 | 59 | 128 | 2,17 | 0,59 |
| 12 | 12 | 20,3 | 13 | 22,0 | 30 | 50,8 | 4 | 6,8 | 59 | 144 | 2,44 | 0,80 |
| 13 | 15 | 25,4 | 23 | 39,0 | 17 | 28,8 | 4 | 6,8 | 59 | 128 | 2,17 | 0,80 |
| 14 | 27 | 45,8 | 29 | 49,2 | 2 | 3,4 | 1 | 1,7 | 59 | 95 | 1,61 | 0,41 |
| 15 | 3 | 5,1 | 25 | 42,4 | 27 | 45,8 | 4 | 6,8 | 59 | 150 | 2,54 | 0,49 |
| 16 | 15 | 25,4 | 19 | 32,2 | 14 | 23,7 | 11 | 18,6 | 59 | 139 | 2,36 | 1,13 |
| Total | 2,22 | 0,79 |

(Sumber: diolah peneliti, 2014)

Berdasarkan tabel tersebut, maka perolehan total rerata skor dari responden laki-laki yang berjumlah 59 orang untuk variabel figur artis adalah sebesar 2,22 yang termasuk ke dalam kategori sedang dan varians sebesar 0,79 masih lebih kecil dari pada 1, artinya responden laki-laki mempunyai persepsi yang sama atau homogen terhadap pernyataan dalam kuesioner pada variabel figur artis ini. Perolehan rerata skor tertinggi terdapat pada butir nomor 10 yaitu “Artis yang menjadi Cagub dan Cawagub membuat saya tetap menjadi golput seperti tahun lalu”, dengan jumlah sebesar 3,08 dan mempunyai keseragaman persepsi dari responden laki-laki ditandai dengan varians yang masih di bawah angka satu (0,84 < 1). Mengenai jawaban dari soal nomor 10 diperoleh bahwa 42,4% berpendapat tidak setuju, 37,3 % berpendapat tidak setuju, 11,9 % menyatakan setuju dan 8,5% menyatakan sangat setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa dicalonkannya artis sebagai Cagub atau Cawagub tidak membuat masyarakat Kota Bandung menjadi Golput.

Sedangkan untuk perolehan rerata skor terendah terdapat pada butir nomor 14 yaitu “Artis yang menjadi Cagub dan Cawagub boleh tetap aktif di dunia entertainmen”, dengan jumlah sebesar 1,61 dan mempunyai keseragaman persepsi dari responden laki-laki indikasinya terlihat pada nilai varians yang masih di bawah satu (0,41 < 1). Mengenai jawaban dari soal nomor 14 diperoleh bahwa 45,8% menyatakan sangat tidak setuju, 49,2 % menyatakan tidak setuju, 3,4 % menyatakan setuju dan 1,7 % menyatakan sangat setuju. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat Kota Bandung tidak setuju apabila Cagub dan Cawagub tetap aktif di dunia entertainmen.

Tabel 4.6

Variabel Figur Artis Responden Perempuan

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Indikator | Item | Frekuensi Skala dan Persentase | Jml data | Jml skor | Rerata | Varians |
| 1 | % | 2 | % | 3 | % | 4 | % |
| Tampil ditelevisi/layar lebar/panggung | 1 | 14 | 24,1 | 29 | 50,0 | 12 | 20,7 | 3 | 5,2 | 58 | 120 | 2,07 | 0,66 |
| 2 | 14 | 24,1 | 32 | 55,2 | 10 | 17,2 | 2 | 3,4 | 58 | 116 | 2,00 | 0,56 |
| 3 | 12 | 20,7 | 20 | 34,5 | 18 | 31,0 | 8 | 13,8 | 58 | 138 | 2,38 | 0,94 |
| 4 | 8 | 13,8 | 9 | 15,5 | 35 | 60,3 | 6 | 10,3 | 58 | 155 | 2,67 | 0,72 |
| 5 | 15 | 26,3 | 38 | 66,7 | 4 | 7,0 | 0 | 0,0 | 57 | 103 | 1,78 | 0,35 |
| 6 | 11 | 19,0 | 31 | 53,4 | 14 | 24,1 | 2 | 3,4 | 58 | 123 | 2,12 | 0,56 |
| Sering menjadi contoh bagi masyarakat | 7 | 14 | 24,1 | 33 | 56,9 | 11 | 19,0 | 0 | 0,0 | 58 | 113 | 1,95 | 0,44 |
| 8 | 16 | 27,6 | 22 | 37,9 | 17 | 29,3 | 3 | 5,2 | 58 | 123 | 2,12 | 0,77 |
| 9 | 13 | 22,4 | 23 | 39,7 | 18 | 31,0 | 4 | 6,9 | 58 | 129 | 2,22 | 0,77 |
| 10 | 2 | 3,4 | 15 | 25,9 | 31 | 53,4 | 10 | 17,2 | 58 | 165 | 2,84 | 0,55 |
| 11 | 18 | 31,0 | 21 | 36,2 | 18 | 31,0 | 1 | 1,7 | 58 | 118 | 2,03 | 0,70 |
| 12 | 8 | 13,8 | 17 | 29,3 | 24 | 41,4 | 9 | 15,5 | 58 | 150 | 2,59 | 0,84 |
| 13 | 7 | 12,1 | 28 | 48,3 | 14 | 24,1 | 9 | 15,5 | 58 | 141 | 2,43 | 0,81 |
| 14 | 15 | 25,9 | 32 | 55,2 | 8 | 13,8 | 3 | 5,2 | 58 | 115 | 1,98 | 0,61 |
| 15 | 7 | 12,1 | 23 | 39,7 | 24 | 41,4 | 4 | 6,9 | 58 | 141 | 2,43 | 0,64 |
| 16 | 7 | 12,1 | 24 | 41,4 | 14 | 24,1 | 13 | 22,4 | 58 | 149 | 2,57 | 0,95 |
| Rerata Skor Total | 2,26 | 0,76 |

(Sumber: diolah peneliti, 2014)

Berdasarkan tabel tersebut, maka perolehan total rerata skor dari responden perempuan yang berjumlah 58 orang untuk variabel figur artis adalah sebesar 2,26 yang termasuk ke dalam kategori sedang dan varians sebesar 0,76 masih lebih kecil dari pada 1, artinya responden perempuan mempunyai persepsi yang sama atau homogen terhadap pernyataan dalam kuesioner pada variabel figur artis ini. Perolehan rerata skor tertinggi terdapat pada butir nomor 10 yaitu “Artis yang menjadi Cagub dan Cawagub membuat saya tetap menjadi golput seperti tahun lalu”, dengan jumlah sebesar 2,84 dan mempunyai keseragaman persepsi dari responden perempuan ditandai dengan varians yang masih di bawah angka satu (0,55 < 1). Mengenai jawaban dari soal nomor 10 diperoleh bahwa 17,2% berpendapat sangat tidak setuju, 53,4 % berpendapat tidak setuju, 25,9 % menyatakan setuju dan 3,4% menyatakan sangat setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa dicalonkannya artis sebagai Cagub atau Cawagub tidak membuat masyarakat Kota Bandung menjadi Golput.

Sedangkan untuk perolehan rerata skor terendah terdapat pada butir nomor 5 yaitu “Saya memilih Cagub dan Cawagub dari kalangan artis karena pengaruh keluarga”, dengan jumlah sebesar 1,78 dan mempunyai keseragaman persepsi dari responden perempuan indikasinya terlihat pada nilai varians yang masih di bawah satu (0,35 < 1). Mengenai jawaban dari soal nomor 5 diperoleh bahwa 26,3% berpendapat sangat tidak setuju, 66,7 % berpendapat tidak setuju, 7 % menyatakan setuju dan 0 % menyatakan sangat setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa dalam memilih Cagub dan Cawagub dari kalangan artis masyarakat Kota Bandung tidak dipengaruhi oleh keluarga .

Adapun dari variabel ini responden yang tidak menyantumkan jawaban terdapat pada butir nomor dua, tiga, lima, dan enam dengan pernyataan masing-masing secara berturut-turut adalah 1) “Saya memilih Cagub atau Cawagub dari kalangan artis karena pengaruh lingkungan sekitar”, 2) “Saya hanya mengetahui ada Cagub dan Cawagub dari kalangan artis, tetapi tidak tahu banyak tentang mereka”, 3) “Saya lebih baik golput dari pada memilih Cagub atau Cawagub dari kalangan artis” dan 4) “Saya memilih Cagub atau Cawagub dari kalangan artis karena pengaruh keluarga”.

1. **Tanggapan Responden Mengenai Peryataan pada Variabel (Y)**

Data hasil angket tanggapan responden mengenai pernyataan pada variabel Y dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.7

Variabel Preferensi Masyarakat Responden Laki-laki

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Indikator | Item | Frekuensi Skala dan Persentase | Jml data | Jml skor | Rerata | Varians |
| 1 | % | 2 | % | 3 | % | 4 | % |
| Kesukaan | 17 | 12 | 20,3 | 38 | 64,4 | 9 | 15,3 | 0 | 0,0 | 59 | 115 | 1,95 | 0,36 |
| 18 | 6 | 10,2 | 24 | 40,7 | 24 | 40,7 | 5 | 8,5 | 59 | 146 | 2,47 | 0,63 |
| 19 | 5 | 8,5 | 10 | 16,9 | 39 | 66,1 | 5 | 8,5 | 59 | 162 | 2,75 | 0,54 |
| 20 | 3 | 5,1 | 10 | 16,9 | 44 | 74,6 | 2 | 3,4 | 59 | 163 | 2,76 | 0,36 |
| 21 | 6 | 10,2 | 16 | 27,1 | 23 | 39,0 | 14 | 23,7 | 59 | 163 | 2,76 | 0,87 |
| 22 | 1 | 1,7 | 13 | 22,0 | 36 | 61,0 | 9 | 15,3 | 59 | 171 | 2,90 | 0,44 |
| Ketertarikan | 23 | 1 | 1,7 | 4 | 6,8 | 18 | 30,5 | 36 | 61,0 | 59 | 207 | 3,51 | 0,50 |
| 24 | 2 | 3,4 | 4 | 6,8 | 34 | 57,6 | 19 | 32,2 | 59 | 188 | 3,19 | 0,50 |
| 25 | 0 | 0,0 | 2 | 3,4 | 21 | 35,6 | 36 | 61,0 | 59 | 211 | 3,58 | 0,32 |
| 26 | 28 | 47,5 | 15 | 25,4 | 5 | 8,5 | 11 | 18,6 | 59 | 117 | 1,98 | 1,33 |
| 27 | 1 | 1,7 | 6 | 10,3 | 29 | 50,0 | 22 | 37,9 | 58 | 188 | 3,19 | 0,67 |
| 28 | 4 | 6,9 | 9 | 15,5 | 34 | 58,6 | 11 | 19,0 | 58 | 168 | 2,85 | 0,75 |
| 29 | 10 | 16,9 | 31 | 52,5 | 18 | 30,5 | 0 | 0,0 | 59 | 126 | 2,14 | 0,46 |
| Popularitas | 30 | 3 | 5,1 | 13 | 22,0 | 22 | 37,3 | 21 | 35,6 | 59 | 179 | 3,03 | 0,79 |
| 31 | 18 | 30,5 | 29 | 49,2 | 11 | 18,6 | 1 | 1,7 | 59 | 113 | 1,92 | 0,56 |
| 32 | 0 | 0,0 | 2 | 3,4 | 26 | 44,1 | 31 | 52,5 | 59 | 206 | 3,49 | 0,32 |
| 33 | 6 | 10,2 | 46 | 78,0 | 7 | 11,9 | 0 | 0,0 | 59 | 119 | 2,02 | 0,22 |
| 34 | 2 | 3,4 | 12 | 20,3 | 24 | 40,7 | 21 | 35,6 | 59 | 182 | 3,08 | 0,70 |
| 35 | 11 | 18,6 | 41 | 69,5 | 7 | 11,9 | 0 | 0,0 | 59 | 114 | 1,93 | 0,31 |
| 36 | 5 | 8,5 | 12 | 20,3 | 35 | 59,3 | 7 | 11,9 | 59 | 162 | 2,75 | 0,61 |
| 37 | 6 | 10,2 | 23 | 39,0 | 22 | 37,3 | 8 | 13,6 | 59 | 150 | 2,54 | 0,74 |
| 38 | 9 | 15,3 | 27 | 45,8 | 21 | 35,6 | 2 | 3,4 | 59 | 134 | 2,27 | 0,58 |
| Rerata Skor Total | 2,68 | 0,84 |

 (Sumber: diolah peneliti, 2014)

Berdasarkan tabel tersebut, maka perolehan total rerata skor dari responden laki-laki yang berjumlah 59 orang untuk variabel preferensi masyarakat adalah sebesar 2,68 yang termasuk ke dalam kategori tinggi dan varians sebesar 0,84 masih lebih kecil dari pada 1, artinya responden laki-laki mempunyai persepsi yang sama atau homogen terhadap pernyataan dalam kuesioner pada variabel ini. Perolehan rerata skor tertinggi terdapat pada butir nomor 25 yaitu “Saya memilih pasangan Cagub dan Cawagub tertentu karena memiliki visi misi yang bagus”, dengan jumlah sebesar 2,84 dan mempunyai keseragaman persepsi dari responden perempuan ditandai dengan varians yang masih di bawah angka satu (0,32 < 1).

Sedangkan untuk perolehan rerata skor terendah terdapat pada butir nomor 36 yaitu “Saya merasa bosan memilih Cagub atau Cawagub dari partai politik”, dengan jumlah sebesar 1,93 dan mempunyai keseragaman persepsi dari responden laki-laki indikasinya terlihat pada nilai varians yang masih di bawah satu (0,31 < 1).

Tabel 4.8

Variabel Preferensi Masyarakat Responden Perempuan

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Indikator | Item | Frekuensi Skala dan Persentase | Jml data | Jml skor | Rerata | Varians |
| 1 | % | 2 | % | 3 | % | 4 | % |
| Kesukaan | 17 | 8 | 13,8 | 30 | 51,7 | 14 | 24,1 | 6 | 10,3 | 58 | 134 | 2,31 | 0,71 |
| 18 | 7 | 12,1 | 21 | 36,2 | 23 | 39,7 | 7 | 12,1 | 58 | 146 | 2,52 | 0,75 |
| 19 | 8 | 13,8 | 6 | 10,3 | 38 | 65,5 | 6 | 10,3 | 58 | 158 | 2,72 | 0,69 |
| 20 | 7 | 12,1 | 13 | 22,4 | 28 | 48,3 | 10 | 17,2 | 58 | 157 | 2,71 | 0,81 |
| 21 | 4 | 6,9 | 21 | 36,2 | 32 | 55,2 | 1 | 1,7 | 58 | 146 | 2,52 | 0,43 |
| 22 | 1 | 1,7 | 30 | 51,7 | 23 | 39,7 | 4 | 6,9 | 58 | 146 | 2,52 | 0,43 |
| Ketertarikan | 23 | 4 | 6,9 | 4 | 6,9 | 31 | 53,4 | 19 | 32,8 | 58 | 181 | 3,12 | 0,67 |
| 24 | 8 | 13,8 | 10 | 17,2 | 32 | 55,2 | 8 | 13,8 | 58 | 156 | 2,69 | 0,78 |
| 25 | 3 | 5,2 | 4 | 6,9 | 35 | 60,3 | 16 | 27,6 | 58 | 180 | 3,10 | 0,55 |
| 26 | 25 | 43,1 | 23 | 39,7 | 5 | 8,6 | 5 | 8,6 | 58 | 106 | 1,83 | 0,85 |
| 27 | 7 | 12,1 | 7 | 12,1 | 31 | 53,4 | 13 | 22,4 | 58 | 166 | 2,86 | 0,82 |
| 28 | 6 | 10,3 | 13 | 22,4 | 34 | 58,6 | 5 | 8,6 | 58 | 154 | 2,66 | 0,62 |
| 29 | 7 | 12,5 | 25 | 44,6 | 23 | 41,1 | 1 | 1,8 | 56 | 130 | 2,24 | 0,68 |
| Popularitas | 30 | 8 | 13,8 | 9 | 15,5 | 34 | 58,6 | 7 | 12,1 | 58 | 156 | 2,69 | 0,74 |
| 31 | 8 | 13,8 | 39 | 67,2 | 6 | 10,3 | 5 | 8,6 | 58 | 124 | 2,14 | 0,58 |
| 32 | 6 | 10,3 | 9 | 15,5 | 26 | 44,8 | 17 | 29,3 | 58 | 170 | 2,93 | 0,87 |
| 33 | 11 | 19,0 | 39 | 67,2 | 5 | 8,6 | 3 | 5,2 | 58 | 116 | 2,00 | 0,49 |
| 34 | 3 | 5,3 | 11 | 19,3 | 35 | 61,4 | 8 | 14,0 | 57 | 162 | 2,79 | 0,66 |
| 35 | 8 | 13,8 | 42 | 72,4 | 6 | 10,3 | 2 | 3,4 | 58 | 118 | 2,03 | 0,38 |
| 36 | 2 | 3,4 | 16 | 27,6 | 36 | 62,1 | 4 | 6,9 | 58 | 158 | 2,72 | 0,41 |
| 37 | 6 | 10,3 | 22 | 37,9 | 25 | 43,1 | 5 | 8,6 | 58 | 145 | 2,50 | 0,64 |
| 38 | 10 | 17,2 | 24 | 41,4 | 18 | 31,0 | 6 | 10,3 | 58 | 136 | 2,34 | 0,79 |
| Rerata Skor Total | 2,54 | 0,76 |

 (Sumber: diolah peneliti, 2014)

Berdasarkan tabel tersebut, maka perolehan total rerata skor dari responden perempuan yang berjumlah 58 orang untuk variabel preferensi masyarakat adalah sebesar 2,54 yang termasuk ke dalam kategori sedang dan varians sebesar 0,76 masih lebih kecil dari pada 1, artinya responden perempuan mempunyai persepsi yang sama atau homogen terhadap pernyataan dalam kuesioner pada variabel figur artis ini. Perolehan rerata skor tertinggi terdapat pada butir nomor 23 yaitu “Menyukai Cagub dan Cawagub yang dekat dan suka membantu masyarakat”, dengan jumlah sebesar 3,12 dan mempunyai keseragaman persepsi dari responden perempuan ditandai dengan varians yang masih di bawah angka satu (0,67 < 1).

Sedangkan untuk perolehan rerata skor terendah terdapat pada butir nomor 26 yaitu “Saya memilih Cagub dan Cawagub dari kalangan artis karena pengaruh keluarga”, dengan jumlah sebesar 1,83 dan mempunyai keseragaman persepsi dari responden perempuan indikasinya terlihat pada nilai varians yang masih di bawah satu (0,85 < 1). Adapun responden yang tidak menyantumkan jawaban terdapat pada butir nomor dua puluh tujuh, dua puluh delapan dan dua puluh sembilan dengan pernyataan masing-masing secara berturut-turut adalah 1) “Saya tidak memilih Cagub atau Cawagub yang tutur katanya sopan dan halus”, 2) “Tertarik untuk menonton debat Cagub dan Cawagub di televisi”, dan 3) “Ikut serta dalam kampanye terbuka Cagub dan Cawagub Jawa Barat 2013”

* 1. **Uji Hipotesis**
1. **Uji Normalitas**

Uji normalitas dilakukan dengan bantuan aplikasi SPSS 17.0 dengan tolak ukur pengujian normalitas sebagai berikut:

* Nilai Sig (2-tailed) atau signifikansi atau nilai probabilitas < 0.05 maka distribusi tidak normal.
* Nilai Sig (2-tailed) atau signifikansi atau nilai probabilitas > 0.05 maka distribusi normal.

Dari hasil uji normalitas Kolmogorov-Smirnov diperoleh data seluruhnya berdistribusi normal karena nilai Sig lebih besar dari 0,05 (taraf nyata). Nilai Sig untuk variabel figur artis adalah 0,122 yang artinya lebih besar dari 0,05 atau 0,122 > 0,05 dan nilai Sig untuk variabel preferensi masyarakat adalah 0,101 yang artinya lebih besar dari 0,05 atau 0,101 > 0.05. Sehingga data dari variabel figur artis dan preferensi masyarakat adalah berdistribusi normal. Tabel uji normalitas dapat dilihat pada Tabel 4... berikut ini.

Tabel 4.9

Uji Normalitas

| **One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test** |
| --- |
|  | Var X | Var Y |
| N | 117 | 117 |
| Normal Parametersa,b | Mean | 35,8120 | 57,5128 |
| Std. Deviation | 6,63056 | 6,03241 |
| Most Extreme Differences | Absolute | ,109 | ,113 |
| Positive | ,055 | ,066 |
| Negative | -,109 | -,113 |
| Kolmogorov-Smirnov Z | 1,183 | 1,222 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | ,122 | ,101 |
| a. Test distribution is Normal. |
| b. Calculated from data. |

(Sumber: diolah peneliti menggunakan SPSS 17.0, 2014)

1. **Uji Korelasi *Product Moment***

Uji Korelasi *Product Moment digunakan* untuk mengetahui seberapa besar hubungan variabel bebas X (figur artis) dengan variabel terikat Y (preferensi masyarakat).

Tabel 4.10

Uji Korelasi *product moment*

| **Correlations** |
| --- |
|  | Var X | Var Y |
| Var X | Pearson Correlation | 1 | ,485\*\* |
| Sig. (2-tailed) |  | ,000 |
| N | 117 | 117 |
| Var Y | Pearson Correlation | ,485\*\* | 1 |
| Sig. (2-tailed) | ,000 |  |
| N | 117 | 117 |
| \*\*. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed). |

(Sumber: diolah peneliti menggunakan SPSS 17.0, 2014)

Berdasarkan tabel tersebut diketahui bahwa nilai korelasi *product moment* yang diperoleh adalah 0,485. Nilai tersebut menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang sedang antara variabel figur artis dan preferensi masyarakat. Nilai interval koefisien yang diperoleh berada pada tingkat hubungan yang sedang sesuai dengan pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi menurut Sugiyono yang telah dijelaskan sebelumnya dalam Tabel 3.6.

Hipotesis yang telah dibuat adalah:

Ho: Tidak terdapat hubungan antara popularitas figur artis terhadap preferensi politik masyarakat Kota Bandung dalam Pilgub Jabar 2013.

Ha: Terdapat hubungan antara popularitas figur artis terhadap preferensi politik masyarakat Kota Bandung dalam Pilgub Jabar 2013.

Dari penjelasan tersebut menunjukan Ho ditolak dan Ha diterima. Hal ini juga dapat dibuktikan dengan cara membandingkan rhitung dengan rtabel (terlampir). Telah diketahui bahwa rhitung adalah 0,485, sedangkan nilai rtabel  (95%) (dk= n-2= 117-2 = 115) sehingga rtabel= 0,195. Simpulannya rhitung lebih besar daripada rtabel atau 0,485 > 0,195 sehingga Ho ditolak dan Ha diterima, artinya terdapat hubungan antara popularitas figur artis terhadap preferensi politik masyarakat Kota Bandung dalam Pilgub Jabar 2013.

1. **Uji Regresi**

Uji regresi dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas X (figur artis) dengan variabel terikat Y (preferensi masyarakat). Hipotesis yang akan diuji adalah:

Ho: Tidak terdapat pengaruh figur artis terhadap preferensi politik masyarakat Kota Bandung.

Ha: Terdapat pengaruh figur artis terhadap preferensi politik masyarakat Kota Bandung.

Tabel 4.11

Tingkat Pengaruh Variabel x Terhadap y

| **Model Summary** |
| --- |
| Model | R | R Square | AdjustedR Square | Std. Error ofthe Estimate | Change Statistics |
| R SquareChange | F Change | df1 | df2 | Sig. F Change |
| dimension0 | 1 | ,485a | ,235 | ,228 | 5,99259 | ,235 | 35,305 | 1 | 115 | ,000 |
| a. Predictors: (Constant), Var X |

(Sumber: diolah peneliti menggunakan SPSS 17.0, 2014)

Tabel ini menunjukkan bahwa R= 0,485 dan koefisien determinasi (Rsquare) sebesar 0,235 (merupakan pengkuadratan dari koefisien korelasi, atau 0,485 x 0,485 = 0,235). Hal ini menunjukkan bahwa preferensi masyarakat dipengaruhi sebesar 23,5% oleh figur artis. Sedangkan sisanya 76,5% (100% - 23,5%= 76,5%) dipengaruhi oleh hal-hal yang lain di luar penelitian ini.

Tabel 4.12

Tabel Signifikansi Preferensi Masyarakat

| **ANOVAb** |
| --- |
| Model | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
| 1 | Regression | 1267,826 | 1 | 1267,826 | 35,305 | ,000a |
| Residual | 4129,776 | 115 | 35,911 |  |  |
| Total | 5397,602 | 116 |  |  |  |
| a. Predictors: (Constant), Var X |
| b. Dependent Variable: Var Y |

(Sumber: diolah peneliti menggunakan SPSS 17.0, 2014)

Tabel ini menunjukkan nilai F sebesar 35,305 dengan tingkat probabilitas Sig. 0,000. Karena nilai Fhitung lebih besar daripada Ftabel (35,305 > 3,94) atau probabilitas jauh lebih kecil dari 0,05 atau 0,000 < 0,05 maka model regresi dapat dipakai untuk memprediksi preferensi masyarakat.

Tabel 4.13

Regresi Preferensi Masyarakat

| **Coefficientsa** |
| --- |
| Model | UnstandardizedCoefficients | StandardizedCoefficients | T | Sig. |
| B | Std. Error | Beta |
| 1 | (Constant) | 44,232 | 2,877 |  | 15,375 | ,000 |
| Var X | ,432 | ,073 | ,485 | 5,942 | ,000 |
| a. Dependent Variable: Var Y |

(Sumber: diolah peneliti menggunakan SPSS 17.0, 2014)

Tabel ini menunjukkan nilai konstan adalah 44,232 kemudian nilai B adalah 0,432 serta nilai t hitung sebesar 15,375 dan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Dari tabel ini diperoleh perhitungan regresi sederhana yakni: Y= a + bX = 44,232 + 0,432 X. Hipotesis dengan menggunakan uji t akan dirumuskan dengan kaidah:

* Jika nilai t hitung $\geq $ t tabel maka Ho ditolak dan Ha diterima, artinya signifikan.
* Jika nilai t hitung $\leq $t tabel maka Ho diterima dan Ha ditolak, artinya tidak signifikan.

Berdasarkan Tabel 4... diperoleh thitung = 15,375 dan nilai ttabel adalah sebesar 1,984 untuk uji dua pihak (dilampirkan) dengan dk= 115 (dk = n-2 atau 117-2 = 115) dan tingkat signifikan$ α=0,05$. Simpulannya nilai thitung > ttabel atau 5,942 > 1,984. Maka, Ha diterima dan Ho ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa figur artis berpengaruh signifikan terhadap preferensi politik masyarakat Kota Bandung.

* 1. **Deskripsi Wawancara**

Peneliti melakukan wawancara berdasarkan panduan wawancara yang telah dipersiapkan sebelumnya. Hasil wawancara ini merupakan data sekunder sebagai pendukung dari hasil angket yang telah ada. Berikut deskripsi hasil wawancara yang telah dikelompokkan sesuai narasumbernya yakni:

1. **KPU Kota Bandung**

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Drs.H.Ridwan Effendi, MH. (RE) pada hari Selasa 06 Mei 2014 jam 13.00 di kantor KPU Kota Bandung. Pak RE memaparkanbahwa Cagub dan Cawagub yang berprofesi sebagai artis lebih dikenal masyarakat tapi istilahnya apakah mereka punya kemampuan. Lalu berhasil atau tidak dalam menjalankan tugasnya sebagai penyelenggara negara. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat memilih Cagub dan cawagub dari kalangan artis diantarnya adalah kapabilitas orangnya apakah ketika terpilih bisa melaksanakan janji-janjinya atau tidak. Kalau tidak berarti mereka dianggap tidak berhasil. Keartisan bukanlah jaminan untuk dipilih oleh rakyat.

 Popularitas artis yang menjadi Cagub dan Cawagub tidak punya hubungan dengan preferensi masyarakat dalam memilih karena semuanya tergantung kepada masyarakatnya sehingga populer saja tidak cukup untuk memenuhi suara Pilgub. Penyebab artis terpilih menjadi Cagub dan Cawagub salah satunya adalah karena prestasi dan sesudahnya saat terpilih menjadi taruhan bagi rakyat dalam kinerja.

 Pro kontra atas terpilihnya artis sebagai Cagub dan Cawagub selalu ada, pro nya ada suatu indikasi akan memajukan masyarakat, pasti terpilih dan kontra nya populer saja tidak cukup. Cara meyakinkan masyarakat bahwa Cagub dan Cawagub pada Pilgub Jabar 2013 memiliki citra positif dan perilaku yang baik dimasyarakat adalah dengan mengajak masyarakat memahami tokoh yang diusung. Faktor ketokohan sangat kuat bagi masyarakat Jawa Barat apalagi yang dijadikan orang pertama. Orang pertama sering menjadi sorotan dari pada orang kedua. Tokoh harus benar-benar bersih dari kasus-kasus, sehingga mempengaruhi selera masyarakat.

 Pak RE berpendapat bahwa dalam memilih pasangan Cagub dan Cawagub masyarakat tidak melihat kepada partainya, tapi lebih melihat kepada tokohnya karena ketokohan lebih kuat. Faktor kesaman ideologi, tempat kelahiran, agama dapat menjadi tolak ukur masyarakat dalam memilih Cagub dan Cawagub, akan tetapi pemilih itu berbeda-beda, jadi tidak semua. Kembali lagi ada yang melihat kepada ketokohannya.

Penyebab Golput yang terjadi pada Pilgub Jabar 2013 menurut Pak RE disebabkan oleh dua hal yakni pertama memang karena tidak mengenal Cagub dan Cawagubnya atau tidak respek terhadap calon, kedua karena ia acuh terhadap visi misinya dan ketiga karena kesibukan. Disisi lain KPU selalu mengajak kepada masyarakat untuk menggunakan hak pilihnya, tapi kembali lagi ke masyarakatnya.

Masyarakat Kota Bandung menurut Pak RE memiliki preferensi dalam memilih Cagub dan Cawagub yakni yang bisa merangkul masyarakat, menunjukan hasil nyatanya apa (bagi *incumbent*), dan *take record* (bagi yang bukan *incumbent*)*.* Saat menentukan pilihannya masyarakat Kota Bandung bisa juga terpengaruh oleh iklan. Pak RE menambahkan bahwa iklan itu perlu, tapi bukan iklan yang dipasang banyak dimana-mana (seperti reklame) menurutnya tidak memberi pengaruh, apalagi pemasangannya tidak sesuai. Lebih baik iklan diimbagi dengan turun kemasyarakat karena banyak iklan tidak menjamin kemenangan.

Pak RE menjelaskan KPU khususnya tidak mempunyai kepentingan untuk mempengaruhi preferensi masyarakat karena KPU sebagai penyelenggara harus netral, jadi tidak boleh mempengaruhi masyarakat. Jika dilakukan hal itu merupakan pelanggaran. KPU berkewajiban untuk memfasilitasi masyarakat dalam menggunakan hak pilihnya. Menurut beliau partai politik yang harus berperan aktif dan membantu Cagub dan Cawagub itu, tapi sekarang tidak terlihat.

Ketertarikan masyarakat Kota Bandung dalam memilih Cagub dan Cawagub menurut Pak RE secara umum lebih melihat kepada tokoh-tokohnya dari pada visi misi. Beliau menambahkan bahkan visi misi mereka tidak iklankan, padahal sebagai calon seharusnya mengeksplor visi dan misinya. Hal ini menyebabkan masyarakat kurang mengetahui visi dan misinya, yang tahunya orang yang mengetahui (cari tahu).

Pak RE berpendapat bahwa Cagub atau Cawagub dari partai politik Istilahnya bukan kurang dikenal, tapi partai politiknya pintar tidak dalam menampilkan tokoh yang terpilih. Lalu mengenai kejenuhan masyarakat yang tidak menyebabkan mau memilih Pak RE memaparkan bahwa jenuh masyarakat itu istilahnya bingung mau apa yang harus dipilih atau tidak punya pilihan.

Mengenai faktor tertentu yang mempengaruhi preferensi masyarakat pada Pilgub Jabar 2013 menurut beliau adalah kapabilitas. Kemudian popularitas menurut Pak RE Tidak menjadi kunci utama dalam meraih suara pemilih karena tergantung masyarakatnya dan ketokohannya seperti apa, tetapi popularitas memberikan keuntungan. Menurut Pak RE selain popularitas hal yang dapat mempengaruhi selera masyarakat adalah kesamaan ideologi, tempat kelahiran, visi misi, *take record,* sosok yang tidak ego, dan sosok yang banyak tindakan dari pada omongan.

1. **PKS Kota Bandung**

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Iman Lestariyono S.Si. (IL) Rabu, 19 Maret 2014 jam 11.00 WIB di kantor DPD PKS Kota Bandung. Pak IL memaparkan bahwa Cagub dan Cawagub yang berprofesi sebagai artis jelas lebih dikenal masyarakat karena popularitasnya bagus, elektabilitasnya juga. Elektabilitas yang bagus diawali dengan popularitas yang tinggi. Berbicara mengenai terkenal ada dua ukurannya yakni elektabilitas dan popularitas. Keterkenalan identik dengan popularitas, sedangkan keterpilihan identik dengan elektabilitas. Artis itu modal karena populer, akan tetapi tidak tentu dipilih atau tidak oleh masyarakat. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat memilih Cagub dan Cawagub dari kalangan artis diantarnya popularitas karena orang tidak mungkin dipilih kalau tidak dikenal. Hal lainnya adalah kapasitas (terkait dengan kemampuannya) dan *take record*.

Popularitas artis yang menjadi Cagub dan Cawagub awalnya punya hubungan dengan preferensi masyarakat sehingga ada ketertarikan dari masyarakat ingin tahu, berbeda dengan yang sama kali belum dikenal. Orang yang dikenal memudahkan masyarakat untuk menilai baik buruknya dan segera menentukan pilihan. Jika dipresentasikan hubungannya mungkin dibawah 20%. Penyebab artis terpilih menjadi Cagub dan Cawagub salah satunya adalah karena prestasi, salah satunya Deddy Mizwar sudah terkenal di masyarakat karena agamis, memiliki karya yang dapat menjadi teladan dan terkenal kebaikannya.

Pro kontra atas terpilihnya artis sebagai Cagub dan Cawagub selalu ada, diinternal PKS sendiri itu sebuah perjalanan (dinamika), karena masing-masing memiliki pandangan hingga akhirnya disepakati melalui musyawarah berdasarkan banyak hal. Urusan politik yang jadi itu yang banyak dipilih, bukan sekedar baik. Maka dari itu kita gabungkan komponen kebaikan, keterkenalan dan kecenderungan masyarakat untuk memilih yang bersangkutan (yang dicalonkan). Kolaborasi komponen tersebut kita sepakati, lalu dilakukan analisis SWOT dan survei mengenai tokoh yang dicalonkan. Dimasyarakat juga sama ada yang memandang sebelah mata calon yang berasal dari kalangan artis, oleh karena itu artis dengan keterkenalannya belum tentu dipilih oleh masyarakat.

Pak IL berpendapat bahwa cara meyakinkan masyarakat bahwa Cagub dan Cawagub pada Pilgub Jabar 2013 memiliki citra positif dan perilaku yang baik dimasyarakat adalah dengan menunjukkan prestasinya contohnya Ahmad Heryawan di Jawa Barat ia merupakan salah satu gubernur yang memiliki prestasi. Dalam pengelolaan keuangan ketika dipimpin oleh Ahmad Heryawan, pertama kalinya mendapat predikat WTP (wajar tanpa pengecualian). Ini merupakan predikat pemeriksaan keuangan tertinggi. Hal tersebut menjadi ukuran prestasi karena yang menilai adalah lembaga yang mempuni. Berbicara mengenai prestasi lain, Ahmad Heryawan merupakan gubernur yang memiliki prestasi yang banyak, sehingga tidak bisa dipupus oleh masyarakat. Lalu ketika masyarakat memilih untuk yang kedua kalinya, itu berarti sebuah kepercayaan.

Lalu dalam memilih pasangan Cagub dan Cawagub masyarakat memiliki banyak komponen salah satunya karna menyukai partainya. Bagi PKS ketika kadernya menjadi gubernur, yang bersangkutan bukan hanya gubernur PKS, tetapi Gubernur Jawa Barat. PKS sudah jelas adalah partai yang solid, sehingga memiliki suara dimasyarakat untuk PKS sekian persen. Tetapi untuk menjadikan seseorang menjadi gubernur/kepala daerah kita tidak bisa hanya mengandalkan suara PKS. Berarti ada objek masyarakat yang lain yang harus diyakinkan karena suara PKS tidak lebih besar dari suara keterpilihan gubernur itu sendiri, ketika berpasangan maka saling berkontribusi. Suara PKS jelas ada, kemudian suara kepersonal-personalnya. Ada suara ke Aher dan sebagian ada suara ke Deddy, yang saling menambahkan. Sehingga membuat raihan suara berlipat-lipat dari suara modal partai itu sendiri. Pak IL memaparkan bahwa faktor kesaman ideologi, tempat kelahiran, agama tidak dipungkiri itu menjadi salah satu faktor masyarakat dalam memilih Cagub dan Cawagub, hal ini juga menjadi pendulang suara. Semakin banyak calon mempunyai kesamaan latar belakang dengan masyarakat, maka proyeksi tingkat keterpilihan juga semakin besar. Faktor tadi saling menambahkan, persentasenya harus diukur dalam survei.

Penyebab Golput yang terjadi pada Pilgub Jabar 2013 menurut Pak IL dikarenakan sikap skeptis dimasyarakat diantaranya seolah-olah bosan atau putus harapan yang disebabkan karena pemahaman diri pemilih, media (efek negatif media) membuat masyarakat tidak percaya dan dikarenakan oknum calon gubernur, legislatif atau apapun punya kasus-kasus sendiri. Pak IL menambahkan bahwa pemilih golput sebenarnya rata-rata orang baik, tetapi mereka tidak siap untuk melakukan perubahan bersama. Maka ini menjadi PR bagi PKS, karena menyayangkan tindakan golput. Sekecil apapun masyarakat harus mempunyai pilihan karena ketika tidak dipilih, golput itu tidak menghasilkan apa-apa dan merubah apapun. Gara-gara orang baik banyak yang tidak memilih, lalu ternyata yang dipilih misalkan bukan orang bisa benar-benar punya komitmen untuk menperjuangkan masyarakat sangatlah disayangkan karena akan kembali membuat masyarakat lebih putus asa lagi. Padahal itu adalah ulah masyarakat itu sendiri.

Masyarakat Kota Bandung menurut Pak IL memiliki preferensi yang banyak dalam memilih Cagub dan Cawagub. Jika diurut secara survei dari mulai sekedar cantik dan gantengnya, profesinya itu banyak. Tetapi rata-rata diatas survei mereka suka orang-orang baru yang akan memberikan sebuah perubahan, visi dan misi (program) yang bagus, *take record* yang baik selama ini dan selebihnya saling menambahkan. Media yang paling mudah mempengaruhi adalah televisi. Media itu adalah salah satu komponen yang mempengaruhi keterpilihan seseorang masyarakat dalam menentukan pilihan baik positif ataupun negatif. Itu menjadi salah satu komponen saja. Media itu hanya sekian detik gol yang dimunculkan tapi membahana kemana-mana. Banyak hal yang lain bagaimana sebuah sistem bekerja, harus ada mesin politik itu yang tidak kelihatan tapi menjadi salah satu sarana bagi masyarakat untuk jatuh pada pilihan tersebut lewat media. Iklan itu membantu pertama untuk mempopulerkan, kedua iklan yang bagus itu menyebabkan masyarakat jatuh hati, hal ini butuh strategi. Kembali lagi kepada masalah rasa.

Pak IL menjelaskan dalam mempengaruhi preferensi masyarakat agar tertarik dengan pasangan Cagub dan Cawagub PKS melakukan semua cara salah satunya solid antar anggota. Lalu cara yang ada menurut Pak IL nanti diukur (waktu, biaya, potensi) dan itu semua dioptimalkan. PKS mesin politiknya berbagi ada mesin politik terkait dengan calonnya sendiri, ada mesin strukturnya, dan ada mesin sayap-sayapnya itu semua dioptimalkan dan memiliki pada prinsipnya satu kesatuan itu sinergisitas saling terintergrasi hanya secara operasional berbeda.

Ketertarikan masyarakat Kota Bandung dalam memilih Cagub dan Cawagub menurut Pak IL dari visi misi dan sosok pribadinya, dari survei itu termasuk saling mempengaruhi. Jadi pilihan masyarakat persentasenya cukup besar ada yang tertarik kepada visi misi dan ada yang tertarik kepada figurnya. Dua-duanya menjadi magnet yang besar. Ketika orang tertarik dengan figurnya lalu ia tidak punya visi misi yang jelas, ya dia balik kanan. Orang yang visi misinya bagus bisa jadi bobotnya lebih besar dari sekedar figur.

Pak IL berpendapat bahwa Cagub atau Cawagub dari partai politik kurang dikenal itu tergatung skala pemilihan, kalau untuk skala pemilihan Kabupaten/Kotamadya mungkin tidak seseksi pilihan Provinsi/Ibukota, jadi tidak semua. Masyarakat di Kabupaten bisa jadi tidak terpengaruh artis, yang ada nuansa kekeluargaan, kesukuan bobotnya bisa jadi lebih besar. Kalau di kota-kota besar artis menjadi nilai *plus.* PKS tidak begitu tertarik dari sekedar artisnya tapi kualitasnya. Lalu mengenai kejenuhan masyarakat yang tidak menyebabkan mau memilih Pak IL memaparkan bahwa jenuh masyarakat itu karena sikap skeptis diantaranya seolah-olah bosan atau putus harapan yang disebabkan karena pemahaman diri pemilih, media (efek negatif media) membuat masyarakat tidak percaya dan dikarenakan oknum calon gubernur, legislatif atau apapun punya kasus-kasus sendiri.

Mengenai faktor tertentu yang mempengaruhi preferensi masyarakat pada Pilgub Jabar 2013 menurut beliau bukan suatu hal yang sifatnya jelas jelas, berbicara mengenai sosial dan kultur kalimatnya akan selalu terbuka hanya persentasenya yang kecil/besar. Jadi kembali lagi kemasalah rasa. Kemudian popularitas menurut Pak IL merupakan salah satu kunci utama dalam meraih suara pemilih sehingga orang akan mudah mengenal calon yang bersangkutan untuk lebih mengenal lebih jauh. Karena pekerjaan menjadi berat ketika tidak dikenal, visi misinya tidak jelas tetapi ketika dikenal akan dengan mudah orang mengenal lebih lanjut. Jadi mau tidak mau seorang calon harus memiliki tingkat keterkenalan yang cukup sebagai modal, terlepas keterkenalannya dimana tetapi yang paling penting adalah keterkenalannya bisa diaktivasi dengan baik. Pilih yang bagus dan siap dipilih karena pasti banyak pilihan yang ideal

Menurut pak IL selain popularitas hal yang dapat mempengaruhi selera masyarakat adalah visi dan misi dan komitmen untuk melakukan sebuah perubahan. Komitmennya itu untuk calon awal tidak bisa terukur, tetapi dilihat dari *take record* nya saja. *Take record* dimulai dari komunitas terkecil diamana ia tinggal sampai diwilayah yang sudah ia olah sesuai dengan levelnya.

1. **PDIP Kota Bandung**

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Yosafat Ardi (YA) pada hari Kamis 06 Maret 2014 jam 11.00 di kantor DPD PDIP Provinsi Jawa Barat dan Pak Aries Supriatna, SH., MH. (AS) pada hari Kamis 22 Mei 2014 jam 19.30 dikantor DPC PDIP Kota Bandung. Pak AS memaparkanbahwa Cagub dan Cawagub yang berprofesi sebagai artis lebih dikenal masyarakat. Pak YA menambahkan bahwa artis itu sebenarnya kaitannya lebih kepada popularitas tapi tingkat keterpilihan atau elektabilitasnya juga dipertimbangkan.

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat memilih Cagub dan Cawagub dari kalangan artis Menurut pak YA yakni Jawa Barat adalah Provinsi penopang Ibukota karakteristik masyarakatnya itu lebih moderen, plural dan lebih ke masyarakat industri. Dalam pemilihan kepala daerah tingkat rasionalitasnya lebih tinggi. Kedua ada faktor-faktor lain yang memang menjadi penentu dari dukungan masyarakat seperti pragmatis. Kemudian mengenai hal ini Pak AS berpendapat bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat memilih Cagub dan Cawagub dari kalangan artis adalah dikenal atau kepopulerannya, akan tetapi belum tentu dipilih oleh masyarakat. Hanya karena mereka dikenal, masyarakat lebih mudah tahu mereka. Tapi kalau soal memilih lain lagi.

Popularitas artis yang menjadi Cagub dan Cawagub punya hubungan dengan preferensi masyarakat dalam memilih menurut Pak YA tapi tingkatnya tidak dominan. Popularitas tidak selalu berkorelasi lurus dengan elektabilitas. Sedangkan menurut Pak AS popularitas artis yang menjadi Cagub dan Cawagub mungkin punya hubungan dengan preferensi masyarakat dalam memilih. Tetapi, kalau diperkotaan (Kota Bandung) tidak karena lebih menilai seorang calon pemimpin itu dari kapasitas bukan hanya dari sekedar popularitas. Masyarakat Kota Bandung tingkat pendidikannya lebih baik, informasi dan segala macamnya sudah marak di Kota Bandung. Untuk itu penilaian masayarakat terhadap calon pemimpin apa itu Cagub, Cawalkot itu lebih kepada melihat kapasitasnya dari pada popularitas.

Menurut Pak YA dan Pak AS sepakat bahwa penyebab artis terpilih menjadi Cagub dan Cawagub salah satunya adalah karena prestasi. Pak YA memaparkan bahwa PDIP mengusung Rieke karena banyak pertimbangan, latar belakangnya merupakan aktivis ketenagakerjaan artinya kita melihat segala macam permasalahan Jawa Barat banyak mengenai ketenagakerjaan, sehingga PDIP memilih Rieke karena mempuni di bidangnya bukan karna keartisannya. Kalau pun ada karena popularitas, tidak dominan dari angka satu sampai sepuluh popularitas tidak sampai ke angka satu.

 Pro kontra atas terpilihnya artis sebagai Cagub dan Cawagub menurut Pak YA dan Pak AS pasti ada baik dimasyarakat maupun di internal partai. Pak YA menambahkan diinternal PDIP dalam pemilihan calon ada prosesnya melalui penjaringan dari bawah nanti diusulkan beberapa alternatif ke Jakarta, nanti di sana dilakukan *seat and proper* termasuk juga survei, hingga akhirnya diputuskan satu pasang yang diusung. Dinamika saat prosesnya pasti ada dan kalau keputusan sudah final, maka selesai pula dinamika tersebut.

Cara meyakinkan masyarakat bahwa Cagub dan Cawagub pada Pilgub Jabar 2013 memiliki citra positif dan perilaku yang baik dimasyarakat menurut Pak YA adalah dengan menunjukkan kerja nyata, optimis banyak bahwa citra PDIP tidak dibangun atas pencitraan semu atau sinetron dan konsisten terhadap sikap karena sangat dicermati oleh masyarakat saat Pemilu masyarakat tahu siapa kita dan citra apa yang dibangun. Disisi lain Pak AS menambahkan bahwa cara meyakinkan masyarakat bahwa Cagub dan Cawagub pada Pilgub Jabar 2013 memiliki citra positif dan perilaku yang baik adalah dengan mempromosikan kepada masyarakat dan masyarakat mengetahui bahwa selama ini tidak pernah ada pemberitaan negatif mengenai Rieke. Sehingga pada pilgub kemarin PDIP Kota Bandung tidak terlalu repot dalam menjelaskan kepada masyarakat siapa Rieke, terus kapasitasnya, juga citra positifnya.

Pak YA berpendapat bahwa dalam memilih pasangan Cagub dan Cawagub masyarakat melihat kepada partainya karena ada kaitannya sendiri. Tingkat militansi dan loyalitas pemilih kita ada segmentasinya. Jadi ketika memutuskan untuk mengusung calon akan total. Faktor *teh* Rieke untuk external dan faktor partai untuk internal, sehingga menurut Pak YA tanpa koalisi PDIP bisa berdiri dan memperoleh suara yang besar. Pak AS juga berpendapat yang sama sehingga bisa gabungan melihat partai atau figurnya.

Pak AS berpendapat bahwa faktor kesamaan ideologi, tempat kelahiran, agama dll menjadi tolak ukur masyarakat dalam memilih Cagub dan Cawagub, akan tetapi bukan menjadi faktor utama karena alasan setiap orang dalam memilih memiliki perbedaan. Pak YA menambahkan bahwa faktor tersebut termasuk SARA diakui atau tidak telah menjadi tolak ukur masyarakat di Jawa Barat di wilayah Priangan Timur dan Selatan karena dibuktikan dengan hasil yang cukup besar dari survei yang ada.

Penyebab golput yang terjadi pada Pilgub Jabar 2013 menurut Pak YA disebabkan karena adanya krisis tingkat kepercayaan masyarakat terhadap kepemimpinan bisa terhadap partai politik bisa kepada suatu proses Pemilu sehingga mereka cenderung kepada apatis untuk tidak menggunakan hak pilihnya.

Dalam batasan tertentu sosialisasi telah optimal dilakukan, apalagi masyarakat perkotaan yang akses informasinya lebih cepat. Mereka tidak mungkin tidak tahu, tetapi mereka lebih memilih untuk tidak peduli. Sejalan dengan pendapat Pak YA, Pak AS juga berpendapat bahwa penyebab golput yang terjadi pada Pilgub Jabar 2013 disebabkan macam-macam alasannya. Jadi ada masyarakat yang memang tidak memilih karena persoalan pemilihan politik (sengaja memilih golput), dan ada yang karena ketidakberesan administrasi di KPU (ingin memilih tapi tidak terdaftar sebagai pemlih).

Masyarakat Kota Bandung menurut Pak YA memiliki preferensi dalam memilih Cagub dan Cawagub yakni bermacam-macam karena Kota Bandung merupakan kota besar, plural. Untuk selera mereka akan lebih mengikuti tren media, jadi lebih sulit ditebak karakternya tapi lebih mudah terpengaruh media pemberitaan khususnya. Mengenai hal ini Pak AS sepakat bahwa Masyarakat Kota Bandung menurut memiliki preferensi bermacam-macam dalam memilih Cagub dan Cawagub, tetapi secara umum masyarakat ingin memiliki pemimpin yang jujur, menyayangi rakyatnya dan memberikan harapan baru dalam figurnya.

Saat menentukan pilihannya masyarakat bisa juga terpengaruh oleh iklan, besar kecilnya pengaruh perlu disurvei dan pengaruhnya tidak sebesar opini media pemberitaan.

Pak YA berpendapat agar masyarakat tertarik dengan pasangan Cagub dan Cawagub, hal yang PDIP dalam mempengaruhi preferensi masyarakat adalah mempersiapkan internal yang solid, menawarkan kepada masyarakat Kepala Daerah yang punya visi misi lalu menawarkan program contohnya Jabar Bangkit, dan solusi atas permasalahan didaerah. Pak AS menambahkan mengenai hal tersebut yakni melakukan sosialisasi untuk mempromosikan visi misi Cagub dan Cawagub kepada masyarakat.

Ketertarikan masyarakat Kota Bandung dalam memilih Cagub dan Cawagub menurut Pak YA dan Pak AS sepakat bahwa hal ini ada persentasenya untuk di kota-kota atau untuk masyarakat yang tingkat pendidikannya tinggi sehingga mereka terkategori sebagai pemilih rasional tentu saja mereka akan lebih tertarik melihat program dan apa yang ditawarkan (visi dan misi). Tetapi kalau untuk pemilih emosional lebih memilih sosok berdasarkan pertimbangan emosional.

Pak YA dan Pak AS berpendapat bahwa Cagub atau Cawagub dari partai politik untuk popularitas sudah cukup dikenal. Sehingga soal dikenal atau tidak tidak harus selalu dari kalangan artis.

Pak YA dan Pak AS memaparkan bahwa masyarakat yang tidak mau memilih disebabkan karena masyarakat mulai jenuh bisa karena menurunnya tingkat kepercayaan dan tipe sepeti ini dengan sadar memilih untuk golput.

Mengenai faktor tertentu yang mempengaruhi preferensi masyarakat pada Pilgub Jabar 2013 menurut Pak YA adalah Pragmatisme. Sedangkan Pak AS berpendapat mengenai hal ini susah ditentukan karena masalah hati.

Pak YA dan Pak AS sepakat bahwa popularitas Cagub dan Cawagub dimasyarakat tidak menjadi kunci utama dalam meraih suara pemilih karena itu hanya menjadi titik awal atau modal pertama sehingga tidak dominan. Ada popularitas dan ada elektabilitas. Orang yang populer belum tentu punya tingkat elektabilitas yang tinggi. Tetapi sebelum ke elektabilitas seseorang harus dikenal dulu, lalu setelahnya dapat menggerakkan untuk memilih dan popularitas itu bisa di *create* (buat).

Kemudian menurut Pak YA selain popularitas hal yang dapat mempengaruhi selera masyarakat adalah pengalaman Rieke yang merupakan aktivis buruh dan konsen terhadap penjaminan pekerja dan ketenagakerjaan. Mengenai hal ini Pak AS menambahkan yakni dari visi misinya, penggerakan tim sukses, promosi, tampilan, kecerdasan, kedekatan dengan kader atau tim sukses dan banyak hal lainnya yang dapat mempengaruhi pilihan masyarakat.

1. **Partai Demokrat Kota Bandung**

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Ir. H. Agus Gunawan (AG) pada hari Selasa 03 Juni 2014 jam 13.12 WIB di kantor DPC Partai Demokrat Kota Bandung. Pak AG memaparkanbahwa sebagian besar Cagub dan Cawagub yang berprofesi sebagai artis lebih dikenal masyarakat. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat memilih Cagub dan Cawagub dari kalangan artis diantarnya adalah mengenal kepopulerannya sebagai artis.

 Popularitas artis yang menjadi Cagub dan Cawagub ada hubungan dengan preferensi masyarakat kalau masyarakat hanya mengenal popularitas artisnya saja. Kalaupun tidak berhasil, tidak bisa sepenuhnya disalahkan artis yang bersangkutan karena masyarakat juga ikut andil dalam memilih. Ada untungnya popularitas artis, tetapi masyarakat harus bisa menilai agar adanya peningkatan dalam berdemokrasi.

Penyebab artis terpilih sebagai Cagub dan Cawagub menurut Pak AG salah satunya karena prestasi yang dimiliknya, contohnya Dede Yusuf, walaupun berangkat dari popularitas artis ia memiliki pengalaman dan menguasai birokrasi. Lalu Dede Yusuf pernah menjadi anggota DPR sehingga sudah dikenal dan pantas karena mempuni.

Pro kontra atas terpilihnya artis sebagai Cagub dan Cawagub menurut pak AG selalu ada, pro contohnya masyarakat beranggapan bahwa Dede Yusuf sudah pantas jadi gubernur. Kontranya timbul pertanyaan dibenak masyarakat apakah Cagub dan Cawagub dari kalangan artis paham atau tidak dengan birokrasi. Kalau diinternal setelah ada keputusan tidak ada pro dan kontra.

 Cara meyakinkan masyarakat bahwa Cagub dan Cawagub pada Pilgub Jabar 2013 memiliki citra positif dan perilaku yang baik dimasyarakat menurut Pak AG adalah meyakinkan dari visi misi, *take record* masing-masing secara optimalkan di masyarakat, menunjukkan bahwa keduanya bersih dan berpengalaman.

Pak AG berpendapat bahwa dalam memilih pasangan Cagub dan Cawagub masyarakat salah satunya kepada partai sebagai patokan contoh pada tahun 2009. Lalu beliau menambahkan bahwa kalau sekarang tidak terlalu karena banyak oknum Partai Demokrat yang tidak sesuai prosedur, akhirnya masyarakat menilai sehingga membawa dampak pada kekalahan Dede Yusuf dan Lex pada Pilgub kemarin. Mungkin juga kekalahan disebabkan karena kalah strategi akan tetapi kalau ini sudah dibersihkan mudah-mudahan di 2019 Demokrat bisa dicintai masyarakat.

Faktor kesaman ideologi, tempat kelahiran, agama menurut Pak AG dapat menjadi tolak ukur masyarakat dalam memilih Cagub dan Cawagub akan tetapi tidak signifikan karena masyarakat Kota Bandung lebih maju dari segi pendidikan, masyarakat juga sudah lebih memahami dengan baik.

Penyebab Golput yang terjadi pada Pilgub Jabar 2013 menurut Pak AG disebabkan oleh Penyebabnya karena masyarakat sudah mulai jenuh, yang kedua visi misinya tidak sesuai dengan pilihan atau impian masyarakat dan yang ketiga KPU sebagai pihak penyelenggara tidak gencar dalam sosialisasinya.

Masyarakat Kota Bandung menurut Pak AG memiliki preferensi dalam memilih Cagub dan Cawagub yakni menyukai pemimpin yang lebih cerdas, visi misi bagus, program bagus, dan dari cara penyampaiannya. Pak AG bmenambahkan bahwa pemahaman masyarakat Kota Bandung sudah bagus mendekati pemilih rasional tapi tidak 100 % sehingga tinggal digencarkan pemahaman yang lebih baik kepada masyarakat mengenai politik. Pemahaman politik dapat disosialisasikan oleh partai dan pemerintah.

Saat menentukan pilihannya masyarakat Kota Bandung menurut pak AG bisa juga terpengaruh oleh iklan. Calon dapat menjelaskan visi misinya melalui media. Apalagi kalau calonnya terjun langsung ke masyarakat sehingga masyarakat dapat menilai.

Agar masyarakat tertarik dengan pasangan Cagub dan Cawagub hal yang dilakukan Partai Demokrat dalam mempengaruhi preferensi masyarakat menurut Pak AG salah satunya karena gantengnya, meyakinkan bahwa Dede Yusud memahami birokrasi, mengetahui perkembangan daerah-daerah Jabar karena sudah satu periode menjabat sebagai wagub, *take record* nya bagus dan memiliki wawasan yang luas.

Ketertarikan masyarakat Kota Bandung dalam memilih Cagub dan Cawagub menurut Pak AG bisa dibagi dua ada masyarakat yang tertarik karena visi misinya (bagi masyarakat yang paham politik) dan ada masyarakat yang tertarik karena sosok pribadinya (mungkin masyarakat menengah kebawah).

Pak AG berpendapat bahwa Cagub atau Cawagub dari partai politik kurang dikenal masyarakat luas karena hanya bekerja dibidang politik, sehingga masyarakat banyak kurang tahu dan yang bersangkutan tidak sering tampil dimedia. Sebenarnya popularitas itu bisa dipoles oleh media.

Lalu mengenai kejenuhan masyarakat yang tidak menyebabkan mau memilih Pak AG memaparkan bahwa bisa disebabkan karena visi misi calon belum sesuai impian masyarakat dan masyarakat belum memahami masalah politik dengan baik sehingga pemahaman politik harus disosialisasikan oleh partai politik dan pemerintah. Mengenai hal ini Pak AG menyarankan agar dari Pemilu ke Pemilu dilakukan evaluasi apakah ada peningkatan pemahaman dari masyarakat terhadap politik praktis, berapa yang golput, hal ini dapat dilakukan untuk mengurangi golput.

Mengenai faktor tertentu yang mempengaruhi preferensi masyarakat pada Pilgub Jabar 2013 menurut Pak AG adalah Pemahaman masyarakat dalam politik. Popularitas menurut Pak AG tidak menjadi kunci utama dalam meraih suara pemilih karena hanya menjadi patokan akan tetapi *take record* partai juga mempengaruhi. Menurut Pak AG selain popularitas hal yang dapat mempengaruhi selera masyarakat adalah dari kinerjanya, bersih, merakyat, dekat dengan masyarakat, tahu dan mengerti masalah masyarakat). Popularitas dapat dikalahkan dengan kinerja dan kesederhanaan bisa menjadi salah satu trik calon pemimpin dalam mempengaruhi masyarakat.

1. **Pembahasan Hasil Penelitian**

Pembahasan pada bagian ini merupakan penjelasan yang dihasilkan dari hasil penelitian yang berdasar atas hipotesis yang telah diuji.

* 1. **Pengaruh Figur Artis terhadap Preferensi Politik Masyarakat Kota Bandung dalam Pilgub Jabar 2013**

Pilgub tahun 2013 lalu diwarnai oleh tiga orang calon yang memiliki latar belakang sebagai seorang artis yakni dua orang Cagub dan satu orang Cawagub. Hingga akhirnya terpilihlah Gubernur Ahmad Heryawan dengan Wakil Gubernur Deddy Mizwar. Terpilihya Deddy Mizwar menjadi wakil gubernur merupakan kali kedua bagi Jawa Barat memiliki wagub yang berlatar belakang sebagai artis. Hal ini berkaitan dengan pendapat Corner dan Pels (Ghazali, 2011, hlm. 281) menyatakan bahwa: Gaya politik mutakhir, khususnya dengan pemilihan langsung, akan terkait dengan 3 C: *Consumerism, Celebrity, Cinicysm*. Selebriti seakan menjadi magnet baru dalam pemilihan khususnya pada Pilgub Jabar 2013.

Terpilihnya Deddy Mizwar yang memiliki latar belakang artis tidak lepas dengan selera masyarakat dalam memilih, meskipun tidak semua masyarakat memiliki selera untuk memilih figur artis sebagai pemimpin daerahnya. Akan tetapi yang ditemukan dilapangan menunjukkan bahwa selera masyarakat masih dipengaruhi karisma dan tokoh. Hal ini berkaitan dengan pendapat Prihatmoko mengenai preferensi pemilih (Darkam, 2009, hlm. 90) bahwa preferensi pemilih warga masyarakat kita itu masih dipengaruhi oleh istilah Feith dan Castle dengan istilah politik aliran, oleh karena itu perilaku memilih masyarakat kita itu masih tradisional yang selalu didasarkan pada ikatan emosional juga dipengaruhi kharisma dan tokoh.

 Pengaruh karisma dan tokoh begitu kuat dalam masyarakat termasuk dalam menentukan pilihan untuk kepala daerah. Tokoh lekat diperhatikan oleh masyarakat bukan karena dari latar belakang mana tokoh itu berasal, tetapi lebih kepada kepribadian yang dimiliki tokoh yang bersangkutan. Hal ini sejalan dengan yang dikemukakan oleh Nursal (Alie, 2013, hlm. 73) bahwa kepemimpinan yang kuat akan membentuk sikap seorang pemilih terhadap tokoh tersebut. Oleh sebab itu kuatnya ketokohan membuat masyarakat dapat mejatuhkan pilihannya kepada tokoh yang menjadi idolanya, meskipun dalam pemilihan terdapat tokoh-tokoh lain yang tidak kalah pamornya.

Selera masyarakat dalam memilih tidak dapat diketahui pasti dan tidak mudah ditebak sehingga harus ada hasil survei atau penelitian. Mengenai hal ini Arifin (2011, hlm. 236) memaparkan beberapa hasil studi menunjukkan bahwa pemberian suara dalam pemilihan umum cenderung menjatuhkan pilihannya kepada pahlawan politik, yaitu kandidat yang sesuai dengan citra jabatan yang ideal baginya. Citra jabatan ideal yang dimaksud oleh Arifin adalah calon pemimpin atau kandidat yang memiliki ketokohan dan memiliki kepribadian yang baik. Ketokohan tersebut merupakan karakter dari kepahlawanan politik yang menjadi daya tarik di masyarakat.

Selain itu Pahmi Sy (2010, hlm. 37-39) berpendapat bahwa kepopuleran seorang figur sangat ditentukan oleh banyak faktor diantaranya kepribadian, tim sukses, visi dan isu-isu politik yang dimainkan dan pembiayaan politik. Faktor kepribadian itulah yang menjadi faktor utama dan menjadi pertimbangan awal masyarakat. Hal ini juga ditemukan dalam penelitian di lapangan bahwa sosok yang menjadi Cagub dan Cawagub pada Pilgub Jabar 2013 memiliki sikap yang patut dicontoh, lalu tidak memiliki citra negatif di masyarakat.

Sebagai Cagub dan Cawagub terpilih Ahmad Heryawan dan Deddy Mizwar memiliki kepribadian yang disukai oleh masyarakat. Aher dengan pengalamannya terdahulu sehingga kepribadiannya telah dikenal oleh masyarakat dan Deddy Mizwar sebagai sosok pelaku seni yang memiliki citra positif di masyarakat. Selain itu sebagai lawan politiknya terdahulu yakni Dede Yusuf dan Rieke yang merupakan figur artis juga diakui memiliki kepribadian yang baik sehingga tidak memiliki citra negatif di masyarakat. Mengenai kepribadian Pahmi Sy (2010, hlm. 37) memaparkan bahwa figur yang memiliki kepribadian utuh akan dikagumi dan disukai oleh rakyat kebanyakan. Seperti sosok yang miliki moralitas, kesantunan, kesederhanaan dan tidak arogan akan lebih menyentuh hati rakyat.

Pemaparan diatas sejalan dengan hasil pengolahan angket dan wawancara yang menunjukkan bahwa ketokohan menjadi pertimbangan masyarakat dalam pemilihan dari pada hanya bermodalkan figur artis belaka. Oleh karena itu popularitas yang dimiliki Cagub dan Cawagub dari kalangan artis harus diimbangi dengan kualitas agar dapat sejalan dengan elektabilitas. Jadi figur artis tidak menjamin keterpilihan dalam Pemilu.

Jika melihat penelitian terdahulu yakni dari penelitian yang dilakukan oleh Fitria (2007) yang berjudul “Perilaku Pemilih dalam Pemilu Legislatif, Presiden, dan Wakil Presiden, serta Kepala Daerah Kabupaten Bandung 2004.” Bahwa hal yang paling pertama dalam mempengaruhi masyarakat untuk menentukan pilihannya adalah figur dan ketokohan. Maka hal ini sejalan dengan apa yang ditemukan peneliti dilapangan. Figur dan ketokohan ini menjadi nilai yang tambah yang lebih dominan untuk dipilih oleh masyarakat dari pada hanya pengaruh artis dari kandidat Cagub dan Cawagub.

Hasil pengolahan angket menunjukkan bahwa preferensi masyarakat dipengaruhi sebesar 23,5% oleh figur artis dan 76,5% dipengaruhi oleh hal-hal lain, sehingga dapat diketahui bahwa figur artis berpengaruh signifikan terhadap preferensi politik masyarakat Kota Bandung. Pengaruh figur artis sebanyak 23,5% menunjukkan pengaruh yang dapat dikategorikan sedang terhadap preferensi masyarakat, meskipun pengaruh lain masih mendominasi.

Berdasarkan berbagai konsep, teori dan hasil analisis di atas, maka peneliti dapat merumuskan simpulan sementara bahwa figur artis berpengaruh signifikan terhadap preferensi politik masyarakat Kota Bandung. Hal ini disebabkan oleh kepribadian yang dimiliki oleh figur artis yang bersangkutan ditambah memiliki ketokohan yang kuat sehingga memberikan pengaruh kepada masyarakat dalam menentukan pilihannya.

* 1. **Hubungan Antara Popularitas Figur Artis terhadap Preferensi Politik Masyarakat Kota Bandung dalam Pilgub Jabar 2013**

Popularitas merupakan sesuatu yang sebaiknya dimiliki setiap calon pemimpin agar menjadi titik awal untuk dikenal oleh masyarakatnya. Setelah sukses dikenal oleh masyarakat, maka kandidat tidak akan kesulitan dalam bersosialisasi dengan masyarakat dan mempengaruhi untuk nantinya memilih kandidat yang bersangkutan dalam Pemilu. Akan tetapi dalam memikat hati pemilih popularitas saja tidak cukup menjadi modal karena harus sejalan dengan elektabilitas. Terlebih Kota Bandung merupakan cerminan dari masyarakat perkotaan yang sangat heterogen dan tidak homogen seperti masyarakat desa. Hal ini sejalan dengan pendapat Setiadi dan Usman (2011, hlm. 854) mengenai masyarakat perkotaan yakni kehidupan komunitas yang memiliki sifat kehidupan dan ciri-ciri kehidupannya yang berbeda dengan masyarakat pedesaan.

Masyarakat perkotaan dari segi perilaku pemilihnya lebih sulit untuk diterka karena informasi yang didapat masyarakat kota lebih berkembang pesat dibandingkan dengan informasi yang didapat oleh masyarakat desa sehingga dalam menilai Cagub dan Cawagub memiliki pertimbangan dari sumber yang banyak. Masyarakat perkotaan memiliki banyak perbedaan baik dari jenis pekerjaan, penghasilan, asal daerah, tingkat pendidikan, agama dan hal lain. Hal tersebut menunjukkan bahwa masyarakat perkotaan merupakan masyarakat majemuk yang memiliki banyak perbedaan. Sejalan dengan yang dikemukakan Nasikun (2010, hlm. 40) bahwa masyarakat majemuk adalah masyarakat yang bersifat majemuk secara struktural memiliki sub-subkebudayaan yang bersivat *diverse*”. *Diverse* bisa diartikan beraneka ragam, baik itu bahasa, budaya, suku bangsa, kesenian dan lain sebagainya.

Popularitas menjadi sesuatu yang tidak dipungkiri membawa keuntungan bagi setiap Cagub dan Cawagub dalam menarik perhatian masyarakat Jawa Barat, akan tetapi ternyata untuk menjadi seorang pemimpin tidak cukup dengan mengandalkan popularitas. Sebagaimana hasil penelitian yang diperoleh dari angket dan wawancara dapat diketahui bahwa masyarakat Kota Bandung memilih pasangan Cagub dan Cawagub yang sudah memiliki popularitas. Akan tetapi dalam peryataan lain pada hasil angket menujukkan masyarakat Kota Bandung dalam memilih pasangan Cagub dan Cawagub tidak berdasarkan popularitas. Pernyataan ini menunjukkan bahwa popularitas merupakan suatu hal yang penting dimiliki kanditat karena menjadi modal awal pertimbangan masyarakat dalam memilih pasangan Cagub dan Cawagub. Pertimbangan lainnya adalah kualitas dan kemampuan dari Cagub dan Cawagub dalam memimpin. Sehingga popularitas harus diimbangi dengan kualitas agar meningkatkan elektabilitas masyarakat.

Pertimbangan masyarakat Kota Bandung yang memilih Cagub dan Cawagub berdasarkan kualitas dan kemampuan yang dimiliki calon sejalan dengan teori perilaku pemilih yakni pendekatan psikologis seperti yang dikemukakan oleh Gaffar (Alie, 2013, hlm. 54) bahwa keputusan pemilih terhadap partai politik atau kandidat didasarkan respon psikologis, seperti kualitas personal kandidat, performa pemerintah yang saat itu berkuasa, isu-isu yang dikembangkan oleh kandidat, dan loyalitas terhadap partai. Sedangkan teori lain yakni pendekatan sosiologis tidak terlalu mendominasi karena lebih melihat kepada faktor ekonomi dan sosial, meskipun tidak dipungkiri hal ini masih terjadi.

Pendekatan sosiologis tidak mendominasi karena yang menjadi tujuan dalam memilih pemimpin adalah kualitas kandidat sehingga hal yang bersifat sosial ekonomi tadi dapat dikesampingkan. Masyarakat tidak lagi melihat sosok pemimpin berdasarkan latar belakangnya karena masyarakat sudah lebih memahami bahwasannya kualitas kandidat menjadi sesuatu yang lebih utama.

Dilihat dari tipe pemilihnya masyarakat Kota Bandung hampir mendekati tipe pemilih rasional atau bisa dikategorikan kepada tipe pemilih aktif karena dalam menentukan pilihannya tidak didasari oleh popularitas, maupun loyalitas terhadap partai politik. Sebagaimana dinyatakan oleh Arifin mengenai pemilih aktif (2011, hlm. 224) adalah pemberi suara yang terlibat aktif dalam menginterpretasikan peristiwa, isu, dan personalitas, dengan menetapkan dan menyusun maupun menerima, serangkaian pilihan yang diberikan. Pemilih Kota Bandung sesuai dengan tipe pemilih ini karena menerima pilihan yang ada, akan tetapi tetap berpengang teguh terhadap pendiriannya tanpa terdesak oleh pihak manapun. Pemilih aktif lebih kritis dalam menjatuhkan pilihannya sehingga bertolak belakang dengan tipe pemilih tradisional yang tidak terlibat aktif dan mengutamakan kedekatan seperti kedekatan sosial budaya.

Berdasarkan berbagai konsep, teori dan hasil analisis di atas, maka peneliti dapat merumuskan simpulan sementara bahwa terdapat hubungan antara popularitas figur artis terhadap preferensi politik masyarakat Kota Bandung dalam Pilgub Jabar 2013. Hal tersebut dikarenakan popularitasnya merupakan modal awal untuk kandidat agar dapat dikenal masyarakat, akan tetapi popularitas yang ada harus diimbangi dengan kemampuan yang dimiliki pasangan Cagub dan Cawagub**.**

* 1. **Faktor yang Dapat Mempengaruhi Preferensi Masyarakat Kota Bandung dalam Pilgub Jabar 2013**

Preferensi adalah hal yang sulit dirumuskan secara pasti oleh karena itu akan dihadapkan dengan adanya perbedaan. Perbedaan yang terjadi antar individu membuat tidak dapat disetarakan satu sama lain. Penentuan preferensi seseorang dapat dipengaruhi oleh persepsinya. Persepsi seseorang dipengaruhi oleh beberapa faktor sebagaimana yang dijelaskan oleh Rivai dan Deddy (2003, hlm. 236) bahwa pertama, faktor yang ada pada pelaku persepsi (*perceiver*). Kedua, faktor yang ada pada objek atau target yang dipersepsikan. Ketiga, faktor konteks situasi dimana persepsi itu dilakukan. Ketiga faktor ini dapat saling mempengaruhi satu sama lain dalam penentuan persepsi seseorang termasuk dalam memilih Cagub dan Cawagub pada Pilgub Jabar 2013.

Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi preferensi pemilih yakni lingkungan baik lingkungan sekitar maupun keluarga dan media. Hal ini sependapat dengan apa yang dinyatakan Firmanzah (2008, hlm. 117-118) bahwa ada tiga faktor yang mempengaruhi pemilih. Faktor pertama adalah lingkungan, faktor kedua adalah media massa, dan faktor yang ketiga adalah partai politik dan kontestannya.

Preferensi seseorang dalam memilih Cagub dan Cawagub khususnya di Kota Bandung memiliki keanekaragaman ditambah masyarakat Kota Bandung sudah dapat dikategorikan sebagai pemilih yang cerdas karena mampu menentukan pilihannya dengan teguh dan tidak didesak pihak manapun. Hal ini dapat ditunjukkan dari hasil pengolahan angket bahwa faktor lingkungan, media massa dan partai politik tidak begitu dominan dalam mempengaruhi preferensi masyarakat Kota Bandung. Masyarakat Kota Bandung sudah lebih mandiri dalam menentukan pilihannya sehingga memiliki selera yang beraneka ragam.

Media telah menjadi jembatan kepada masyarakat dalam menilai Cagub dan Cawagub, akan tetapi peranan media yang sudah mulai berubah membuat selera masyarakat Kota Bandung tidak lagi terpengaruh oleh media. Sejalan dengan yang dijelaskan oleh Ghazali (2011, hlm. 279) bahwa media membawa pesan (iklan & kampanye) dalam pemilihan umum dan pemerintahan, maka akuntabilitas publik dan akuntabilitas profesional seharusnya menjadikan media juga pada saat yang sama memainkan peranan sebagai penganalisis atau pembongkar pencitraan kandidat maupun kebijakan. Kini media belum melaksanakan perannya sebagai penganalisis atau pembokar pencitraan kandidat secara utuh dan memberi kesan tidak netral, sehingga masyarakat memperoleh informasi yang bias. Jika media telah mampu melaksanakan perannya dengan baik, maka masyararakat akan memperoleh informasi yang memadai dan jelas dalam menilai apa yang ditawarkan oleh para kandidat untuk Jawa Barat selama lima tahun kedepan.

Lingkungan juga memberikan pengaruh kepada masyarakat Kota Bandung dalam menetukan seleranya terhadap Cagub dan Cawagub pada Pilgub Jabar 2013, akan tetapi kini pengaruhnya tidak lagi besar dikarenakan kuatnya arus informasi dan lingkungan yang dikenal masyarakat beragam. Sebagai masyarakat perkotaan informasi mengenai Cagub dan Cawagub lebih mudah didapatkan masyarakat Kota Bandung dibandingkan dengan masyarakat pedesaan dan sumber informasinya memiliki banyak jenis yang tidak hanya berasal dari media saja. Salah satunya adalah interaksi dengan masyarakat lainnya. Masyarakat Kota Bandung tidak hanya berkecimpung di lingkungan keluarga dan tempat bekerja, tetapi mereka juga turut mengenal lingkungan lain seperti komunitas dan sebagainya. Lingkungan yang beragam membuat masyarakat menerima adanya perbedaan termasuk dan memilih Cagub dan Cawagub. Kalaupun dalam lingkungan tersebut berusaha memberi pengaruh untuk turut mendukung salah satu calon hal yang dilakukan tidak bersifat memaksa sehingga lingkungan tetap menghargai keputusan setiap individu yang berbeda.

Selanjutnya kesamaan partai politik ikut andil dalam mempengaruhi selera masyarakat, namun kini tidak lagi dominan karena disebabkan oleh penilaian masyarakat yang sudah berbeda. Masyarakat tidak semuanya memilih Cagub dan Cawagub dengan didasarkan oleh partai politik yang menjadi pegangannya karena masyarakat lebih melihat kepada tokoh yang dijadikan Cagub dan Cawagub. Masyrakat tidak masalah untuk memilih tokoh yang berasal dari partai yang bukan menjadi pegangannya selama tokoh tersebut memiliki kriteria untuk memimpin Jawa Barat dan mampu menyalurkan aspirasinya dengan baik

Sebagaimana hasil penelitian yang diperoleh dari angket dan wawancara dapat diketahui bahwa masyarakat Kota Bandung dalam menentukan pilihannya dipengaruhi oleh beberapa faktor lain diantaranya, kesamaan ideologi, tempat kelahiran, agama, memiliki sifat karismatik, *take record* yang bagus*,* visi misi yang bagus, tidak banyak janji, dan memiliki tutur kata yang sopan dan halus. Hasil tersebut sejalan dengan pendapat Sitepu (2012, hlm. 184) bahwa preferensi seseorang pemilih dalam pemilihan umum dipengaruhi oleh latar belakang demografis, dan sosial ekonomi, seperti jenis kelamin, tempat tinggal, jenis pekerjaan, pendidikan, kelas sosial, pendapatan dan agama.

Kesamaan ideologi yang dimaksud dapat berupa ideologi partai politik. Kemudian yang dimaksud dengan *take record* dapat diartikan sebagai rekam jejak yang menunjukkan bahwa kandidat memiliki pengalaman dalam bidang tertentu, bersih dari korupsi, tidak pernah tersangkut kasus kriminal dan lain-lain. Selebihnya faktor yang mempengaruhi selera masyarakat seperti sifat karismatik, tidak banyak janji, dan memiliki tutur kata yang sopan dan halus merupakan sesuatu yang ada dalam diri Cagub dan Cawagub atau dengan kata lain adalah ketokohannya. Pada saat Cagub dan Cawagub melakukan kampanye dapat dibuktikan bahwa masyarakat lebih melihat kepada tokohnya dari pada memperhatikan secara rinci apa yang disampaikan. Sejalan dengan yang diungkapkan oleh Arifin (2011, hlm. 237) dalam komunikasi politik, terutama retorika politik atau pidato politik dihadapan massa pada hakikatnya khalayak akan memperhatikan siapa (tokoh politik) ketimbang apa (pesan politik) yang akan disampaikan.

Kesamaan ideologi, tempat kelahiran dan agama berkaitan dengan pendekatan sosiologis dalam teori perilaku pemilih, sedangkan sifat karismatik, *take record* yang bagus,visi misi yang bagus, tidak banyak janji dan memiliki tutur kata yang halus berkaitan dengan pendekatan psikologis dalam teori perilaku pemilih. Dapat kita ketahui bahwa masyarakat Kota Bandung memiliki selera dalam memilih Cagub dan Cawagub yang sesuai dengan teori perilaku pemilih yakni pendekatan psikologis karena mayoritas masyarakat lebih memperhatikan ketokohan.

Berdasarkan berbagai konsep, teori dan hasil analisis di atas, maka peneliti dapat merumuskan simpulan sementara bahwa faktor yang dapat mempengaruhi preferensi masyarakat Kota Bandung dalam Pilgub Jabar 2013 adalah faktor lingkungan, media, kesamaan ideologi, tempat kelahiran, agama, memiliki sifat karismatik, *take record* yang bagus*,* visi misi yang bagus, tidak banyak janji, dan memiliki tutur kata yang sopan dan halus. Faktor lingkungan dan media sudah tidak lagi mendominasi karena faktor yang ada dalam ketokohan lebih diperhatikan masyarakat dan memberi magnet terhadap pemilih.