

EKSPOSE HASIL SURVEI NASIONAL
**PEMETAAN POPULARITAS DAN
ELEKTABILITAS ISRAN NOOR**
(Eksplanasi Dukungan Terhadap Isran Noor
Pada Pemilihan Capres 2014)



**GANDAUTAMA RISET
INDONESIA**

METODOLOGI SURVEI



- Survei dilaksanakan tanggal 1-20 Oktober 2012 di 33 provinsi di seluruh Indonesia.
- Metode penarikan sampel dilakukan secara acak bertingkat (*multistage random sampling*).
- Jumlah sampel 1067 orang, dengan *margin of error* +/- 3 persen dan tingkat kepercayaan 95 persen.
- Sampel diambil dari seluruh warga negara yang telah memiliki hak pilih (berusia 17 tahun ke atas atau sudah menikah)
- Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara tatap muka dengan bantuan questioner.

Beberapa foto responden terpilih



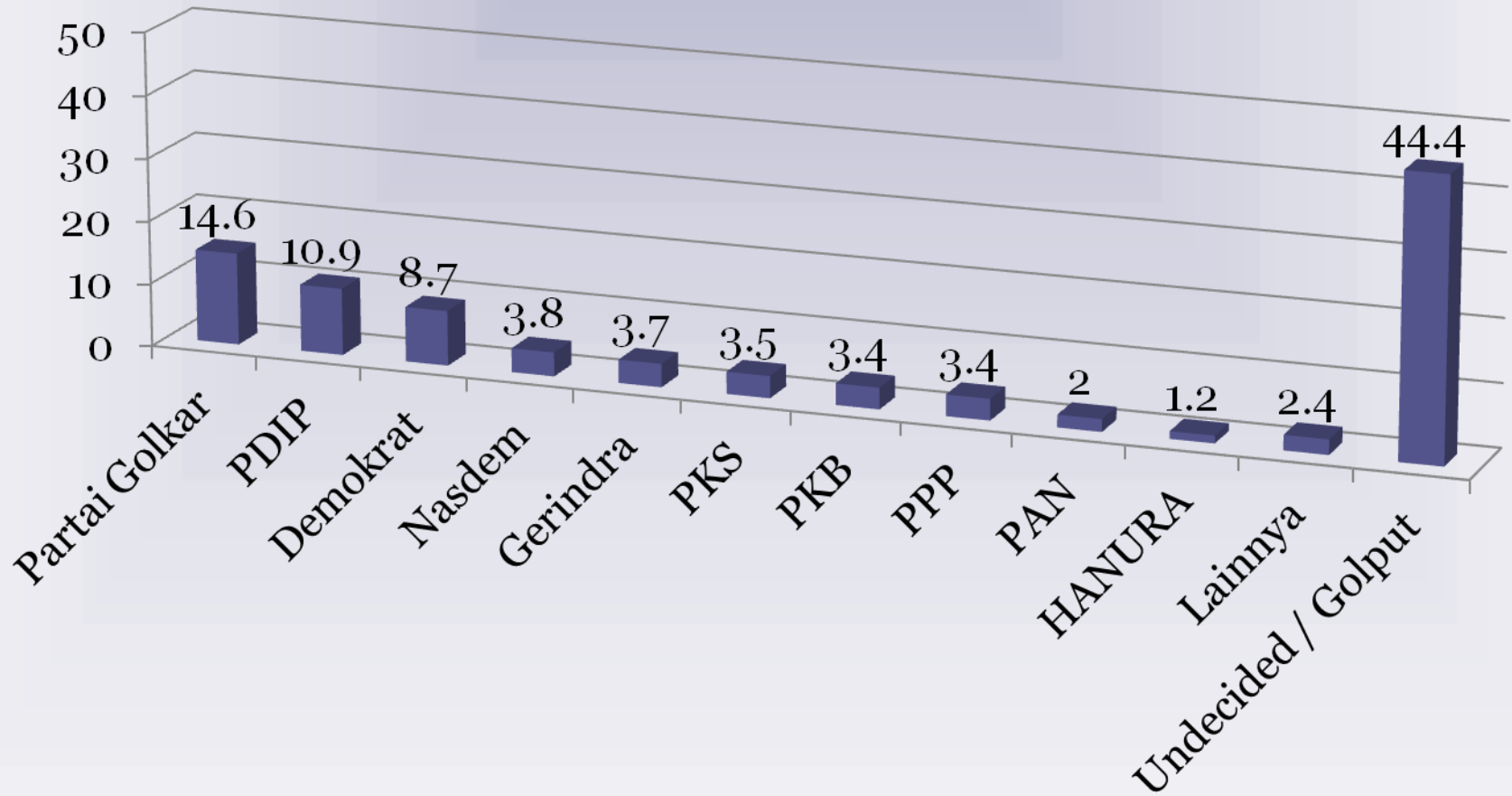
Demografi Responden

	Survei LRPI (n = 1067)	BPS			Survei LRPI (n = 1067)	BPS
JENIS KELAMIN				AGAMA		
Laki-Laki	49.7	50		Islam	88	87
Perempuan	50.3	50		Kritiani	10	10
PENDIDIKAN				Hindu	1	2
SD Atau Tidak Pernah Sekolah	51	60		lainnya	1	1
Lulus SLTP	18.5	17				
Lulus SLTA	22.6	18		SUKU BANGSA		
Pernah Kuliah Atau Di Atasnya	7.7	5		Jawa	40.7	41.6
UMUR				Sunda	16.8	15.4
19 Tahun Atau Di Bawahnya	3.6	5		Melayu	5.6	3.4
20-29 Tahun	23	25		Madura	2.9	3.4
30-39 Tahun	20	22		Minang	3.7	2.7
40-49 Tahun	22	17		Bugis	3.8	2.5
50 Tahun atau lebih	21	20		Betawi	2.2	2.5
PENDAPATAN				Lainnya	29.8	28.5
< 400 ribu	49.7	42				
400 ribu – 1 juta	32.4	38				
> 1 Juta	17.9	20				

BAGIAN 1

PETA TINGKAT KESUKAAN, KEPANTASAN, POPULARITAS DAN ELEKTABILITAS

Elektabilitas Parpol



TINGKAT ELEKTABILITAS PARPOL

NAMA PARPOL	% MEMILIH
Partai Golkar	14.6
PDI-P	10.9
Partai Demokrat	8.7
Nasional Demokrat	3.8
Gerindra	3.7
PKS	3.5
PKB	3.4
PPP	3.4
PAN	2
HANURA	1.2
Partai Lainnya	2.4
Golput	4
Belum Memutuskan / Tidak Jawab	40.4

Faktor Memilih Parpol

1. Visi-misi dan program partai	47.2
2. Ideologi atau azas partai	16.5
3. Figur ketua umum partai	14.1
4. Rekam jejak partai	8.3
5. Faktor lingkungan	6.0
6. Mengikuti arahan pemerintah	2.2
7. Figur caleg dari partai tsb	1.0
8. Faktor lainnya	2.4
9. Tidak tahu	2.3

TINGKAT POPULARITAS CAPRES

(Kepada Responden Diperlihatkan Foto Capres, Disertai Nama)

NAMA CAPRES	% KENAL
1. Megawati Soekarnoputri	97.8
2. Jusuf Kalla	90.5
3. Prabowo Subianto	80.4
4. Wiranto	79.8
5. Aburizal Bakrie	73.3
6. Hatta Rajasa	72.5
7. Sri Sultan Hamengkubuwono X	72.4
8. Mahfud MD	54.8
9. Isran Noor	18.2
10. Rizal Ramli	15.6

TINGKAT KESUKAAN TERHADAP PARA CAPRES

NAMA TOKOH	SUKA	KURANG/ TIDAK SUKA	Tidak Tahu/ Tidak Jawab
1. Prabowo Subianto	79.5	18.2	2.3
2. Jusuf Kalla	72.6	22.1	5.3
3. Megawati Soekarnoputri	69.3	27.3	3.4
4. Wiranto	69.2	24.7	6.1
5. Hatta Rajasa	68.2	23.3	8.5
6. Mahfud MD	67.1	26.7	6.2
7. Sri Sultan Hamengkubuwono X	66.3	25.4	8.3
8. Aburizal Bakrie	62.2	32.4	5.4
9. Isran Noor	48.7	14.1	37.2
10. Rizal Ramli	45.3	27.2	27.5

TINGKAT KEPANTASAN PARA CAPRES

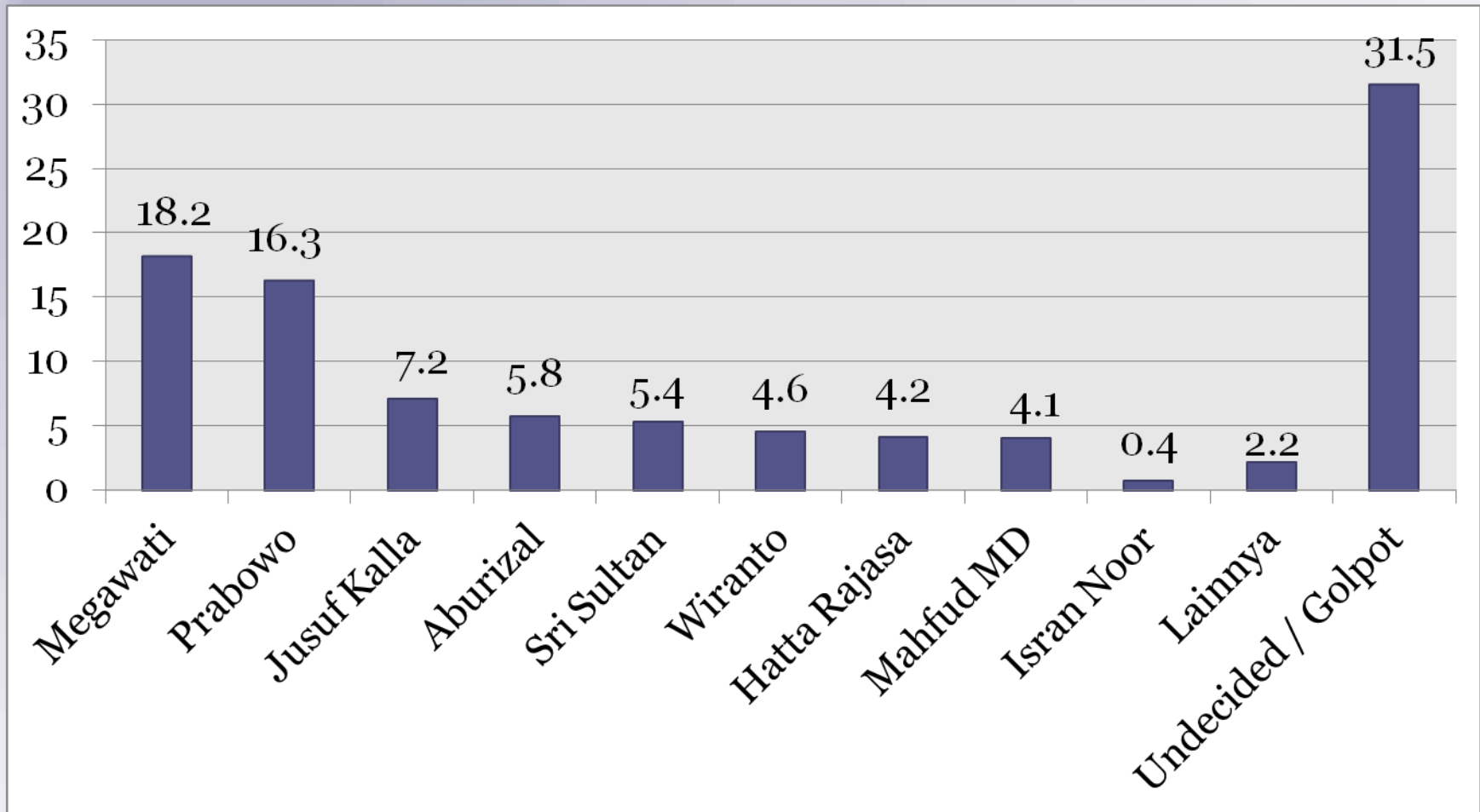
NAMA TOKOH	PANTAS / SANGAT PANTAS	KURANG / TIDAK PANTAS	Tidak Tahu/ Tidak Jawab
1. Prabowo Subianto	68.5	26.8	4.7
2. Jusuf Kalla	59.6	33.5	6.9
3. Megawati Soekarnoputri	56.2	39.6	4.2
4. Mahfud MD	53.2	36.5	10.3
5. Wiranto	52.1	40.6	7.3
6. Hatta Rajasa	51.3	33.4	15.3
7. Sri Sultan Hamengkubuwono X	51.2	40.5	8.3
8. Aburizal Bakrie	47.3	43.3	9.4
9. Isran Noor	35.7	15.8	48.5
10. Rizal Ramli	32.3	29.2	38.5

TINGKAT ELEKTABILITAS PARA CAPRES GANDAUTAMA RISET INDONESIA

(Kepada Responden Diperlihatkan Foto Capres, Disertai Nama)

NAMA CAPRES	% Pilih
1. Megawati Soekarnoputri	18.2
2. Prabowo Subianto	16.3
3. Jusuf Kalla	7.2
4. Aburizal Bakrie	5.8
5. Sri Sultan Hamengkubuwono X	5.4
6. Wiranto	4.6
7. Hatta Rajasa	4.2
8. Mahfud MD	4.1
9. Isran Noor	0.4
10. Lainnya	2.2
11. Belum Tahu/Belum Menentukan/Golput	31.5

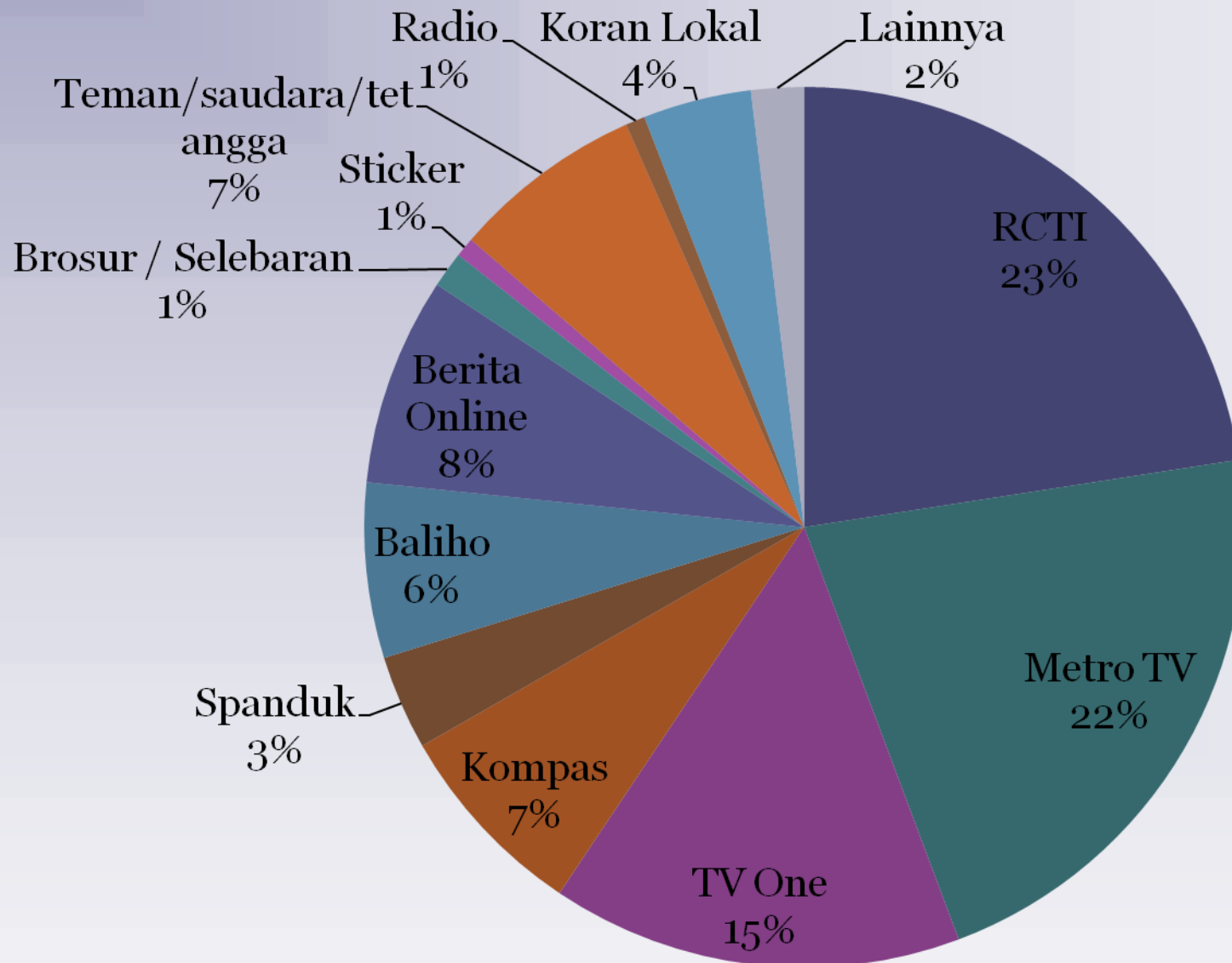
TINGKAT ELEKTABILITAS CAPRES



BAGIAN 2

PEMETAAN ISRAN NOOR SEBAGAI CAPRES 2014

Sumber Mengenal Isran Noor

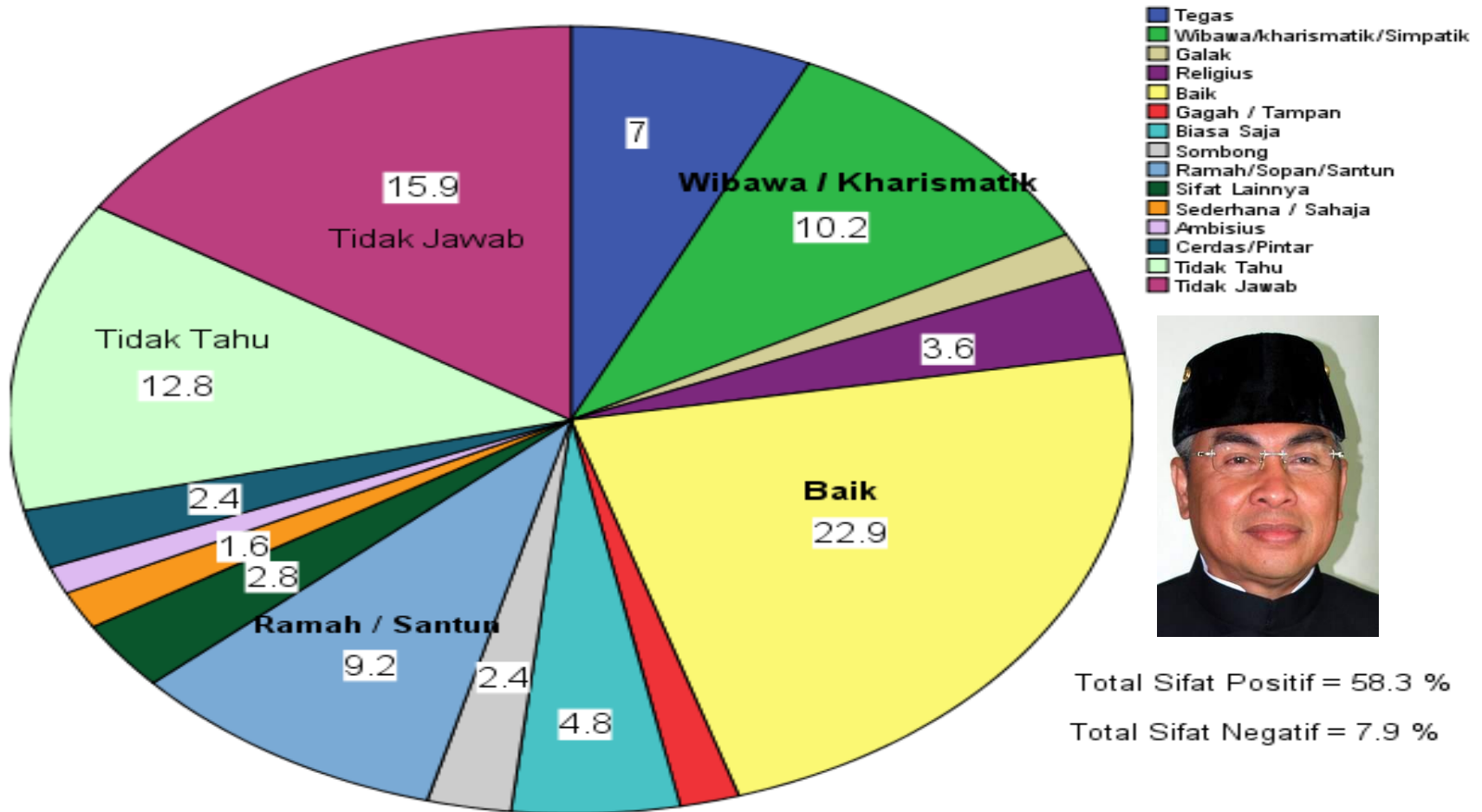


Alasan Isran Noor Tidak/Kurang Pantas Menjadi Capres 2014



Alasan	%
Karena Tidak/Belum Kenal	91.4
Program/Kerjanya Belum Terlihat	4.7
Karena Sombong	2.5
Lainnya	1.4

Persepsi Masyarakat terhadap Tampang / Wajah Isran Noor



- Pelaksanaan survei tahap selanjutnya akan ditunjukkan foto yang berbeda agar nanti bisa mendapatkan foto yang paling disukai oleh masyarakat ketika kampanye pilpres

Persepsi Masyarakat terhadap Tampang / Wajah Isran Noor



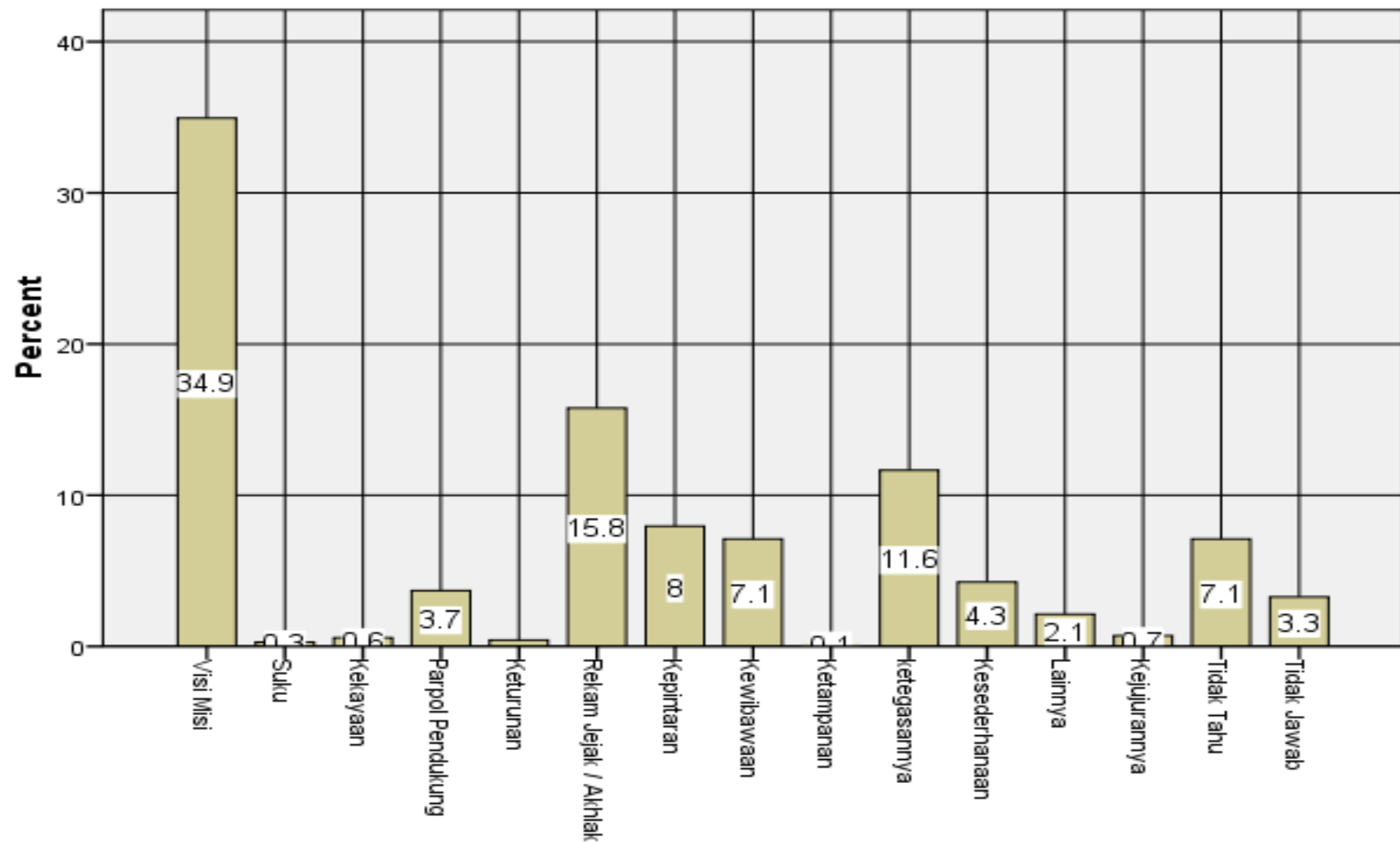
Sifat	%
Baik	22.9
Berwibawa / Kharismatik	10.2
Ramah / Sopan / Santun	9.2
Tegas	7.0
Biasa Saja	4.8
Religius	3.6
Cerdas / Pintar / Bijak	2.4
Sombong	2.4
Gagah / Tampan	1.7
Sederhana / Sahaja	1.6
Galak	1.6
Ambisius	1.1
Sifat Lainnya	2.8
Tidak Tahu / Tidak Jawab	28.7

Demografi Popularitas Isran Noor

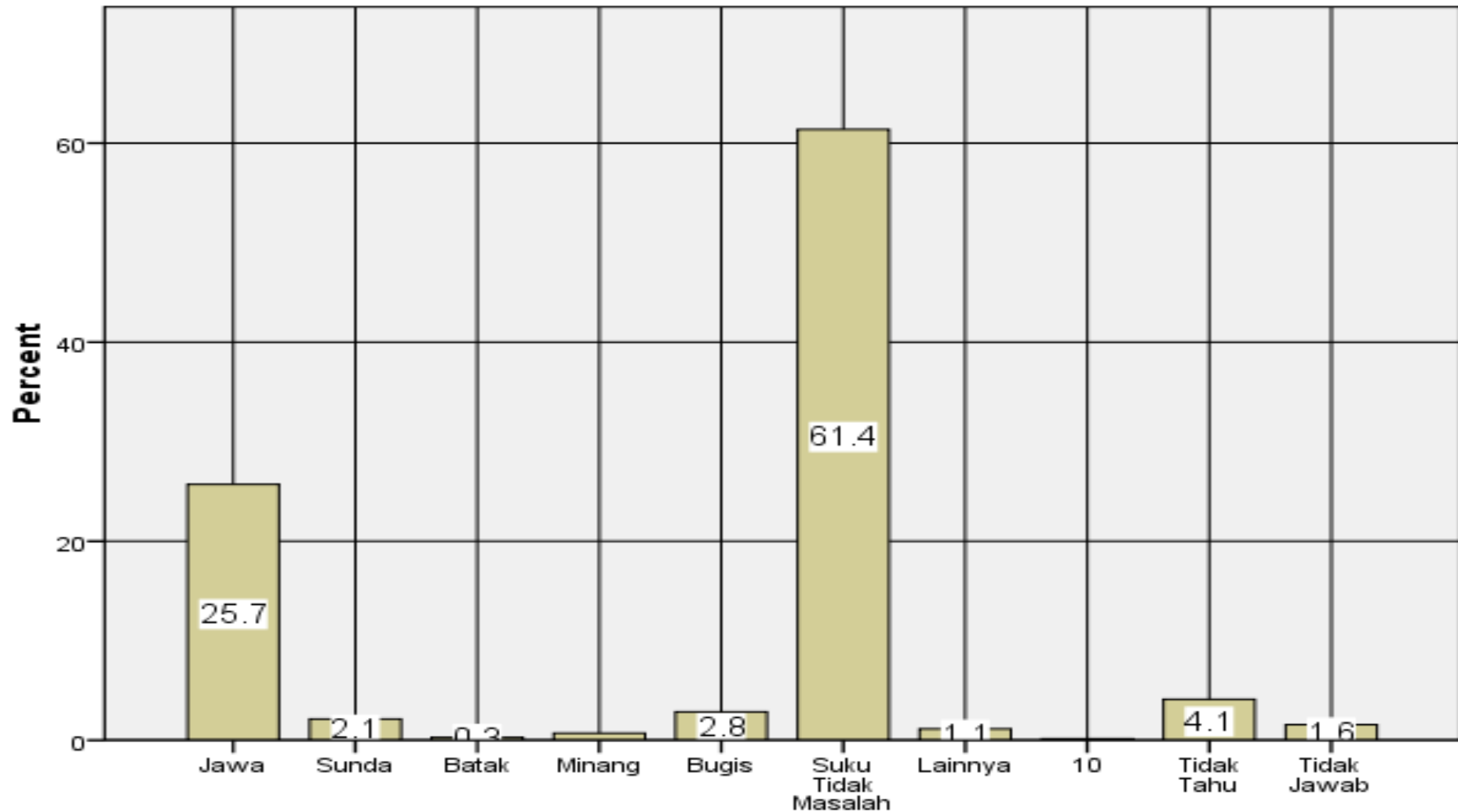


Pendidikan	Tidak Sekolah		Tamat SD	Tamat SMP	Tamat SMA	Tamat D3/S1		Tamat S2/S3	
Kenal	2.3 %		4.1 %	7.4 %	20.5 %	25 %		32 %	
Tidak Kenal	97.7 %		95.9 %	92.6 %	79.5 %	85 %		68 %	
	Usia	Remaja		Pemuda	Dewasa	Tua			
	Kenal	15.2 %		21.9 %	19.8 %	7.4 %			
	Tidak Kenal	84.8 %		78.1 %	80.2 %	92.6 %			
Desa / Kota	Desa	Kota		Region	Sumatera	Jawa	Kalimantan	Sulawesi	Papua & Maluku
Kenal	6.7 %	22.7 %		Kenal	12	16.5	27	13	6
Tidak Kenal	93.3 %	77.3 %		Tidak Kenal	88	83.5	73	87	94
Strata Ekonomi	Fakir Miskin		Miskin	Menengah	Atas	Gender		Laki-Laki	Wanita
Kenal	13 %		11.2 %	17.7 %	25 %	Kenal		18 %	15 %
Tidak Kenal	87 %		89.8 %	82.3 %	75 %	Tidak Kenal		82 %	85 %

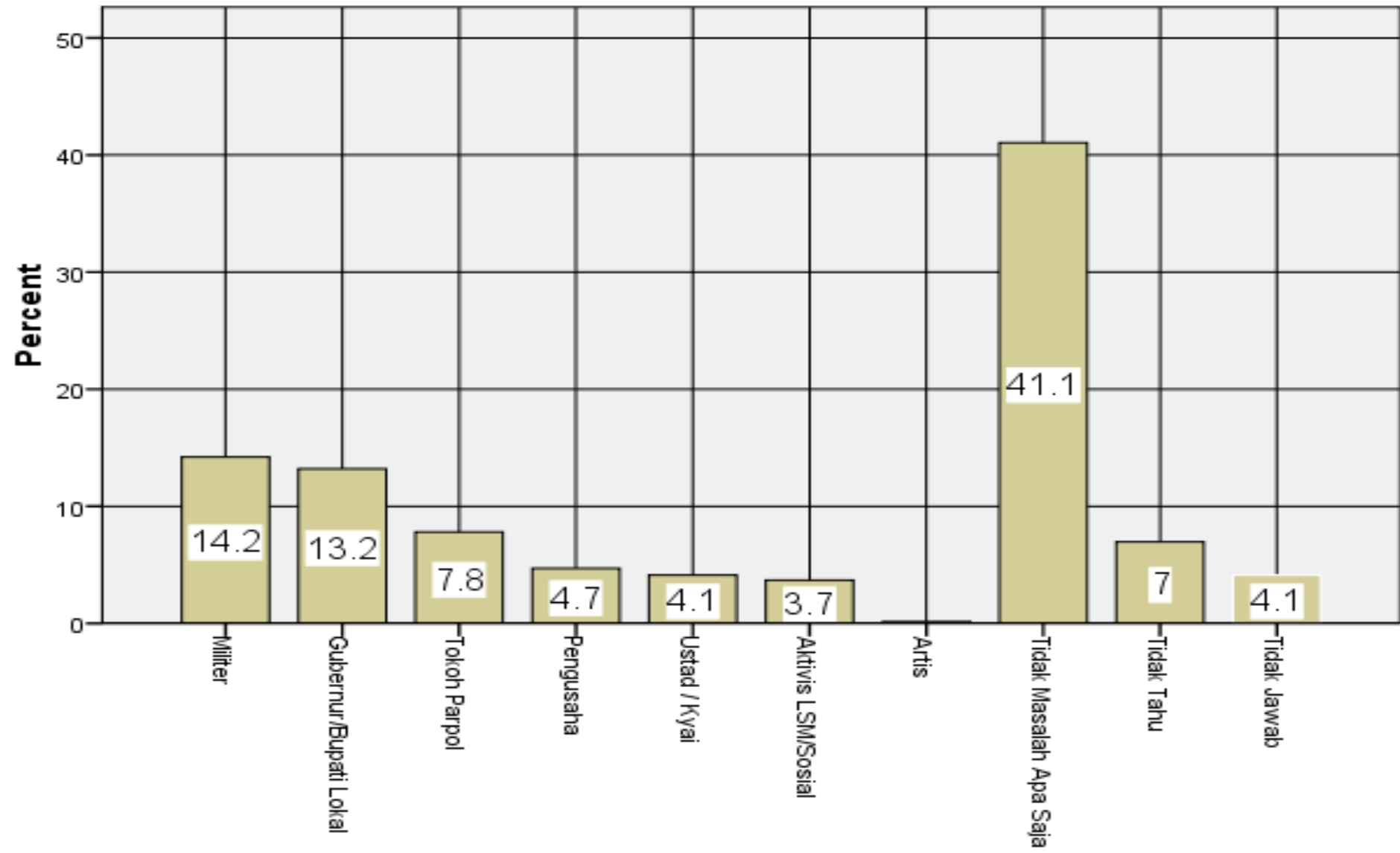
Kriteria Capres Ideal



Pentingkah Suku Jawa bagi Capres ?



Latar Belakang Capres Ideal

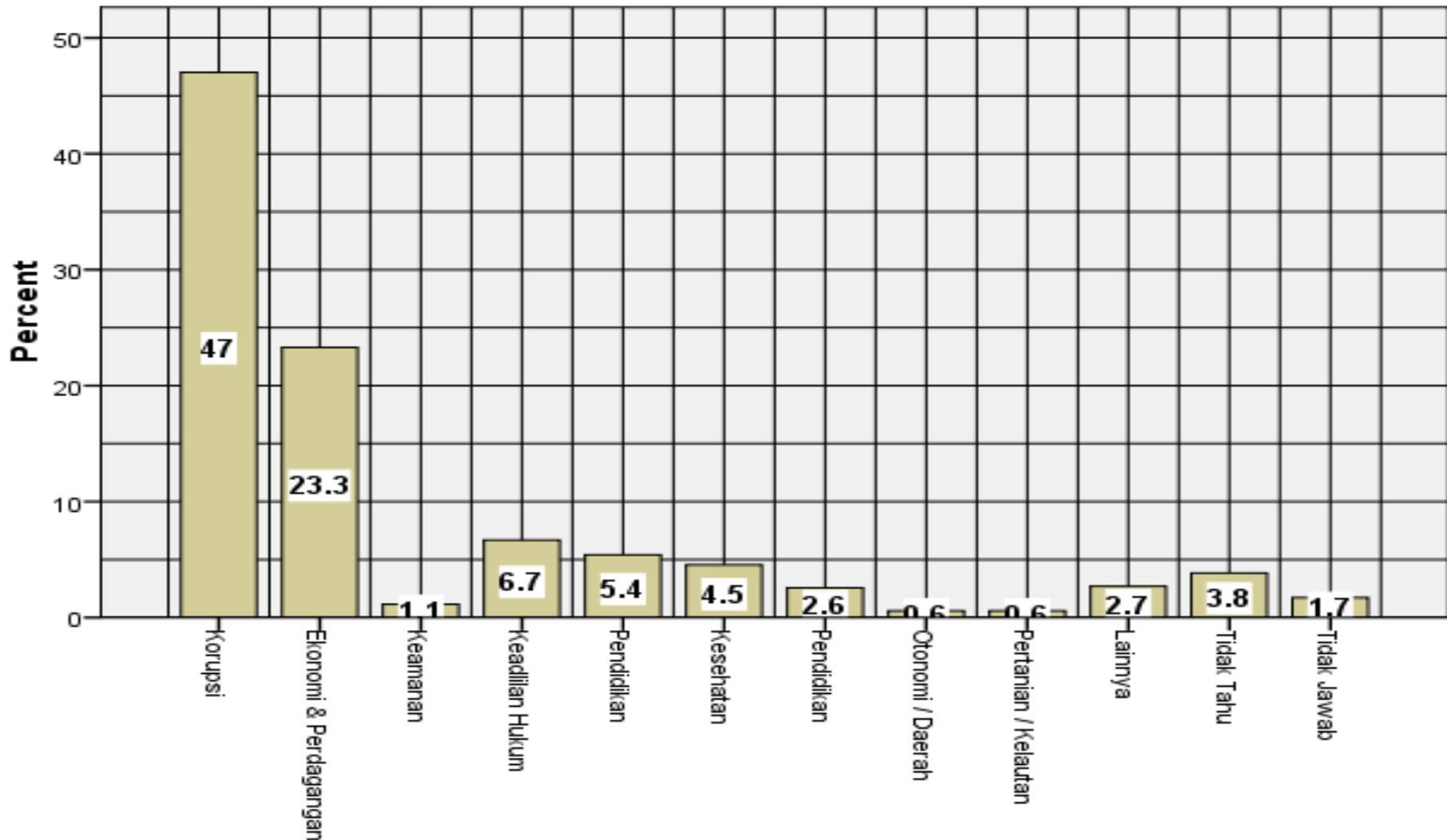


BAGIAN 3

PEMETAAN ISU - ISU

DAN PREFERENSI MEDIA SOSIALISASI

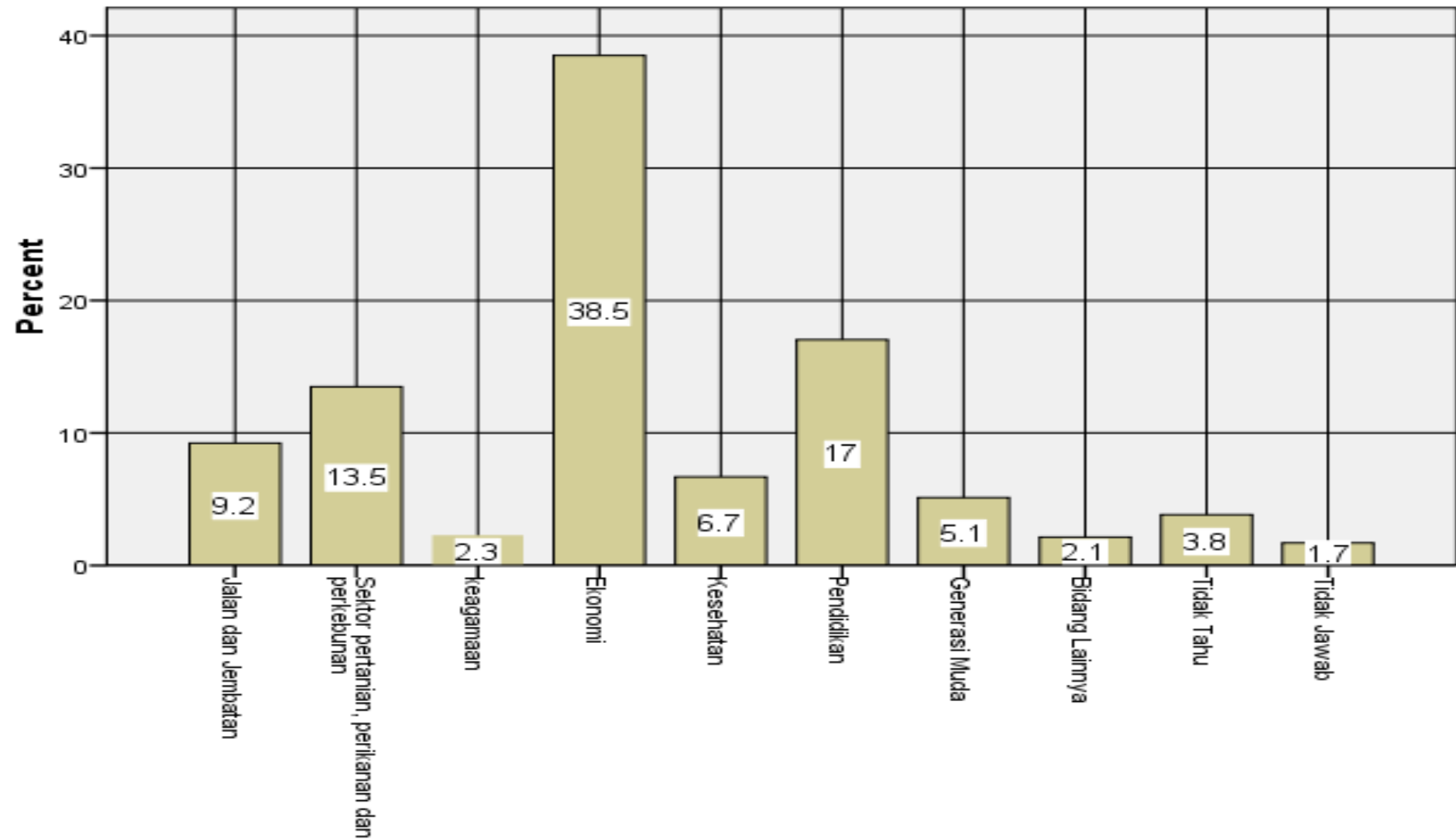
Masalah yang Paling Mendesak Untuk Segera ditangani di Indonesia



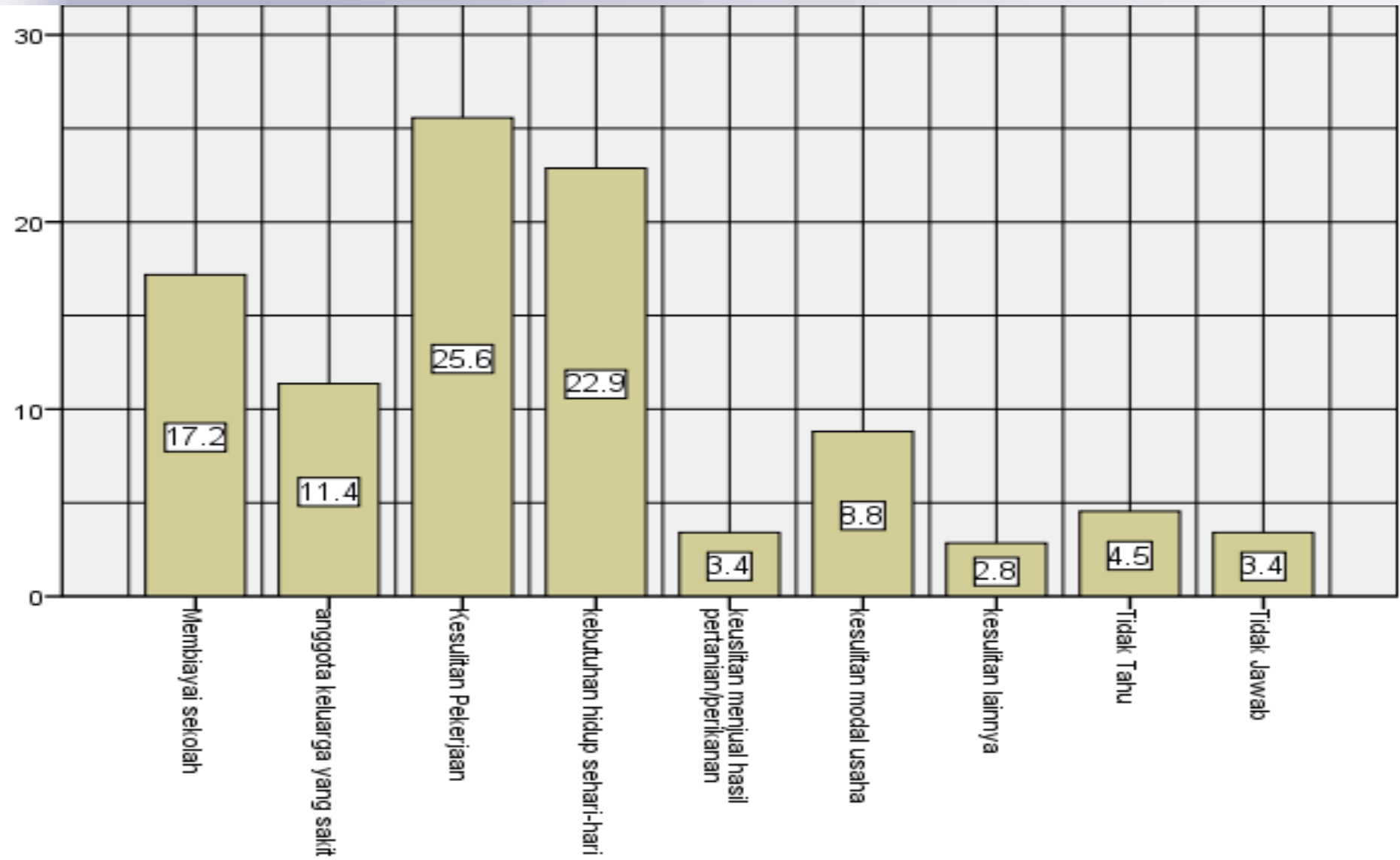
Masalah Krusial Untuk Diatasi

Masalah	%
Korupsi	47
Ekonomi & Perdagangan	23.3
Pendidikan	8
Keadilan Hukum	6.7
Kesehatan	4.5
Keamanan	1.1
Otonomi Daerah	0.6
Pertanian/Kelautan	0.6
Lainnya	2.7
Tidak Tahu/Tidak Jawab	5.5

Pembangunan yang Harus disegerakan menurut masyarakat



Kesulitan Masyarakat yang Harus Didengar Oleh Capres Mendatang

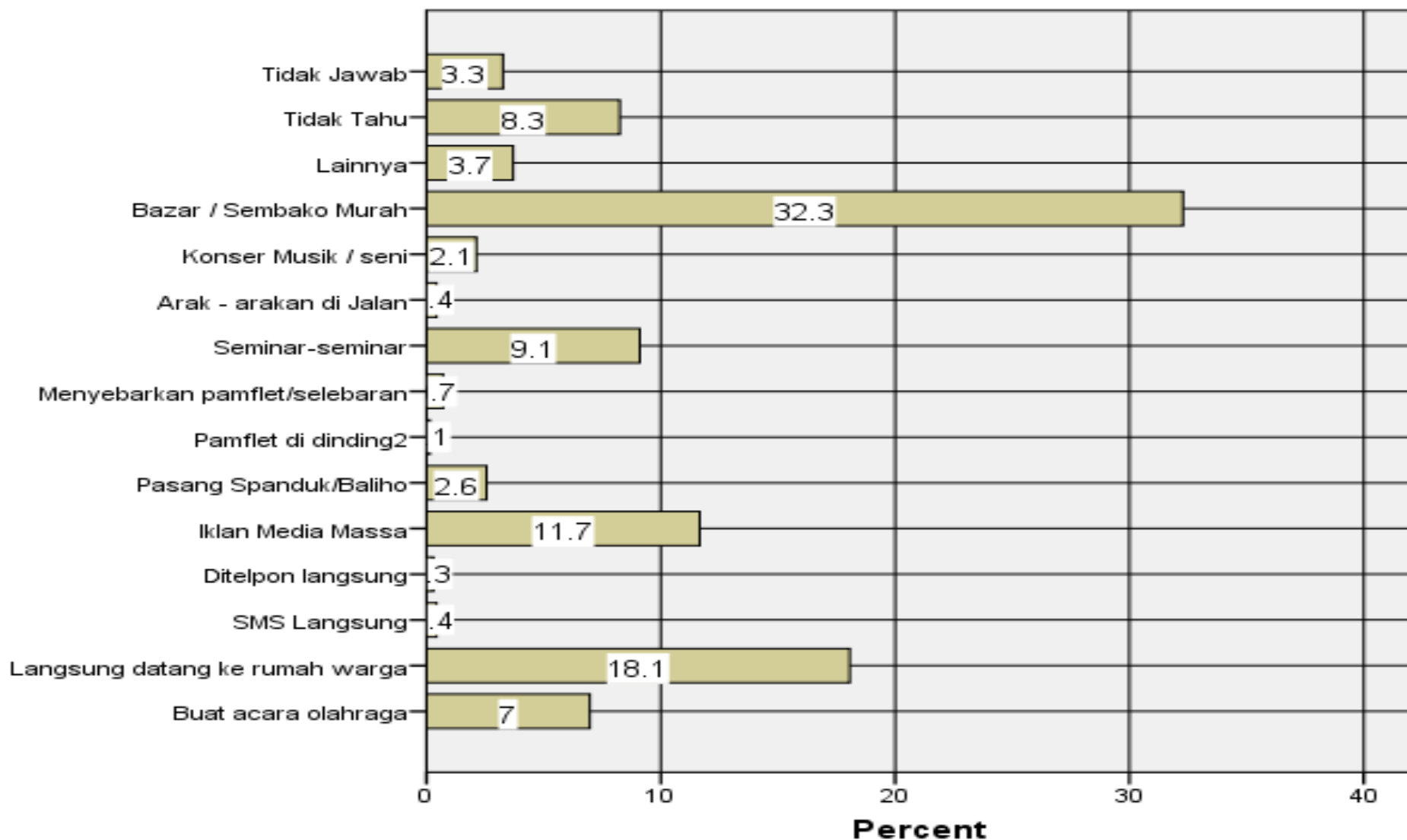


Kesulitan Masyarakat yang Harus Didengar Oleh Capres Mendatang



Kesulitan Masyarakat	%
Mencari Pekerjaan	25.6
Memenuhi Kebutuhan Hidup Se-Hari	22.9
Membiayai Sekolah	17.2
Biaya Anggota Keluarga Yang Sakit	11.4
Modal Usaha	8.8
Menjual Hasil Pertanian/Peternakan	3.4
Lainnya	2.8
Tidak Tahu / Jawab	7.9

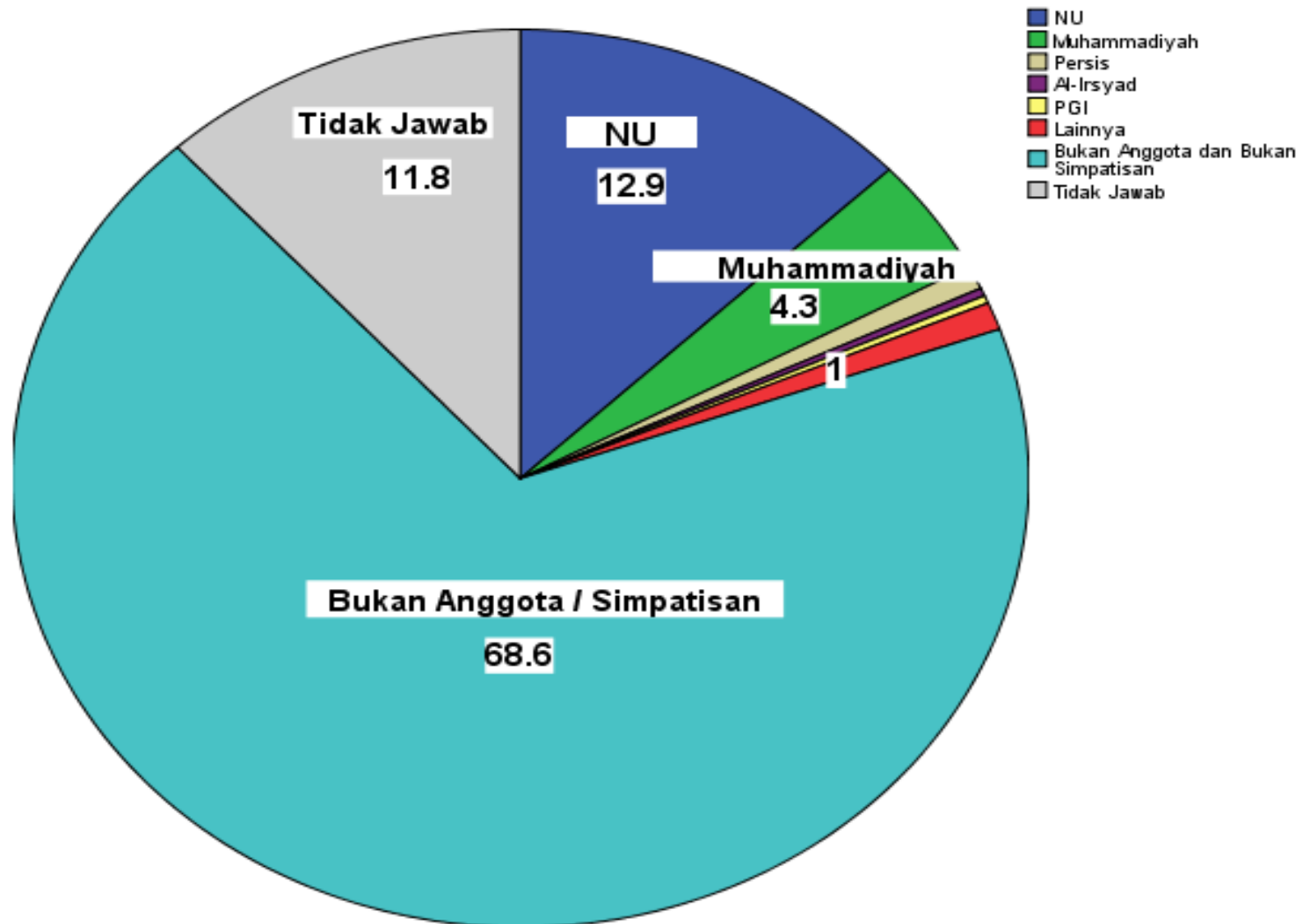
Cara Sosialisasi Capres Yang Paling Disukai Oleh Masyarakat



Cara Sosialisasi Capres Yang Paling Disukai Oleh Masyarakat

Cara Sosialisasi	%
Bazar / Sembako Murah	32.2
Langsung Ke Rumah Warga	18.0
Iklan Media Massa	11.5
Seminar – Seminar	9.0
Acara Olahraga	7.0
Spanduk / Baliho	2.6
Konser Musik	2.1
Lainnya	5.6
Tidak Tahu / Tidak Jawab	11.5

Afiliasi Masyarakat Indonesia dengan Ormas

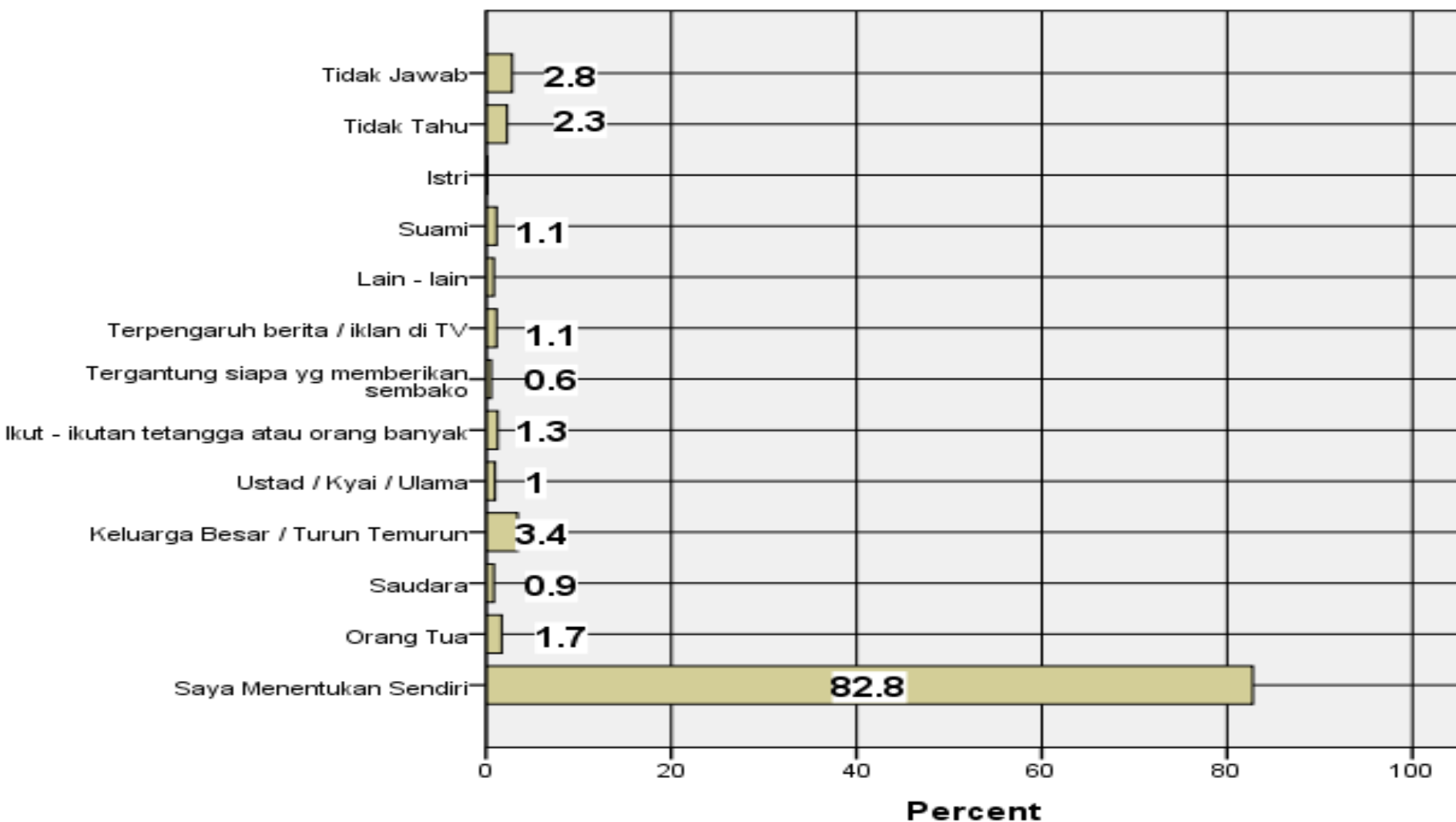


Public Figure Panutan Masyarakat (*Refference Figure*)

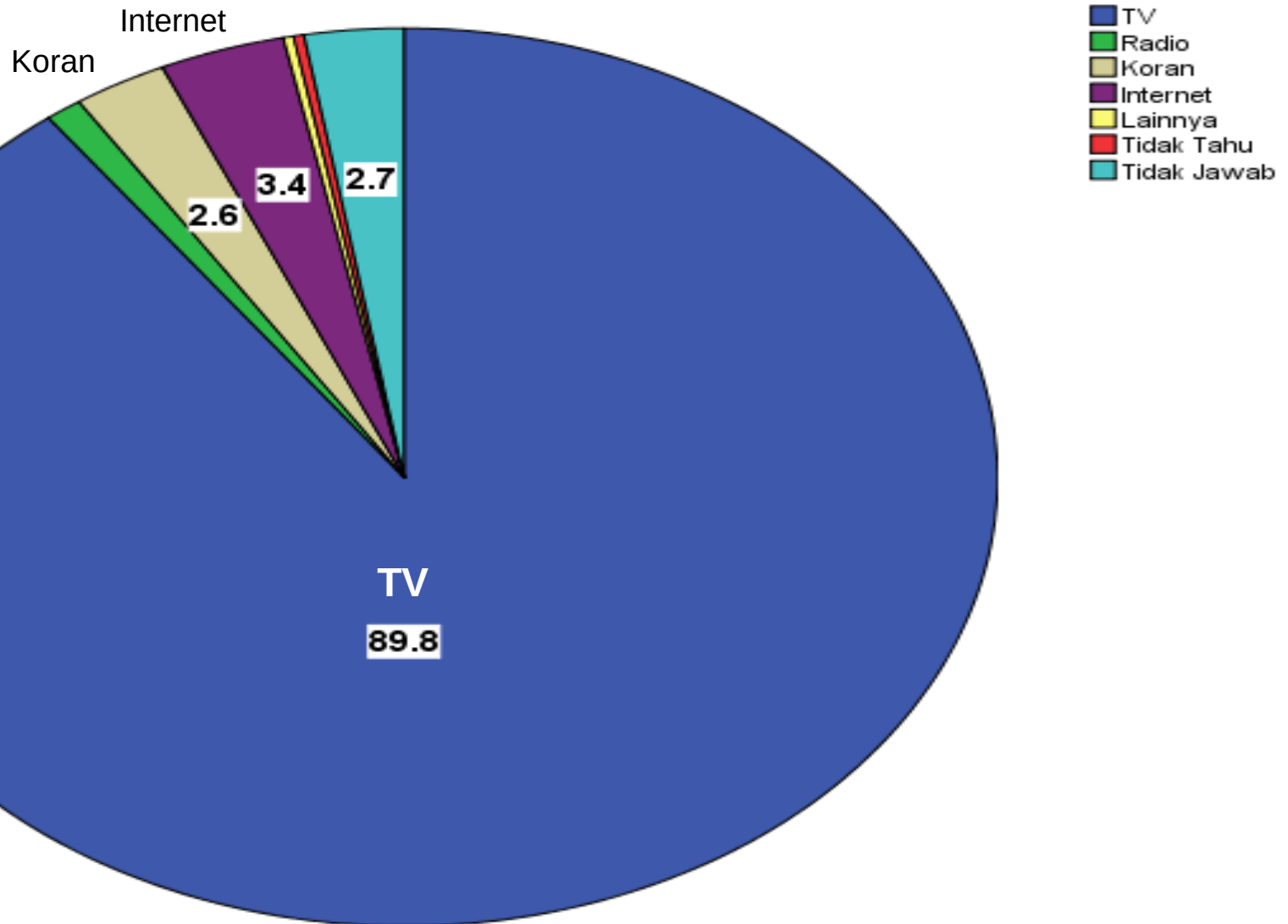


Public Figure	%
Tidak Ada Yg Diikuti	13.2
Yusuf Kalla	5.4
Ustad Jefry Bukhori	3.3
Prabowo Subianto	2.7
Ustad Nur Maulana	2.6
A'A Gym	2.3
Megawati	2.0
Jokowi	1.8
Mahfud MD	1.7
Tokoh Lokal	1.7
Iwan Fals	1.6
Aburizal Bakrie	1.6
Yusril Ihza	1.6
Rhoma Irama	1.6
Mamah Dede	1.4
Mario Teguh	1.4
Amien Rais	1.3
Kyai Desa	1.2
Lainnya	21.9
Tidak Tahu	12.9
Tidak Jawab	16.8

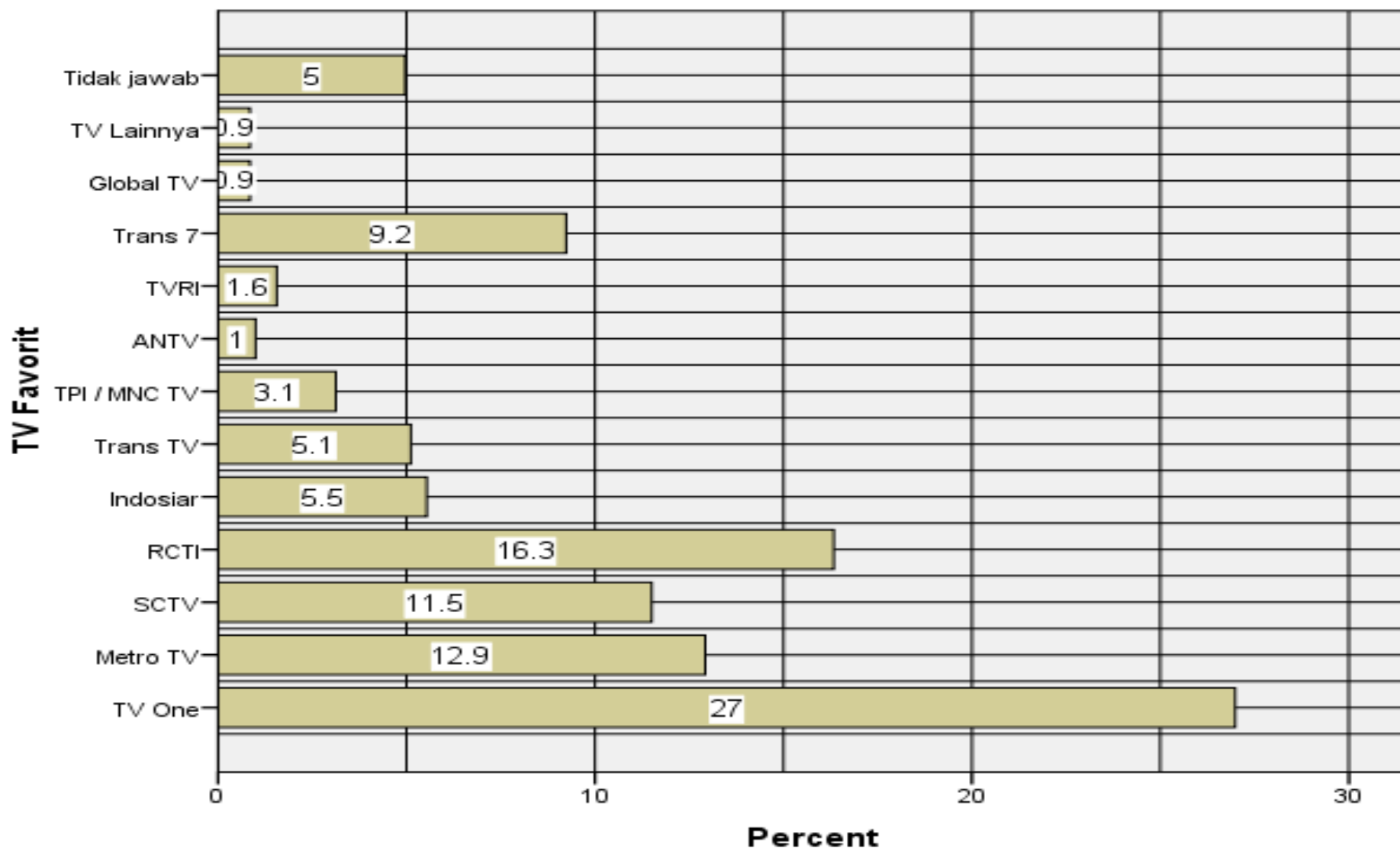
Pengaruh Preferensi Politik



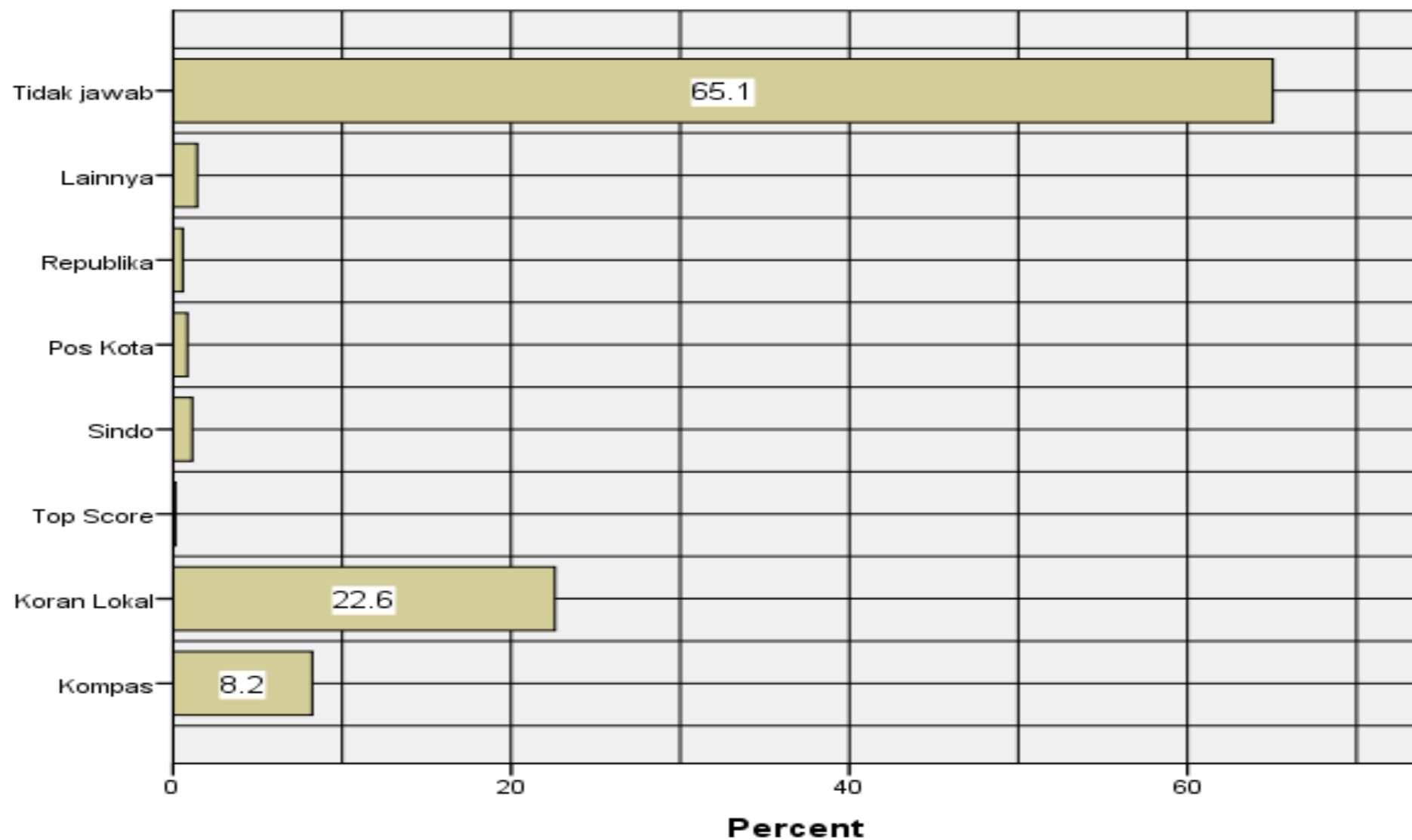
Konsumsi Media Massa



Stasiun TV Favorit

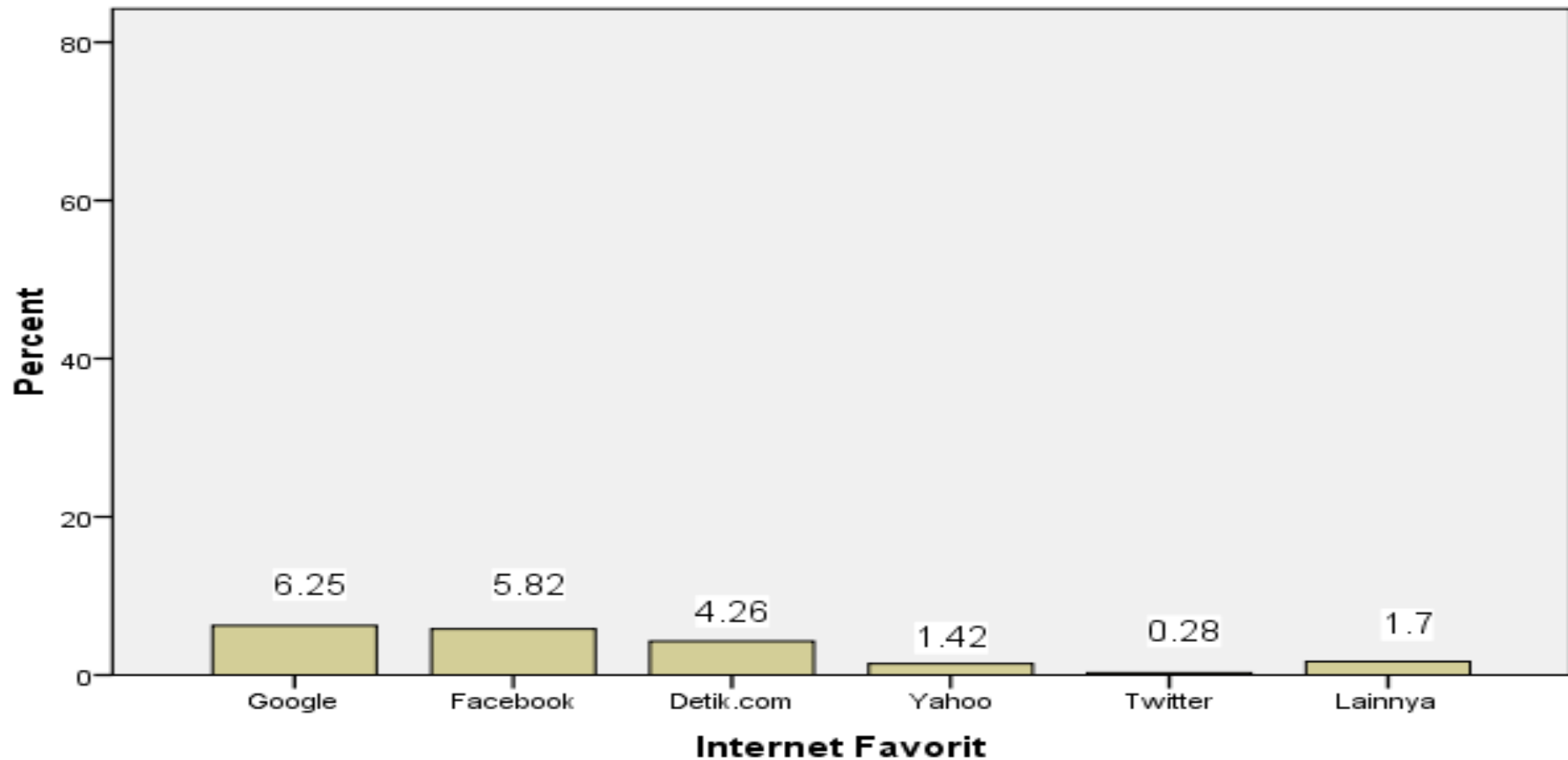


Koran Favorit



Situs Internet Favorit

Internet Favorit



Kesimpulan



1. Peluang semua kandidat capres masih sangat terbuka luas, dilihat dari masih tingginya angka *undecided voters* yang mencapai 31.5%
2. Khusus untuk Bapak Isran Noor, angka popularitas yang mencapai 18.6 persen merupakan angka yang terbilang bagus mengingat sosialisasi yang dilakukan masih baru dimulai. Apalagi jika diasumsikan popularitas bapak Isran Noor dikenal 100 persen, maka tingkat kesukaan terhadap wajah / tampang Bapak Isran noor mencapai 48.7 persen yang hampir menyaingi tingkat kesukaan tokoh tokoh lama yang sudah lama dikenal publik. Total persepsi sifat yang positif juga sangat tinggi yaitu mencapai 58.3 Persen. Tingkat kesukaan dan persepsi yang positif ini merupakan modal yang sangat mendukung untuk terus maju dalam pencapresan.
3. Khusus masalah elektabilitas bapak Isran Noor, merupakan hal yang wajar sangat kecil, karena tingkat pengenalan publik yang masih rendah dan Bapak Isran noor belum secara resmi dinominasikan sebagai capres baik secara formal maupun informal (data hingga 20 Oktober 2012)

Kesimpulan



4. Fenomena hasil survei ini mirip pada fenomena menjelang Pilpres 2004, 2 tahun menjelang Pilpres hingga enam bulan sebelum melakukan pemilihan, Megawati sebagai incumbent unggul atas lawan-lawannya, tapi dengan selisih antara 5-10% saja. Pilihan pada SBY pada 2002 hanya 2%.
5. Dalam 7 bulan sebelum pemilihan SBY masih di bawah Megawati. Hanya 4 bulan sebelum pemilihan SBY (22%) mulai mengungguli Mega (18%). Ini menunjukkan bahwa calon-calon yang masih belum dikenal masih punya peluang sama besar untuk menang dalam Pilpres apalagi waktunya masih jauh dan tidak ada calon yang menonjol / mendominasi segi elektabilitas.
6. Hal tersebut berbeda dengan Pilpres 2009, dari jauh-jauh hari, masih beberapa tahun menjelang Pilpres, SBY sudah unggul cukup jauh dari lawan-lawannya, termasuk Megawati.
7. Karena itu pintu untuk mengalahkan SBY hampir tertutup dalam Pilpres 2009.

Kesimpulan



8. Karena itu, pola yang akan mirip dengan 2014 kemungkinan Pilpres 2004: Tidak ada calon yang menonjol. Yang menonjolpun masih di angka belasan persen. Dalam dua tahun menjelang Pilpres belum banyak yang melakukan sosialisasi.
9. Banyak tokoh belum dipilih karena belum dikenal, dan bila di antara mereka ada yang melakukan sosialisasi secara sistematis maka terbuka kita punya presiden dari tokoh yang belum banyak dikenal sekarang ini.

Rekomendasi

- Perlu dilaksanakan segera survei per provinsi di kota – kota besar sehingga bisa diketahui secara detil peta per setiap provinsi.
- Mengingat media massa menjadi media yang paling efektif dalam mencitrakan seorang kandidat. Perlu dibuat media monitoring untuk memantau perkembangan trend positif dan trend negatif pemberitaan Bapak Isran noor di beberapa lini media yaitu TV Nasional dan Koran Lokal dan Nasional. Sehingga dapat di evaluasi model pencitraan Bapak Isran Noor di media massa, jika trend di media massa menunjukkan trend positif maka model pencitraan yang dilakukan selama ini dapat diteruskan, jika menunjukan trend negatif maka harus segera dirubah.

Rekomendasi



- Perlu di buat *Focus Group Discussion (FGD)* yang mem - *follow up* data hasil survei ini, sehingga data survei ini dapat digunakan sebagai bahan isu – isu kampanye atau pencitraan yang efektif dan efesien. Misalnya data survei mengatakan bahwa 38.5 persen pembangunan yang harus disegerakan adalah pembangunan bidang ekonomi, dengan FGD , maksud dari pembangunan ekonomi tersebut dapat dieksplorasi lagi secara detil (survei tidak mampu mengeksplorasi lebih mendalam) sehingga dapat digunakan sebagai bahan pembuatan makalah makalah yang menarik dan sesuai data lapangan ketika bapak Isran noor menyampaikan orasi atau seminar di beberapa tempat.

Rekomendasi



- Setiap wadah sosialisasi mempunyai kelemahan dan kelebihan, umpamanya TV, *awareness* audience kepada seorang kandidat akan muncul jika terus berulang – ulang disosialisasikan baik melalui berita maupun iklan, dan membutuhkan biaya yang sangat besar, untuk itu perlu menggunakan sosialisasi melalui segala saluran agar tingkat *awareness* kepada bapak Isran Noor ada disemua lini masyarakat
- Sosialisasi popularitas perlu dilakukan dengan menggunakan semua lini baik yang bersifat *above the line* maupun *below di line*, contoh sebagai berikut :
 1. Iklan secara berkala di Media massa nasional dan lokal
 2. SMS Broadcaster ke sebagian besar masyarakat
 3. Sosialisasi *door to door* dengan menyebarkan brosur/pamflet

Rekomendasi



4. Tv Komunitas di daerah daerah padat penduduk, karena TV nasional dan lokal hampir seluruhnya sudah dikuasai oleh orang – orang yang terkait dengan parpol besar. (seperti Tvone, MetroTV, RCTI, MNCTV, Global TV, ANTV dan TV-TV Lokal).
5. Iklan di situs situs internet ternama seperti facebook , detik.com dan kompas.com, dan pembentukan tim sosial media handal yang cukup mempengaruhi kalangan menengah sebagai salah satu *opinion leader* potensial.
6. Event event yang bersifat sosial seperti bazar dan sembako murah dimana cara ini adalah cara yang paling disukai masyarakat ketika capres mengenalkan diri yaitu 32.3 persen

SEKIAN & TERIMA KASIH

**H. TAUFIK HIDAYAT, S.Sos, MA.
0815 93 98 777**