

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pilkada (pemilihan kepala daerah) merupakan sebuah moment penting dalam menentukan kedaulatan rakyat. Sirkulasi kepemimpinan yang terjadi setiap 5 tahun sekali ini menciptakan suatu koalisi dan kompetisi antar mereka yang menginginkan kekuasaan. Persaingan dalam memperebutkan posisi tertinggi di daerah-daerah menjadi sebuah ajang kompetisi untuk menentukan siapa yang terbaik di antara para calon kepala daerah.

Mereka yang terpilih akan menjadi seorang pemimpin, berarti menjadi sosok yang dapat mengemban tugas dan tanggung jawab seperti memberikan kebijakan-kebijakan yang melindungi dan menyejahterakan rakyatnya. Selain itu, pemimpin merupakan panutan bagi rakyatnya dan juga merupakan seorang yang terpandang sehingga seorang pemimpin harus mampu menjadi pribadi yang baik yang tidak mementingkan kepentingan pribadinya, namun kepentingan rakyat diatas segalanya.

Tahun 2018 Pemilihan Kepala Daerah telah dilaksanakan. Pemilihan ini dilaksanakan untuk menentukan Walikota di wilayah kota dan Bupati di wilayah kabupaten serentak di masing-masing daerah. Kabupaten Bangka Provinsi Kepulauan Bangka Belitung merupakan salah satu daerah yang akan melaksanakan Pilkada. Kabupaten Bangka memiliki 8 kecamatan dan Ibukota

Kabupatennya adalah Kecamatan Sungailiat. Oleh sebab itu, kebanyakan aktifitas masyarakat Kabupaten Bangka banyak terpusat di Sungailiat, seperti lingkungan perkantoran dan pemerintahan daerah (pemda) yang berada disini.

Sebelum Pilkada dilaksanakan dalam menarik minat para pemilih calon bupati dan wakil bupati, kampanye merupakan upaya yang dilakukan oleh para calon sebagai bentuk promosi diri untuk meyakinkan pemilih bahwa mereka adalah pilihan yang tepat sebagai bupati dan wakil bupati yang baru. Kampanye yang dimaksud adalah kegiatan menawarkan visi, misi, program pasangan calon dan atau informasi lainnya, yang bertujuan mengenalkan atau meyakinkan pemilih (PKPU No. 4 tahun 2017).

Dalam berkampanye media iklan memiliki suatu peranan yang sangat penting. Iklan itu sendiri adalah sebuah bentuk ‘mitologi’ yang membentuk cara-cara berpikir dan berbicara sedemikian rupa untuk mengusung sebuah pesan yang keluar dari denotasi permukaan yang jelas menuju konotasi tersembunyi yang licik. Aturan yang digunakan mungkin adalah aturan dari sebuah ‘kelompok penentu’ (desainer, pabrikan, pemasang iklan) bukan aturan dari ‘masa yang berbicara’ yang secara aktual mengonsumsi makna-makna yang diproduksi tersebut. Konsumen cenderung menjadi penerima pasif dari makna-makna tersebut, dan memahami makna tersebut menurut kode-kode yang dipaksakan kepada mereka melalui hubungan kekuasaan (Scott, 2012:176). Berdasarkan pengertian diatas dapat diketahui bahwa penerima pesan menerima apa adanya pesan yang disampaikan dalam sebuah iklan yang berarti pesan didalam iklan

memberikan pengaruh yang diinginkan oleh pembuat pesan. Berarti iklan dapat berimplikasi terhadap konsumen atau penerima pesan karena makna yang didapat dari iklan sifatnya dipaksakan.

Sebuah iklan memiliki fungsi untuk mempromosikan suatu produk atau barang. Hal yang ditampilkan pun terkesan berlebihan agar dapat menarik minat orang banyak. Namun jika disandingkan dengan hal yang berbaur politik maka produk yang ditampilkan merupakan produk politik yang memiliki tujuan. Menurut Sriwidiyanto (2014:3) iklan politik merupakan cara berkampanye dan mensosialisasikan program kerja diri maupun partai politik kepada masyarakat. Metode iklan politik menggunakan berbagai media meliputi media massa elektronik seperti televisi, radio, media massa cetak seperti koran, dan media visual yang diterapkan pada alat peraga kampanye cetak seperti baliho, spanduk, stiker, kalender, kaos dan lain-lain. Media visual seperti baliho merupakan media yang sering dan lama dipergunakan, iklan politik pada media seperti ini masih menjadi pilihan bagi sebagian besar peserta Pilkada untuk mengaplikasikan iklan politik. Media visual merupakan media dinamis dalam hal biaya produksi lebih murah jika dibandingkan media elektronik seperti televisi yang biayanya mencapai jutaan rupiah untuk beberapa detik.

Salah satu cara yang dilakukan oleh para calon adalah dengan menggunakan alat peraga kampanye (APK) sebagai media untuk mengiklankan para calon. Alat peraga Kampanye adalah semua benda atau bentuk lain yang memuat visi, misi dan program pasangan calon, simbol, atau

tanda gambar Pasangan Calon yang dipasang untuk keperluan kampanye (PKPU No 4 tahun 2017) bentuknya berupa spanduk, baliho dan umbul-umbul. Sifatnya yang mudah untuk diproduksi dan digunakan, membuat media visual seperti baliho dan spanduk menyebar di segala penjuru daerah baik di lingkungan perkotaan yang ramai sampai pada daerah desa hingga pelosok. Biasanya pada media-media tersebut akan terdapat tulisan-tulisan yang mewakili para calon baik itu berupa visi maupun misi mereka. Tulisan-tulisan tersebut harus terlihat dengan jelas kepada masyarakat maka perlu penataan tulisan yang baik, meskipun sedikit kata-kata namun berisi informasi yang padat dan mewakili para calon. Selain itu, letak pemasangan baliho dan spanduk yang berada dipinggir jalan hanya akan dilihat sepintas saja oleh masyarakat karena ketika di jalan orang-orang memiliki kesibukan mereka masing-masing dan waktu yang dimiliki masyarakat di jalan sangatlah terbatas sehingga perlu membuat sebuah media yang menarik masyarakat untuk minimal melihat ke arah tersebut.

Masyarakat sebagai pemilih tentu punya kriteria mereka masing-masing dalam menjadikan para calon bupati sebagai pilihan mereka. Tidak sedikit juga, masyarakat yang masih bingung untuk memilih calon mana yang akan mereka pilih. Mereka sebagai pemilih perlu mencari tahu mengenai visi dan misi dari para calon. Disinilah media-media visual berperan untuk memudahkan masyarakat yang ingin tahu tentang hal-hal tersebut. Pesan-pesan ditampilkan sedemikian rupa melalui simbol-simbol dan tanda yang terdapat di dalam alat peraga kampanye untuk memberikan pengaruhnya. Dan

pada akhirnya penyampai pesan tinggal menunggu hasil dari bagaimana simbol-simbol tersebut berpengaruh kepada tiap-tiap pemilih.

Semua penampilan pada alat peraga kampanye tersebut tentu memiliki maksud dan tujuan yang lain. Pesan dalam sebuah iklan politik harus memberikan nilai tambah bagi produk politik dan memiliki karakteristik penyampaian pesan yang menarik sehingga dapat mempresentasikan dengan jelas pesan politik yang ditampilkan pada pemilih, tujuannya adalah untuk membuat pemilih memberikan tanggapan (*feedback*) terhadap pesan politik yang diterima (Sriwidiyanto, 2014:4). Selain itu juga, pesan dalam komunikasi politik digunakan dalam praktik sejarahnya sebagai ‘peluru’ untuk mempengaruhi atau mempersuasi komunikan atau khalayak yang menjadi sasaran dalam kegiatan komunikasi politik. Komunikasi persuasi bahkan tidak hanya tergantung pada kekuatan komunikator yang menyampaikan, tetapi pada kedahsyatan isi atau konten pesan yang disampaikan untuk memengaruhi khalayaknya (Subiakto dan Ida, 2012:40).

Menggunakan bahasa-bahasa yang cantik sebagai cara untuk menarik simpati para pemilih merupakan suatu sarana yang paling baik digunakan oleh para politisi, dalam hal ini calon bupati dan wakil bupati. Agar citra mereka menjadi baik maka pesan-pesan tersebut diselipkan dalam simbol-simbol yang terdapat pada alat peraga kampanye, sehingga membuat masyarakat yang melihatnya menjadi memiliki simpati terhadap calon. Kemudian melalui beberapa proses dan pada akhirnya akan membuat masyarakat sebagai pemilih melakukan aksi yang diinginkan oleh para calon.

Oleh sebab itu, penelitian ini dilakukan karena peneliti ingin melihat maksud dari simbol-simbol yang ditampilkan pada alat peraga kampanye bagaimanakah pesan-pesan tersebut disampaikan, apakah pesan yang berada pada alat peraga kampanye tersebut memiliki unsur-unsur pencitraan atau malah menjadi cara untuk menjatuhkan lawan. Melalui penelitian ini pula peneliti dapat melihat bagaimana cara pandang masyarakat terhadap spanduk, baleho, dan lain-lain sebagai alat untuk berkampanye, apakah cukup efisien untuk memikat masyarakat memilih calon yang ditampilkan. Selain itu, peneliti ingin mengetahui bagaimana pesan yang disampaikan kepada masyarakat melalui alat peraga kampanye dalam memberikan pengertian yang sifatnya dapat mempengaruhi keputusan khalayak dalam memilih seorang calon.

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah, sebagai berikut:

1. Bagaimanakah Simbol dan makna yang terdapat dalam alat peraga kampanye calon pada Pilkada Kabupaten Bangka tahun 2018?
2. Bagaimanakah implikasi simbol dalam mempengaruhi keputusan masyarakat untuk memilih?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mendeskripsikan dan menganalisis simbol dan makna yang terdapat dalam alat peraga kampanye calon pada Pilkada Kabupaten Bangka tahun 2018
2. Mendeskripsikan dan menganalisis implikasi simbol dalam mempengaruhi keputusan masyarakat untuk memilih.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan masukan.

Adapun manfaat dari penelitian yang dilakukan adalah

1. Manfaat teoritis

Hasil penelitian ini dapat memberikan informasi dan memberikan sumbangsuhnya dalam bidang sosiologi sekaligus dapat menambah wawasan bagi para pembaca yang tertarik dengan penelitian seperti ini.

2. Manfaat praktis

- a) Pembaca dapat memberikan pemahaman yang baru dalam hal melihat makna-makna yang terdapat dalam atribut-atribut kampanye.

- b) Bagi para peneliti, hasil dari penelitian ini dapat menjadi acuan maupun sebagai referensi bagi penelitian-penelitian lain yang memiliki kesamaan dengan penelitian ini.

E. Tinjauan Pustaka

Isi dari tinjauan pustaka berasal dari penelitian-penelitian terdahulu yang memiliki kemiripan dengan penelitian yang sedang dilakukan. Tinjauan pustaka dilakukan sebagai pembandingan antara penelitian dengan penelitian, tujuannya tidak lain adalah sebagai referensi bahwa penelitian ini bukanlah hasil dari penelitian yang telah dilakukan oleh orang lain maupun hasil dari plagiarisme. Selain itu dalam tinjauan pustaka pembaca dapat melihat perbedaan hasil penelitian dengan penelitian terdahulu dengan melihat kelebihan dan kekurangan penelitian lain sehingga dapat diketahui bahwa hasil penelitian memang benar adanya.

Skripsi Rizki Almu Alkosasih (2016) *Analisis Semiotik Citra Politik Hary Tanoesudibjo Dalam Iklan Partai Perindo Di Televisi*, dalam penelitian ini tujuan dilaksanakannya penelitian adalah untuk mengetahui ikon, ideks dan simbol dalam partai Perindo, serta bagaimana citra Hary Tanoe digambarkan dalam iklan tersebut. Penelitian ini mengambil kesimpulan bahwa citra politik dalam iklan Perindo mengenai seorang Hary Tanoe yang merangkul masyarakat ekonomi lemah karena merupakan pondasi agar terciptanya indonesia yang sejahtera yang juga mengakui pluralitas. Hal ini ditandai dengan ikon, indeks dan simbol yang muncul dalam iklan yang menggambarkan keberagaman rakyat Indonesia. Persamaan yang terdapat pada penelitian ini adalah sama-sama menggunakan analisis semiotik sebagai teknik menganalisis penelitian sedangkan perbedaannya terletak pada model semiotik yang menggunakan teknik semiotik model Charles Sanders Pierce

yang membagi tanda menjadi ikon, indeks dan simbol. Selain itu objek yang diteliti adalah pencitraan sosok Hary Tanoesudibjo melalui media iklan yang digunakan dalam penelitian ini

Jurnal Suyatno Kahar (2014) yang berjudul *Pencitraan Politik Partai Nasdem Melalui Iklan Di Televisi*, Penelitian ini ingin melihat tentang pencitraan partai politik yang dilakukan partai nasional democrat melalui iklan di televisi. Hasil dari penelitian ini diantaranya mengungkap bahwa Partai NasDem mengajak publik bergabung bersama dalam melakukan perubahan dalam penegakan hukum yang adil dan beradab. Partai Nasdem adalah sebuah partai yang pesimis terhadap kondisi bangsa dan Negara saat ini yakni Indonesia sedang mengalami keterpurukan pada semua sektor. Dalam rangka melakukan proses pencitraan politik partai, khalayak juga membaca citra partainya secara berbeda berdasarkan subyektivitas mereka, baik berdasarkan pengalaman dan asosiasi yang dibawa, atau karena adanya pengaruh *setting* dimana citra tersebut muncul. Dengan demikian maka khalayak dalam menilai citra politik partai NasDem ada yang positif dan ada yang negatif bahkan ada yang netral, tergantung juga subyektivitas mereka masing-masing. Persamaan pada penelitian ini adalah sama-sama menganalisis tentang tanda-tanda dan simbol yang terdapat dalam suatu iklan politik, sedangkan perbedaannya penelitian ini menganalisis tentang teks iklan politik versi Indonesia baru dan versi hukum dengan menggunakan analisis wacana Teun van Dijk, yang meliputi analisis dari segi teks (*Visual dan Audio-Visual*).

Terakhir Skripsi Rani Oktaviani (2016) *Pergeseran representasi Maskulinitas dalam Iklan (Studi Komparasi terhadap Analisis Semiotika pada Iklan Roko Magnum Filter Dji Sam Soe dan U Mild versi Ngantor Menurut Roland Bathes)*. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis citra maskulinitas yang ditampilkan dalam iklan, tanggapan masyarakat tentang citra maskulinitas pada kedua iklan tersebut. Mengidentifikasi dan menganalisis tanda-tanda yang digunakan untuk mendukung citra maskulinitas yang ditampilkan dalam kedua iklan rokok tersebut, sehingga akan membantu masyarakat memahami citra maskulinitas. Citra maskulin yang dipresentasikan dalam iklan mulai mengalami perkembangan dan pergeseran yang didukung oleh beberapa tanda untuk mempertegas sisi maskulin yang ingin ditampilkan. Masyarakat masih berpikir maskulinitas laki-laki berdasarkan fisik, namun hal itu bukan satu-satunya syarat bagi kemaskulinan laki-laki. Karakter dari laki-laki menjadi salah satu faktor penentu maskulin atau tidaknya laki-laki bukan hanya dari tampilan fisik saja. Hal ini menunjukkan adanya pergeseran dan perkembangan terhadap pola pikir masyarakat terkait laki-laki dan kemaskulinannya, sehingga maskulinitas mulai dipengaruhi oleh sisi feminitas dari laki-laki itu sendiri. Persamaan yang terdapat pada penelitian ini adalah pada Teori yang digunakan untuk menganalisis yaitu Teori Semiotika milik Roland Barthes. Sedangkan perbedaannya terletak pada objek yang diteliti yaitu pergeseran makna maskulinitas pada iklan rokok pada media iklan di televisi.

F. Kerangka Teori

Ada dua pendekatan dalam studi tentang makna, semantik dan semiologi. Semantik hanya mengeksplorasi makna terkait dengan signifikansi linguistik dari kata-kata. Sementara semiologi mengeksplorasi makna terkait dengan signifikansi sosial-politisnya. Lebih dari analisis kata-kata linguistik, semiolog juga menganalisis berbagai objek kultural (pakaian, program, televisi, makanan, dan sebagainya) sebagai tanda-tanda yang menyembunyikan “mitos-mitos” kultural yang berada dibelakangnya (Barthes, 2012:7).

Menurut Barthes (2012:7-8) ada alasan penting mengapa kita perlu berpikir seperti seorang semiolog. Ketika kita mendengar misalnya, “tempat perempuan adalah dirumah”, itu berarti bahwa kultur kita sebenarnya melegitimasi ideologi patriarki di balik selubung “kodrat” dan apa yang telah menjadi “*common sense*”. Kita akan banyak menemukan ungkapan-ungkapan serupa yang tanpa sadar membentuk kepercayaan-kepercayaan dan cara pandang kita terhadap realitas.

Dalam penelitian ini teori yang digunakan adalah teori semiotika oleh Roland Barthes. Semiotika adalah ilmu yang mempelajari atau melihat tanda-tanda karena dalam beberapa hal tanda-tanda memiliki makna. Tanda dapat memberikan informasi bagi mereka yang paham akan maksud dari pembuatannya. Sebuah tanda ditampilkan dengan menggunakan simbol-simbol maupun kata-kata yang sekilas biasa saja bagi individu atau malah membuat individu tertarik untuk melihatnya. Setiap orang memiliki

pandangan yang berbeda-beda dalam memaknai tanda karena mereka menggunakan akal dan pemikiran mereka masing-masing dalam memahami sebuah tanda.

Semiotika atau semiologi berdasar dari bahasa Yunani yaitu “*semeion*” yang berarti tanda. semiologi bisa didefinisikan sebagai ilmu pengetahuan yang mempelajari tentang tanda dan makna dalam bahasa, seni, musik, dan setiap usaha manusia yang dapat diproduksi atau direpresentasikan untuk seseorang atau audien. Semiologi diperkenalkan pertama kali oleh Ferdinand de Saussure, bapak linguistik modern. Semiologi sering digunakan dalam analisis teks, selain hermeneutik, kritik sastra, analisis wacana, dan analisis isi. Semiologi memeriksa berbagai tanda dalam teks untuk mengkarakteristik struktur-struktur dan mengidentifikasi makna-makna potensialnya (Barthes, 2012:9).

Roland Barthes merupakan salah satu tokoh terpenting dalam semiologi yang meneruskan pemikiran dari Ferdinand de Saussure. Namun berbeda dengan Saussure, Barthes beranggapan bahwa semiologi termasuk dalam bidang linguistik, sedangkan Saussure beranggapan semiologi merupakan ilmu baru yang menerapkan metode linguistik ke dalam ilmu-ilmu sosial lain di luar bahasa. Secara umum, dengan semiologinya Barthes ingin menawarkan sebuah metode untuk memperdalam pemahaman terhadap bahasa, sastra, dan masyarakat. Secara khusus, Barthes memfokuskan pada tanda-tanda nonverbal. *Concern* utamanya adalah oksidentalisme, kritik

terhadap kaum borjuis Perancis yang mengklaim kebudayaan dan tradisinya bersifat universal (Barthes, 2012:9-12).

Barthes melihat bahwa refleksi atas realitas yang tampil di berbagai media seolah-olah menerima semua fenomena kultural sebagai sesuatu yang alamiah, sebagai keniscayaan sejarah. Barthes justru melihat sesuatu yang membingungkan dalam persepsi yang diterima secara umum ini, dan mencoba melacak kembali tontonan dekoratif dari “sesuatu yang tampak lumrah” ini, juga penyalahgunaan ideologis yang tersembunyi di dalamnya. Masyarakat, menurutnya adalah sebuah konstruksi yang diabadikan melalui tanda-tanda yang merepresentasikan nilai-nilai dominan dalam masyarakat. Barthes mulai mempelajari subjek semiologi (studi tentang signifikansi), bukan sebagai suatu proses, melainkan sebagai sebuah sikap. Nilai penting semiologi terletak pada fungsionalitasnya. Semiologi memungkinkan untuk membongkar mitos-mitos *petit-bourgeois* dengan menganalisis proses pemaknaan yang digunakan kaum borjuis untuk mengubah konflik budaya yang bersifat historis ke dalam suatu budaya yang bersifat universal (Barthes, 2012:12-13).

Inti teori semiologi Barthes sebenarnya menyangkut dua tingkatan signifikansi. Tingkatan pertama adalah denotasi, yakni relasi antara penanda dan petanda dalam sebuah tanda, serta tanda dengan acuannya dalam realitas eksternal, ini menunjuk pada *common-sense* atau makna tanda yang nyata. Tingkatan kedua adalah bentuk, konotasi, mitos, dan simbol. Tingkat signifikansi terakhir ini dapat menjelaskan bagaimana mitos-mitos dan

ideologi beroperasi dalam teks melalui tanda-tanda. Mitos merupakan suatu pesan yang di dalamnya ideologi berada. Sedangkan teks merupakan kumpulan tanda-tanda yang dikonstruksi dalam medium komunikasi khusus. Tanda-tanda dan kode-kode diproduksi oleh dan memproduksi mitos-mitos yang fungsinya untuk membuat nilai-nilai historis, kultural, sikap dan kepercayaan menjadi nampak natural, normal, alamiah dan karenanya benar (Barthes, 2012 : 13-14).

Dalam Rani (2016) Barthes (2012: 27) mengatakan denotasi adalah tingkat pertandaan yang menjelaskan hubungan penanda dan petanda pada realitas yang menghasilkan makna eksplisit, langsung, dan pasti. Jadi pada tingkat pertandaan ini suatu tanda secara langsung dan jelas memberikan makna bagi mereka yang melihatnya tanpa harus memikirkan makna tersirat dari tanda tersebut. Konotasi adalah tingkat pertandaan yang menjelaskan hubungan penanda dan petanda yang di dalamnya beroperasi makna yang tidak eksplisit, tidak langsung, dan tidak pasti suatu tanda tidak serta merta memberikan makna bagi mereka yang melihatnya karena bersifat tidak pasti, namun makna dari tanda terkait akan dipahami tidak secara langsung serta masing-masing orang akan berbeda pemahamannya sesuai pemikiran masing-masing.

G. Alur Pikir

Pembuatan alur pikir dalam penelitian ini guna mempermudah peneliti di dalam melakukan pembahasan adapun alur pikir penelitian yang dimaksud seperti berikut:



Gambar 1.1 Alur Pikir Penelitian

Dari Gambar 1.1 diketahui bahwa pada tahun 2018 akan dilaksanakan pilkada. Pilkada yang dimaksud adalah pemilihan bupati dan wakil bupati untuk daerah Kabupaten Bangka. Dalam menarik minat masyarakat sebagai pemilih perlu adanya cara yang dilakukan oleh para calon agar sosok mereka menjadi pilihan. Kampanye merupakan salah satu cara yang cukup ampuh karena dalam berkampanye masyarakat secara langsung diperkenalkan mengenai sosok calon. Dalam berkampanye tidak semua orang memiliki waktu luang yang cukup untuk menyaksikannya karena sebagian masyarakat

lebih memilih untuk bekerja dari pada mengurus hal yang demikian. Maka perlu adanya alternatif lain untuk menarik minat masyarakat oleh sebab itu digunakanlah alat peraga kampanye sebagai model lain untuk mengiklankan para calon.

Alat peraga kampanye sifatnya instan dan hanya dilihat secara sekilas sehingga penggunaan kata-kata terkesan simpel dan sederhana namun berisi informasi yang mewakili para calon. Alat peraga kampanye akan dikaitkan dan dianalisis dengan menggunakan semiotika Roland Barthes. Simbol merupakan sebuah bentuk dari ide-ide yang di tampilkan melalui bentuk-bentuk tertentu dan dapat berupa gambar, tulisan, maupun bentuk-bentuk lainnya yang memiliki makna. Pada penelitian ini teknik yang digunakan untuk melihat tanda-tanda dalam pesan yang disampaikan dalam alat peraga kampanye adalah semiotika Roland Barthes. Dalam menampilkan pesan pilihan kata-kata dapat memiliki makna yang lain selain itu dalam alat peraga kampanye banyak terdapat tanda-tanda yang maknanya berbeda, sehingga dalam analisisnya akan didapat simbol dan makna lain. Selain itu juga dalam alat peraga kampanye akan dilihat bagaimana implikasi dari alat peraga kampanye terhadap masyarakat yang hasilnya dapat pula menjadi perbandingan mengenai alat peraga kampanye seorang calon pada pilkada Kabupaten Bangka di tahun 2018.

H. Sistematika Penulisan

Dalam sebuah penelitian untuk memberikan gambaran dan pemahaman mengenai sistematika penulisan dalam penelitian. Dengan membuat sistematika penulisan maka suatu penelitian akan menjadi tersusun secara terarah dan sistematis sehingga akan memudahkan para pembaca untuk mengetahui hasil maupun isi dari penelitian ini. Adapun berikut akan dijelaskan mengenai sistematika penulisan pada penelitian ini.

Pada Bab I dimulai dengan pendahuluan yang berisi Latar belakang pada latar belakang akan dijelaskan mengenai permasalahan dan sedikit penjelasan mengenai Kabupaten Bangka sebagai tempat dilaksanakannya penelitian kemudian pada latar belakang dijelaskan pula sedikit gambaran mengenai alat peraga kampanye yang menjadi bahan penelitian. selain itu, pada bab ini juga berisi rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan pustaka, dan kerangka teori yang digunakan dalam penelitian ini.

Pada Bab II akan diuraikan mengenai metode penelitian yang berisikan jenis penelitian, lokasi penelitian, objek penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, hingga pada teknik analisis data. Untuk mendapatkan data penelitian, akan dilakukan dengan cara wawancara, observasi dan dokumentasi pada data utama atau primer sedangkan pada data skunder peneliti akan menggunakan buku-buku maupun jurnal dan skripsi penelitian terdahulu yang memiliki kesamaan pada penelitian ini. Pada bab ini

akan memberikan gambaran mengenai cara memperoleh data mengolah data di lapangan.

Bab III berisikan pembahasan pada bab ini akan dibahas mengenai gambaran umum penelitian. data yang didapat dari lapangan akan disajikan pada bab pembahasan ini. temuan-temuan atau fakta yang terdapat di lapangan dapat di cantumkan pula. Pada bab ini data merupakan hasil yang dilakukan di lapangan yang dapat dipertanggungjawabkan oleh peneliti.

Barulah pada Bab IV akan dibahas mengenai hasil dari penelitian di lapangan berdasarkan pada rumusan masalah yang telah dicantumkan pada Bab pertama. Maksud dari simbol dan makna pada alat peraga kampanye pada pilkada 2018 dan juga mengenai implikasi dari simbol dan makna tersebut terhadap masyarakat. Selain itu juga peneliti akan mengaitkan hasil temuan dengan teori yang digunakan pada penelitian ini.

Bab V merupakan bab penutup yang terdiri dari kesimpulan dan saran. Bab ini akan menjelaskan kembali hasil dari penelitian secara singkat namun tetap memberikan hasil yang memuaskan dan tidak memberikan kesimpulan yang bersifat ambigu yang dapat membingungkan para pembaca. Selain menjelaskan kesimpulan dari penelitian ini, bab ini juga memberikan saran untuk penelitian yang akan dilakukan jika ada peneliti lain yang merasa tertarik untuk melakukan penelitian yang serupa pada penelitian ini.