

# Efektivitas Media Luar Ruang Dalam Keputusan Memilih Calon Legislatif DPRD Kabupaten Bangka Tahun 2019 (Studi Pada Masyarakat Kelurahan Bukit Betung, Kecamatan Sungailiat, Kabupaten Bangka)

Nabila Kristi

kristinabila110598@gmail.com

STISIPOL P 12 Sungailiat

## ABSTRAK

Penelitian ini membahas tentang efektivitas media luar ruang dalam keputusan memilih calon legislatif DPRD Kabupaten Bangka tahun 2019. Tujuan penelitian ini untuk melihat efektivitas dari media luar ruang yang digunakan calon legislatif DPRD saat berkampanye. Media luar ruang yang digunakan dalam kampanye calon legislatif DPRD memberikan efek komunikasi yang dirasakan masyarakat Kelurahan Bukit Betung. Efek komunikasi terdiri dari tiga indikator yaitu efek kognitif, efek afektif dan efek konatif. Efek kognitif menyebabkan masyarakat Kelurahan Bukit Betung bertambah pengetahuan dan informasi tentang data diri calon dan siapa saja yang ikut dalam pencalonan. Efek afektif yaitu terjadinya perubahan perasaan dan tergerak hatinya masyarakat Kelurahan Bukit Betung (emosional). Efek konatif berhubungan dengan niat untuk melakukan sesuatu atau perilaku/tindakan memilih calon legislatif DPRD. Jenis penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Subjek dan lokasi penelitian adalah masyarakat Kelurahan Bukit Betung. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu wawancara, kuesioner, dokumentasi, dan studi kepustakaan. Sampel yang digunakan berjumlah 369 responden yang merupakan daftar pemilih tetap Kelurahan Bukit Betung tahun 2019. Teknik pengambilan sampling yang digunakan adalah probability sampling menggunakan teknik stratified random sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa indikator nilai rata-rata persentase dimensi efek komunikasi sebesar 93,66 %. Nilai paling tinggi indikator efek afektif yaitu 94,356 % kemudian disusul dengan efek kognitif sebesar 94,004 % dan terakhir efek konatif sebesar 92,622 %. Kesimpulan dalam penelitian ini yaitu terpaan dari komunikasi pemasaran politik calon legislatif DPRD Kabupaten Bangka tahun 2019 melalui media luar ruang sangat efektif dalam merubah sikap masyarakat Kelurahan Bukit Betung menjadi tertarik dengan calon legislatif kemudian membuat keputusan memilih calon legislatif di hari pemilihan. Ketertarikan ini bisa dilihat dari design media media luar ruang yang digunakan (warna, gambar dan kejelasan huruf yang mudah dibaca) Kata Kunci : Komunikasi Pemasaran Politik, Media Luar Ruang, Efek Komunikasi

## ABSTRACT

*This study discusses the effectiveness of outdoor media in the decision to elect legislative candidates for DPRD Bangka Regency in 2019. The purpose of this study is to see the effectiveness of outdoor media used by DPRD legislative candidates when campaigning. The outdoor media used in the DPRD legislative candidate campaign has a communication effect that is felt by the people of Bukit Betung Village. Communication effects consist of three indicators, namely cognitive effects, affective effects and conative effects. Cognitive effects cause the people of Bukit Betung Village to gain more knowledge and information about the candidate's personal data and who is participating in the candidacy. The affective effect is a change in feelings and the people of Bukit Betung Village are moved (emotional). The conative effect is related to the intention to do something or the behavior / action of selecting a legislative candidate for DPRD. This type of research is descriptive with a quantitative approach. The subject and location of the study were the people of the Bukit Betung Village. The data collection techniques used were interviews, questionnaires, documentation, and literature study. The sample used was 369 respondents who werethe final voter list of Bukit Betung Village in 2019. The sampling technique used was probability sampling using a stratified random sampling technique. The research result shows that the indicator average value of the percentage of the communication effect dimension is 93.66%. The highest value of the affective effect indicator was 94.356%, then followed by a cognitive effect of 94.004% and finally a conative effect of 92.622%. The conclusion in this study is thatthe exposure of the political marketing communications of the 2019 legislative candidates for DPRD Bangka Regency through outdoor media is very effective in changing the attitudes of the people of Bukit Betung Village to become interested in legislative candidates and then making decisions to choose legislative candidates on election day. This interest can be seen from the design of the outdoor media used (colors, images and clarity of letters that are easy to read).*

*Keywords : Political Marketing Communication, Outdoor Media, Communication Effects*

## PENDAHULUAN

Pemilu serentak yang dilakukan pada tanggal 17 April 2019 lalu merupakan pertama kalinya menggabungkan pemilihan legislatif dan juga pemilihan presiden dan wakil presiden. Pemilu serentak tersebut tentunya membuat setiap calon legislatif maupun calon presiden dan wakil presiden saling berlomba dalam menarik minat masyarakat untuk memilihnya.

Dalam meningkatkan partisipasi politik pada masyarakat, perlunya memberikan pemahaman mengenai calon yang akan dipilih kepada masyarakat biasa disebut dengan kampanye politik.

Kampanye politik adalah usaha terorganisasi yang berusaha untuk mempengaruhi proses-proses pembuatan keputusan di dalam kelompok spesifik. Tujuan kampanye politik pada pemilihan wakil rakyat di parlemen ditujukan untuk mempengaruhi pilihan rakyat agar tertuju kepada calon tertentu (Solatun, 2014:101).

Media mempunyai kemampuan untuk mempengaruhi opini publik dan perilaku masyarakat untuk menentukan pilihan. Hal ini menjadi sangat penting dalam pemilihan calon legislatif atau kampanye partai politik. Saat ini banyak sekali pilihan media yang dapat digunakan untuk menarik minat pemilih pada saat kampanye mulai dari media cetak, media elektronik, media luar ruang (outdoor) dan seiring berkembangnya zaman kini berkampanye bisa melalui media sosial dengan menggunakan jaringan internet.

Fungsi media luar ruang (outdoor) menurut (Cangara, 2009:406) ialah sebagai pengingat masyarakat pada sang kandidat. Dari pernyataan tersebut media luar ruang tidak sebagai media utama dalam kampanye.

Penggunaan media luar ruang (outdoor) banyak dipilih oleh para kandidat ketika pemilu serentak tahun 2019 lalu. Berdasarkan pelaksanaan pemilu serentak tersebut, khususnya pada pemilihan calon legislatif, ada suatu pemandangan yang menarik pada masa kampanye berlangsung yaitu banyak menggunakan media luar ruang (outdoor) dari pusat kota hingga ke pelosok desa serta daerah-daerah strategis lainnya. Terdapat 15 partai politik yang bergabung dengan total 460 orang calon legislatif DPRD Kabupaten Bangka tahun

2019 yang ikut dalam pesta demokrasi. Daftar calon legislatif DPRD pemilihan umum tahun 2019 dibagi menjadi 4 daerah pemilihan (Dapil) yaitu dapil I Kecamatan Sungailiat, dapil II Kecamatan Merawang dan Kecamatan Mendo Barat, dapil III Kecamatan Pemali, Kecamatan Puding Besar dan Kecamatan Bakam serta dapil IV Kecamatan Riau Silip dan Kecamatan Belinyu. Pada 15 partai calon anggota legislatif DPRD tersebut masing-masing menggunakan APK dalam upaya pemasaran politiknya.

Kabupaten Bangka terdiri dari 8 Kecamatan, yaitu Kecamatan Bakam, Kecamatan Puding Besar, Kecamatan Merawang, Kecamatan Belinyu, Kecamatan Pemali, Kecamatan Riau Silip, Kecamatan Sungailiat dan Kecamatan Mendo Barat. Dengan 4 daerah pemilihan, yaitu dapil I berjumlah 3357 APK, dapil II berjumlah 5.649 APK, dapil III 3.015 APK, dan dapil IV berjumlah 2.597 APK. Dengan total keseluruhannya 14.618 APK yang digunakan.

Kecamatan Sungailiat atau dapil I terdiri dari 13 Kelurahan yaitu Kelurahan Kenanga, Desa Rebo, Kelurahan Parit Padang, Kelurahan Sri Menanti, Kelurahan Sungailiat, Kelurahan Kuday, Kelurahan Sinar Baru, Kelurahan Lubuk Kelik, Kelurahan Surya Timur, Kelurahan Jelitik, Kelurahan Bukit Betung, Kelurahan Sinar Jaya Jelutung, dan Kelurahan Matras.

Berdasarkan uraian diatas peneliti hanya melakukan penelitian pada satu Kecamatan dari delapan Kecamatan yang ada di Kabupaten Bangka, yakni Kecamatan Sungailiat khususnya di Kelurahan Bukit Betung.

Kelurahan Bukit Betung masuk ke dalam daerah pemilihan (Dapil) I, yakni terdiri dari 129 calon legislatif dan 3.357 APK digunakan. Menurut Bapak Deddy Rizaldy, S.IP merupakan salah satu calon legislatif DPRD Kabupaten Bangka tahun 2019 daerah pemilihan I yaitu, dari partai gerakan Indonesia raya (Gerindra), mengatakan : Bahwa media promosi luar ruang sangat efektif dapat menjangkau 13 Kelurahan di wilayah Kecamatan Sungailiat. .

### Pengertian Komunikasi Pemasaran

Menurut Nursal dalam Setiyono dalam Sabiqul Iman (2018) menyatakan bahwa pada dasarnya political marketing adalah serangkaian aktivitas terencana, strategis tapi juga taktis, berdimensi jangka panjang dan jangka pendek, untuk menyebarkan makana politik kepada pada pemilih. Empat elemen utama dalam proses pemasaran harus digerakkan menurut (Cangara,

2009:278) yaitu produk, tempat, harga dan promosi.

### **Alat-Alat Pemasaran Politik**

Menurut Chris Fill dan Barbara Jamieson (2011:13), terdapat 5 (lima) elemen bauran promosi yaitu : Periklanan (advertising), beragam bentuk presentasi non personal berbayar dan promosi gagasan, alat atau pelayanan.

Promosi penjualan (sales promotion), bentuk singkat insentif untuk menjual produk atau pelayanan.

Public relations adalah seni dan ilmu sosial yang menganalisis tren, memprediksi konsekuensi, konseling organisasi kepemimpinan, dan melaksanakan program-program yang direncanakan berupa tindakan dalam rangka melayani suatu organisasi dan kepentingan publik.

Pemasaran secara langsung (direct marketing), berusaha untuk menargetkan pelanggan individu dengan tujuan menyampaikan pesan pribadi dan membangun hubungan dengan mereka berdasarkan respon yang mereka berikan terhadap komunikasi yang dilakukan.

Penjualan secara personal (personal selling), presentasi oral dalam bentuk percakapan antara satu dengan lebih calon pembeli dengan tujuan penjualan.

### **Jenis Media Iklan**

Secara umum media yang tersedia dapat dikelompokkan menjadi media cetak, media elektronik, media luar ruang, dan media lini bawah. Menurut Tjiptono (2004:243) jenis media periklanan yaitu:

#### **Media cetak**

Media cetak yaitu media yang statis dan mengutamakan pesan-pesan dengan jumlah kata, gambar, atau foto, baik dalam tata warna maupun hitam putih.

Bentuk-bentuk iklan dalam media cetak biasanya berupa iklan baris, iklan display, suplemen, pariwisata, dan iklan layanan masyarakat. Jenis-jenis media cetak yaitu surat kabar, majalah, tabloid, brosur, selebaran dan lain-lain.

#### **Media elektronik**

Media elektronik yaitu media dengan teknologi dan hanya bisa digunakan bila ada jasa transmisi siaran. Bentuk iklan dalam media elektronik biasanya berupa sponsorship, iklan partisipasi (disisipkan di

tengah-tengah film atau acara), pengumuman acara/film, iklan layanan masyarakat, jingle, sandiwara, dan lain-lain. Jenis iklan pada media elektronik yaitu televisi, radio, internet, dan sebagainya.

#### **Media luar ruang**

Media luar ruang yaitu media iklan (biasanya berukuran besar) yang dipasang di tempat-tempat terbuka seperti di pinggir jalan, pusat keramaian, atau tembok, dan sebagainya.

Jenis-jenis media luar ruang meliputi billboard, baleho, poster, spanduk, umbul-umbul, transit (panel bus), balon raksasa, dan lain-lain.

#### **Media lini bawah**

Media lini bawah yaitu media-media yang digunakan untuk mengiklankan produk. Umumnya ada empat macam media yang digunakan dalam media lini bawah, yaitu: pameran, direct mail, point of purchase, merchandising schemes, dan kalender.

#### **Media Luar Ruang**

Media luar ruangan adalah media yang berukuran besar dipasang di tempat-tempat terbuka seperti di pinggir jalan, dipusat keramaian atau tempat-tempat khusus lainnya, seperti di dalam bus kota, gedung, pagar, tembok, dan sebagainya (Tjiptono dalam Sabiqul Iman 2018:34).

Menurut Outdoor Advertising Association of Amerika (OAAA), dalam Jalita (2018:19) iklan outdoor dikelompokkan menjadi beberapa jenis yaitu :

#### **Billboard**

Billboard merupakan periklanan outdoor yang paling utama. Billboard dirancang dengan tujuan memperkenalkan nama merek. Billboard biasanya terpampang di jalan raya yang lalu lintasnya ramai.

#### **Balliho**

Balliho bahannya bisa berupa kayu, logam, kain, fiberglas dan sebagainya. Isinya merupakan informasi jangka pendek mengenai acara (event) tertentu atau kegiatan yang bersifat insidental (kesempatan atau waktu tertentu).

#### **Umbul-umbul**

Berbentuk bendera panjang, media ini biasanya diletakkan di lokasi strategis dan gedung strategis.

#### **Videotron / Megatron**

Sudah menggunakan tampilan elektronik dengan gambar yang bergerak maka namanya menjadi Megatron. Tapi jika gambar tersebut sumbernya video namanya videotron.

#### **Neon Box**

Neon box merupakan suatu media luar ruang yang memanfaatkan media flexy backlite digital printing, cutting sticker, dan acrylic.

#### **Painted Walls**

Biasanya media yang dapat dipergunakan sebagai media

wall panting dengan branding tembok adalah media tembok yang menghadap jalan umum secara terbuka, atau yang tertinggi diantara bangunan disekitarnya.

#### Spanduk

Spanduk merupakan media iklan yang direntangkan atau dibentangkan menggunakan tali atau penyangga yang berisi slogan, propaganda, atau informasi dan berita yang perlu diketahui oleh masyarakat.

#### Street furniture

Jenis media luar ruang ini merupakan sebuah aplikasi dari media iklan yang memanfaatkan furniture kota atau atribut kota sebagai penempatannya.

#### Transit

Iklan jenis media luar ruang ini merupakan sebuah aplikasi dari media iklan yang memanfaatkan sebuah kendaraan seperti bus, mobil, taksi, kereta api, sebagai media penempatannya.

#### Balon Udara

Aplikasi dari media iklan yang memanfaatkan sebuah balon udara yang biasa terdapat di kegiatan tertentu, diluar gedung-gedung seperti mall, bioskop, hotel dan lain sebagainya.

#### Bulletin Lukis

Bulletin lukis adalah jenis periklanan luarruang terbesar dan paling menonjol.

#### Panel Poster

Poster merupakan media gambar yang memiliki nilai persuasif yang sangat tinggi karena menyangkut satu persoalan yang menimbulkan perasaan kuat terhadap khalayak

#### Stiker

Stiker adalah media informasi visual berupa lembaran kecil kertas atau plastik yang ditempelkan, atau istilah lainnya adalah etiket.

#### Pengertian Efektifitas Media

Menurut Hani Handoko dalam Rahmat Fadhil Yaqdhan (2019:20) efektivitas merupakan hubungan antara output dengan tujuan, semakin besar kontribusi (sumbangan) output terhadap pencapaian tujuan, maka semakin efektif organisasi, program atau kegiatan. Efektivitas berfokus pada outcome (hasil), program, atau kegiatan yang dinilai efektif apabila output yang dihasilkan dapat memenuhi tujuan yang diharapkan.

Untuk mengetahui tingkat efektivitas sesuatu kegiatan biasanya dilakukan dengan membandingkan antara prestasi saat ini dengan prestasi yang diperoleh apabila semua sumber daya yang dimilikinya di kelola secara optimal dan objektif. Secara teknis pengertian efektivitas

merupakan suatu keadaan yang menunjukkan tingkat keberhasilan atau kegagalan kegiatan manajemen dalam mencapai tujuan.

#### Lembaga Legislatif (DPRD)

#### Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD)

adalah salah satu lembaga tinggi negara dalam sistem ketatanegaraan Indonesia yang merupakan lembaga perwakilan rakyat dan memegang kekuasaan membentuk Undang-Undang. DPRD memiliki fungsi legislasi, anggaran, dan pengawasan. DPRD terdiri atas anggota partai politik peserta pemilihan umum, yang dipilih berdasarkan hasil Pemilihan Umum. Serta masa jabatan anggota DPRD adalah 5 tahun, dan berakhir bersamaan pada saat anggota DPRD yang baru mengucapkan sumpah atau janji.

## METODOLOGI

### Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini di Kelurahan Bukit Betung Kecamatan Sungailiat Kabupaten Bangka.

#### Kerangka Berpikir

Berdasarkan hasil telaah pustaka mengenai efektivitas pelayanan publik, disiplin kerja, dan iklim kerja, maka dapat digambarkan kerangka pemikiran yang mendasari penelitian ini, sebagaimana dapat dilihat pada bagan berikut: Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskripti kuantitatif.

#### Jenis Data

Jenis data menurut sifatnya menurut Sugiyono (2003:14) adalah Data Kualitatif dan Data Kuantitatif.

#### Sumber Data

Dalam penelitian ini sumber data yang digunakan ada dua yaitu data primer dan data sekunder.

#### Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Wawancara, Kuesioner, Dokumentasi dan Studi Kepustakaan.

#### Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah daftar pemilih tetap (DPT) pada tempat pemungutan suara (TPS) di Kelurahan Bukit Betung Kecamatan Sungailiat Kabupaten Bangka berjumlah 4.695 orang.

Menurut Sedarmayanti dan Syarifudin Hidayat (2011:124) sampel adalah kelompok kecil yang diamati dan merupakan bagian dari populasi sehingga sifat dan karakteristik populasi juga dimiliki oleh sampel. Jumlah keseluruhan responden dalam penelitian ini adalah 369 orang.

#### Skala Pengukuran Instrumen

Menurut Sanjaya (2011: 84), instrumen penelitian adalah alat yang dapat digunakan untuk mengumpulkan data dan informasi penelitian.

	SKALA GUTTMAN	BOBOT NILAI
T	YA	1
a	TIDAK	0
b		

**Pengujian Instrumen Penelitian**

Validitas penelitian kuantitatif berakar pada pandangan empirisme yang menekankan pada bukti, objektivitas, kebenaran, deduksi, nalar, fakta dan data numerik (Dyah Budiastuti, Agustinus Bandur 2018:146).

Konsep reliabilitas mengacu pada konsistensi hasil score pada item-item yang terdapat pada kuesioner sehingga uji reliabilitas sesungguhnya menguji ketepatan skala-skala pengukuran instrumen penelitian dan tujuan utama uji reliabilitas instrumen penelitian ialah untuk mengukur konsistensi alat ukur yang digunakan peneliti kuantitatif (Dyah Budiastuti, Agustinus Bandur 2018:210).

**Teknik Analisis Data**

Menurut Sugiyono (2017:147) yang dimaksud teknik analisis data adalah kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Teknik analisis data yang digunakan peneliti adalah statistik deskriptif.

Teknik analisis data yang digunakan peneliti adalah statistik deskriptif. Menurut Sugiyono (2014:207), pengertian metode statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Deskripsi Lokasi Penelitian**

Kelurahan Bukit Betung merupakan salah satu kelurahan yang pemekaran di Kecamatan Sungailiat Kabupaten Bangka. Pemekaran wilayah kelurahan ini diatur dalam Peraturan Daerah Kabupaten Bangka Nomor 11 Tahun 2012.

**Deskripsi Subjek Penelitian**

Berdasarkan data yang telah dikumpulkan melalui kuesioner diperoleh deskripsi mengenai subjek penelitian berdasarkan jenis kelamin dan usia responden

**el Deskripsi Responden Berdasarkan Usia Laki-Laki**

No.	Usia	Frekuensi	Persentase
1	17 - 25 tahun	30	16,57 %
2	26 - 35 tahun	41	22,65 %
3	36 - 45 tahun	39	21,54 %
4	46 - 55 tahun	32	17,67 %
5	56 - 65 tahun	26	14,36 %
6	66 - 75 tahun	13	7,18 %
<b>TOTAL</b>		<b>181</b>	<b>100 %</b>

(Sumber : Diolah Peneliti)

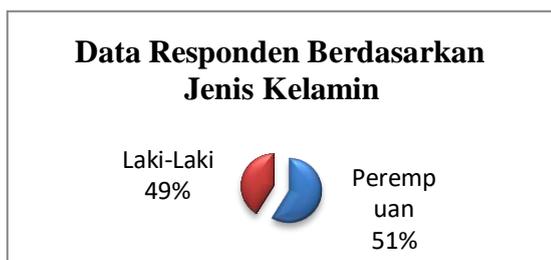
**Tabel Deskripsi Responden Berdasarkan Usia Perempuan**

No.	Usia	Frekuensi	Persentase
1	17 - 25 tahun	25	13,29 %
2	26 - 35 tahun	52	27,65 %
3	36 - 45 tahun	35	18,61 %
4	46 - 55 tahun	39	20,74 %
5	56 - 65 tahun	28	14,89 %
6	66 - 75 tahun	9	4,78 %
<b>TOTAL</b>		<b>188</b>	<b>100 %</b>

(Sumber : Diolah Peneliti)

**Rata-rata frekuensi dan persentase dimensi efek komunikasi**

No.	Indikator	Frekuensi	Persentase
1.	Efek kognitif	346,9	94,004 %
2.	Efek afektif	348,2	94,356 %
3.	Efek konatif	341,8	92,622 %
<b>TOTAL</b>		<b>1.036,9</b>	<b>280,982 %</b>
<u>Nilai rata-rata = Jumlah Nilai Banyaknya Data</u>		<b>345,63</b>	<b>93,66 %</b>



**(Sumber : Diolah Peneliti)**

Berdasarkan tabel diatas maka dapat diketahui bahwa rata-rata nilai pada seluruh

dimensi efek komunikasi pada media luar ruang yang digunakan adalah 345,63 atau 93,66 %, artinya penggunaan media luar ruang saat berkampanye sangat ditentukan oleh tiga efek komunikasi tersebut. Nilai tertinggi yang paling mempengaruhi adalah efek afektif dengan nilai frekuensi 348,2 (94,356 %).

## **PENUTUP**

### **Simpulan**

Adapun kesimpulan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Nilai rata-rata pada dimensi efek komunikasi dalam keputusan memilih calon legislatif adalah sebesar 345,63 atau 93,66 %, artinya efektivitas media luar ruang dalam keputusan memilih calon legislatif DPRD Kabupaten Bangka Tahun 2019 sangat efektif.
2. Dari 3 (tiga) indikator efek komunikasi ternyata efek afektif memiliki nilai paling tertinggi yaitu 94,356 % masyarakat tertarik dengan isi pesan, gambar, dan identitas warna pada media spanduk, transit, papan reklame, dan poster. Kemudian disusul dengan efek kognitif sebesar 94,004 % masyarakat mengetahui informasi calon legislatif dari media luar ruang dipinggir jalan yang masih banyak digunakan calon legislatif dalam berkampanye, hal ini karena kelebihan dari media luar ruang masih efektif digunakan saat berkampanye. Terakhir efek konatif sebesar 92,622 % masyarakat Kelurahan Bukit Betung memilih calon legislatif karena melihat dan mendapatkan informasi dari banyak iklannya yang ada disepanjang jalan

**DAFTAR PUSTAKA****Buku :**

- Ating Somantri dan Sambas Ali Muhidin**, 2014. Aplikasi Statistik Dalam Penelitian. Bandung:Pustaka Setia.
- Ades, Sanjaya**, 2011. Model-model Pembelajaran. Jakarta : Bumi Aksara.
- Budiastuti Dyah, Dan Bandur Agustinus**, 2018. Validitas dan Reliabilitas Penelitian. Jakarta : MitraWacana Media.
- Cangara, Hafied**, 2009. Komunikasi Politik: Konsep, Teori, dan Strategi. Jakarta : PT. Raja GarafindoPersada.
- Darmadi, Sugiarto, Anton, dan Hendrawan**, 2003. Invansi Pasar Dengan Iklan Yang Efektif. Jakarta:Gramedia.
- Dyah Budiastuti, Agustinus Bandur**, 2018. Validitas dan reliabilitas penelitian : dilengkapi analisisdengan NVIVO, SPSS, dan AMOS. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Fandy, Tjiptono**, 2004. Strategi Pemasaran. Edisi Kedua, Andi, Yogyakarta.
- Kotler, Philip Dan Kevin Lane Keller**, 2009. Manajemen Pemasaran. Edisi 13 Jilid satu. Jakarta:Erlangga.
- Lewis, Gordon Heschell**. 1993. Iklan Yang Efektif Dengan Biaya Mini, Hasilnya Maxi. Semarang:Dahara Prize..
- Moh, Nazir, Ph.D.** 2013. Metode Penelitian. Bogor: Ghalia Indonesia,.
- Roni, Tabroni**, 2012. Komunikasi Politik Pada Era Multimedia. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Ruslan, Rosady**, 2003. Metode Penelitian PR dan Komunikasi. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono**, 2017. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- , 2015. Metode Penelitian. Bandung: Alfabeta.
- , 2014. Metode Penelitian. Bandung: Alfabeta.
- Solatun, Dulah Sayuti**, 2014. Komunikasi Pemasaran Politik. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono**, 2012. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sedarmayanti dan Hidayat, Syarifudin**, 2011. Metodologi Penelitian. Bandung: Mandar Maju.
- Santosa, Sigit**, 2009. Creative Advertising Petunjuk Teknis Mempersiapkan Iklan Cetak dan Elektronik dengan Efisien. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Sugiyono**, 2003. Metode Penelitian. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy**, 2008. Strategi Pemasaran. Edisi 3, Yogyakarta: ANDI.

- Thomas, Tokan Pureklolon**, 2016. *Komunikasi Politik*. Jakarta: Pt Gramedia Pustaka Utama. Jurnal :
- Achmad Ghifary**, 2014 : “Efektivitas Penggunaan Media Iklan Baliho Dalam Mensosialisasikan Bahaya Kebakaran Dikota Samarinda”. *eJournal Ilmu Komunikasi* 2 (3): 26-39.
- Ibnu Hamad**, 2008 : “Memahami Komunikasi Pemasaran Politik”. Vol.9 No.1.
- Riski Bayuni Sagala, Yatri Indah Kusumastuti**, 2017 : “Efektivitas Strategi Komunikasi Pemasaran Sosial Kampanye Sustainable Seafoof, wwf-Indonesia”. *Jurnal Sains Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat [JSKPM]*, Vol. 1 (1): 55-64.
- Syaif Andra**, 2017 : “Efektifitas Penggunaan Media Luar Ruang Dalam Mempromosikan Pariwisata Kota Samarinda”. *eJournal Ilmu Komunikasi*. 5 (2): 160 – 171
- Yudhi Lestanata, Ulung Pribadi**, 2016 : “Efektivitas Pelaksanaan Program Pembangunan Berbasis Rukun Tetangga di Kabupaten Sumbawa Barat Tahun 2014 – 2015”. *Jurnal Ilmu Pemerintahan & Kebijakan Publik*. Vol. 3 No. 3.

### **Skripsi/ Tesis:**

- Ashyar Basyari**, 2013 : “Hubungan Antara Minat Dan Prestasi Belajar Sejarah Dengan Kesadaran Sejarah Siswa Man Yogyakarta III”. Yogyakarta. Fakultas Ilmu Sosial. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Billy Sandrianto**, 2009 : “Komunikasi Pemasaran Politik Partai PDI Perjuangan, Partai Golongan Karya dan Partai Demokrat Pada Pemilu Legislatif 2009 di Kota Surakarta”. Surakarta. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Sebelas Maret.
- Jalita**, 2018 : “Pemanfaatan Media Luar Ruang Sebagai Media Penyebaran Informasi KNPI Aceh”. Banda Aceh. Fakultas Dakwah dan Komunikasi. Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.
- Sabiqul Iman**, 2018 : “Strategi Pemanfaatan Media Luar Ruang Dalam Kontestansi Politik di Provinsi Lampung”. Bandar Lampung. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Lampung.
- Yoga Swasono**, 2017 : “Pengaruh Alat Peraga Kampanye Terhadap Partisipasi Politik di Kelurahan Sumber Rejo Pada Pemilihan Kepala Daerah Bandar Lampung Tahun 2015”. Bandar Lampung. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Lampung.
- Riris Resita Simamora**, 2019 : “Perempuan Dalam Politik (Studi Anggota Legislatif Perempuan di Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Lampung Timur)”. Bandar Lampung. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Lampung.

### **Peraturan Perundang-Undangan dan Peraturan Daerah:**

- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2017 Tentang Pemilihan Umum. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2004 Tentang Pemerintahan Daerah.
- Peraturan Daerah Kabupaten Bangka Nomor 11 Tahun 2012 Tentang Pembentukan Kelurahan Sinar Jaya Jelutung, Kelurahan Matras, Kelurahan Jelitik, Kelurahan Surya Timur, Kelurahan Lubuk Kelik dan Kelurahan Bukit Betung Dalam Wilayah Kecamatan Sungailiat di Kabupaten Bangka.

### **Internet :**

- <https://infopemilu.kpu.go.id/pileg2019/dapil/view>, diunduh tanggal 25 Februari 2020
- <http://digilib.unila.ac.id/56695/2/SKRIPSI%20TANPA%20BAB%20PEMBAHASAN.pdf>, diunduh tanggal 10 Maret 2020

<http://digilib.unila.ac.id/55166/3/TESIS%20TANPA%20BAB%20PEMBAHASAN.pdf>,  
diunduh tanggal 11 Maret 2020

<https://www.dosenpendidikan.co.id/efektivitas-adalah/>, diunduh tanggal 15 Maret 2020

<https://materibelajar.co.id/landasan-teori/>, diunduh tanggal 16 Maret 2020

<http://eprints.polsri.ac.id/726/5/BAB%20II.pdf>, diunduh tanggal 25 Maret 2020

<http://digilib.unila.ac.id/124/7/Bab%202.pdf>, diunduh tanggal 25 Maret 2020

<http://oldata.blogspot.com/2017/06/jenis-data-sumber-data-dan-metode.html>, diunduh tanggal 5 Mei 2020

<https://www.gurupendidikan.co.id/studi-kepuustakaan-pengertian-tujuan-peranan-sumber-strategi/#ftoc-heading-2>, diunduh tanggal 6 Mei 2020

<http://repository.unpas.ac.id/30689/5/BAB%20III.pdf> diunduh tanggal 15 Mei 2020

<https://www.statistikian.com/2012/08/uji-validitas.html> diunduh tanggal 20 Juli 2020

<https://dspace.uc.ac.id/bitstream/handle/123456789/1301/BAB%203.pdf?sequence=10&isAllowed=y>  
diunduh tanggal