

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Salah satu perwujudan demokrasi di Indonesia adalah dengan dilaksanakannya pemilihan kepala daerah atau yang biasa kita sebut dengan pilkada. Pilkada dinilai sangat penting. Pilkada merupakan perwujudan keikutsertaan rakyat sebagai negara demokrasi, rakyat mempunyai hak untuk memilih dengan bebas wakil-wakil Kepala Daerah yang akan ikut menyelenggarakan kegiatan pemerintah. Pilkada juga penting bagi penguasa, setiap penguasa membutuhkan dukungan dari rakyat untuk melegitimasi kekuasaannya. Oleh sebab itu pilkada juga sering disebut alat legitimasi kekuasaan.

Peristiwa politik yang menyita perhatian publik dan marak diperbincangkan pada akhir tahun 2014 yaitu Pemilihan Presiden (Pilpres). Pilpres 2014 yang dimenangi oleh pasangan Joko Widodo dan Jusuf Kala menunjukkan bahwa kemenangan dari pasangan ini tidak lepas dari peran para simpatisan yang didominasi oleh golongan pemuda. Wujudnya, pasangan ini terlihat sering melakukan pertemuan dan dialog langsung dengan para pendukungnya. Tidak sedikit pula dari golongan pemuda ini yang merupakan kalangan pemilih pemula yang turut menyumbangkan suaranya. Di sisi lain pasangan Prabowo dan Hatta yang lebih dominan memanfaatkan media massa pada masa kampanyenya mengalami kekalahan tipis pada Pilpres 2014 lalu.

Pada pilkada Sleman 2015, terdapat dua pasangan yang mencalonkan diri untuk bertarung mengambil simpati masyarakat sleman untuk memperebutkan posisi no 1 di Sleman yaitu pemilihan kepala daerah. Pemilihan kepala daerah dilakukan secara serentak di 263 provinsi, kota, dan kabupaten pada 9 desember 2015 lalu. Hal ini juga berlangsung di Kabupaten Sleman tentunya yang merupakan salah satu kabupaten yang memiliki wilayah dan penduduk yang besar di Provinsi Yogyakarta. Dua pasangan yang mencalonkan diri antara lain adalah pasangan Sri Purnomo dan Sri Muslimatun serta pasangan Yuni Satia Rahayu dan Danang Wicaksono Sulistyio. Pasangan Sri Purnomo-Sri Muslimatun diusung oleh 5 partai politik dan didukung 3 partai politik yakni PAN, NasDem, Golkar, PPP, PKB, Demokrat, Hanura dan PBB. Sementara itu pasangan Yuni Satia Rahayu- Danang Wicaksono Sulistyio diusung PDIP dan Gerindra. Sebelumnya pada pilkada Sleman pada tahun 2010 pasangan Sri Purnomo dan Yuni Satia Rahayu berhasil memenangkan hati rakyat dan terpilih

menjadi Bupati dan Wakil Bupati Sleman periode 2010-2015, namun pada pilkada Sleman 2015 pasangan ini berpisah dan menjadi rival dalam memperebutkan kursi Bupati dan Wakil Bupati Sleman periode 2015-2020.

Jumlah penduduk di Indonesia “Dari data yang dirilis KPU, jumlah total pemilih yang telah terdaftar untuk pemilu tahun 2014 adalah 186.612.255 orang penduduk Indonesia.” (<http://www.antara.net.id/index.php/2014/01/02/pemilih-pemula-pemilu-2014-potensi-besar-sosialisasi-program-yang-belum-merata/id/>, akses 23 mei 2015). Dari keseluruhan jumlah pemilih yang telah terdaftar itu 20-30% nya adalah pemilih pemula. Fenomena ini menunjukkan bahwa para pemilih pemula memiliki kontribusi yang cukup besar dalam kemenangan pasangan Joko Widodo dan Jusuf Kala dimana angka pemilih pemula yang cukup signifikan yaitu mencapai 40 juta. Angka ini tentu saja sangat berpengaruh besar dalam proses pemilihan presiden.

Pada akhir tahun 2015 juga diadakan ajang politik yang sama pentingnya dalam pemerintahan di Indonesia yaitu dilaksanakan Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) dan salah satunya diadakan di Sleman, D.I.Yogyakarta. Pemilihan Kepala Daerah akan diadakan di tiga kabupaten di D.I.Yogyakarta, yaitu Bantul, Sleman dan Gunungkidul. Jumlah calon pemilih di Kabupaten Sleman mencapai angka 1.063.448 jiwa. “Mengingat jumlah pemilih pemula di Kabupaten Sleman mencapai 10 persen dari total Daftar Pemilih Tetap (DPT). Dari 10 persen tersebut, 80 persen berasal dari lapangan pelajar” (<http://krjogja.com/read/241364/kpu-sleman-raih-terbaik-ii.kr>, akses 23 mei 2015). Dari 1 juta jiwa dari daftar pemilih tetap di Sleman, jumlah pemilih pemula di Kabupaten Sleman mencapai 10 persen dari total Daftar Pemilih Tetap (DPT). Jumlah pemilih pemula ini tentunya cukup besar dan dapat menentukan kemenangan dari salah satu calon kepala daerah yang berkompetisi dalam Pilkada 2015 di Sleman.

Menurut (Haris, 1998: 48), terdapat beberapa dampak negatif yang disebabkan oleh sistem pemilu orde baru seperti rendahnya kualitas para calon wakil rakyat pada lembaga-lembaga legislatif dalam mewakili rakyatnya, banyaknya para wakil rakyat yang tidak bertanggung jawab dalam mewakili kepentingan rakyatnya dan bahkan rendahnya kualitas dari lembaga-lembaga legislatif tersebut. Hal ini tentu saja mengakibatkan rendahnya kepercayaan masyarakat terhadap lembaga-lembaga legislatif hingga dianggap memihak rezim otoriter orde baru.

Semakin banyaknya partai politik di Indonesia, semakin banyak pula calon kepala daerah yang diproduksi oleh partai politik tersebut. Disamping itu, jumlah partai politik di Indonesia yang terus bertambah juga akan terus memproduksi kader-kader dari tiap partai politik tersebut. Seperti halnya kader untuk menjadi wakil dalam pilkada serta dalam pemilu. Produksi kader yang dilakukan oleh partai politik bertujuan untuk menjadi wakil rakyat yang berkualitas. Semakin banyaknya calon kepala daerah yang ingin mencalonkan diri, maka akan semakin banyak pula iklan politik yang muncul di berbagai media massa modern dan tradisional di Indonesia.

Di sisi lain juga dapat kita lihat di kala maraknya calon kepala daerah yang mencalonkan diri untuk menjadi calon kepala daerah, kita juga dapat melihat semakin banyaknya informasi dan pemberitaan yang beredar dikalangan masyarakat tentang calon-calon kepala daerah yang mencalonkan diri. Banyak informasi dan pemberitaan mengenai iklan-iklan politik para calon kepala daerah dan hal ini tersebar melalui iklan-iklan politik pada media massa tradisional seperti media cetak dan media elektronik maupun media massa modern yang berbasis internet dan juga pada pertemuan langsung oleh para calon kepala daerah.

Iklan politik merupakan salah satu bentuk kampanye para calon kepala daerah pada Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada). Beragam iklan politik pada berbagai *platform* media muncul untuk memberitakan atau menginformasikan berbagai hal tentang calon kepala daerah selama waktu kampanye para calon kepala daerah. Hal ini bertujuan untuk membujuk dan menarik simpati khalayak luas agar mendukung dan memilih calon kepala daerah tertentu.

Hal yang harus dilihat pada banyaknya informasi dan pemberitaan yang beredar dikalangan masyarakat ini adalah banyaknya informasi dan pemberitaan yang beredar itu merupakan informasi dan pemberitaan yang tidak seimbang dan objektif. Hal ini tentu saja dapat mengakibatkan kebingungan di kalangan publik, terlebih lagi di kalangan pemilih pemula dimana yang belum pernah ikut serta dalam pilkada.

Pemilih pemula merupakan orang-orang yang belum pernah mengikuti atau menyumbangkan suara dalam pemilihan baik itu pilkada, pemilu atau pun pilpres. Dimana kita dapat melihat bahwa pengalaman dari para pemilih pemula ini dalam berpartisipasi politik cenderung rendah dan kecil. Pemilih pemula yang berkisar pada umur 18-21 ini, sebagaimana kita ketahui baru saja melewati fase remaja dan masih cenderung labil dan

mudah dipengaruhi dalam menentukan pilihan. Hal ini juga merupakan suatu hal yang penting untuk diketahui, selain belum memiliki pengalaman yang cukup, dan juga cenderung labil untuk dapat menentukan pilihannya dalam pilkada 2015.

Tak sedikit para pemilih pemula yang kebingungan dalam menentukan pilihannya dalam pilkada atau menggunakan hak suaranya sebagai rakyat Indonesia yang turut serta dalam pesta demokrasi. Tidak sedikit pula para pemilih pemula yang lebih memutuskan untuk tidak ikut memilih dalam penggunaan hak suaranya pada pilkada diakibatkan kebingungan dalam menentukan calon kepala daerah yang baik dan mereka idamkan untuk menjadi kepala daerah.

Partai politik menjadi salah satu alat untuk menyalurkan aspirasi masyarakat di Indonesia. Sekaligus sebagai sarana kaderisasi dan rekrutmen kepemimpinan nasional dan penyelenggaraan negara Indonesia. Masyarakat dan pemilih pemula dalam pilkada harus bisa memilih dengan kehendaknya dalam penggunaan hak suara atau lebih memilih untuk Golput (Surbakti, 1999: 68).

Dewasa ini perkembangan politik pada era demokrasi Indonesia semakin marak. Banyak calon yang mengajukan untuk menjadi calon kepala daerah tanpa mengetahui kelayakan calon tersebut untuk menjadi calon kepala daerah yang baik. Sementara saat ini Indonesia sangat membutuhkan sosok pemimpin yang berkualitas dan mampu mengayomi rakyat indonesia, agar Indonesia menjadi lebih baik dikemudian hari.

Namun yang perlu di ingat oleh para partai politik, bahwa masyarakat luas, khususnya para pemilih pemula tidak hanya membutuhkan kampanye dan janji-janji yang bagus, melainkan hal nyata yang harus direlasasikan oleh calon kepala daerah, tanpa hanya menggumbar janji-janji manis saja pada awal mengkampanyekan dirinya di depan masyarakat. Saat ini Negara dan Bangsa ini perlu memiliki calon pemimpin yang tidak hanya mementingkan diri sendiri, melainkan lebih mementingkan para masyarakat kalangan bawah yang menjadi korban dari pemimpin terdahulu yang menggumbar janji namun tidak mampu merealisasikan apa yang dijanjikan.

Dengan adanya penelitian ini maka diharapkan partisipasi politik pemilih pemula dapat meningkat dalam mewujudkan Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) yang lebih berkualitas. Berdasarkan latar belakang diatas, Penelitian ini akan melihat bagaimana

pengaruh persepsi pemilih pemula pada kampanye iklan politik dan kampanye pertemuan langsung calon kepala daerah pilkada Sleman 2015 terhadap tingkat partisipasi politik.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka didapatkan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh persepsi pemilih pemula pada kampanye iklan politik calon kepala daerah pilkada sleman 2015 dengan tingkat partisipasi politik ?
2. Bagaimana pengaruh persepsi pemilih pemula pada kampanye pertemuan langsung calon kepala daerah pilkada sleman 2015 dengan tingkat partisipasi politik ?
3. Bagaimana pengaruh persepsi pemilih pemula pada kampanye iklan politik dan pertemuan langsung calon kepala daerah pilkada sleman 2015 dengan tingkat partisipasi politik ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan Rumusan masalah yang didapat, maka penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh persepsi pemilih pemula pada kampanye iklan politik dan pertemuan langsung calon kepala daerah pilkada sleman 2015 dengan tingkat partisipasi politik.
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh persepsi pemilih pemula pada kampanye iklan politik calon kepala daerah pilkada sleman 2015 dengan tingkat partisipasi politik.
3. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh persepsi pemilih pemula pada kampanye pertemuan langsung calon kepala daerah pilkada sleman 2015 dengan tingkat partisipasi politik.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis dan maupun praktis, antara lain :

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk menambah wawasan dan pengetahuan bagi peneliti untuk mengetahui pengaruh persepsi pemilih pemula pada kampanye iklan politik dan pertemuan langsung calon kepala daerah pilkada sleman 2015 dengan tingkat partisipasi politik dengan menggunakan metode kuantitatif.

2. Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini dapat digunakan bagi masyarakat luas sebagai sumber informasi dan penelitian selanjutnya. Dan menjadi pedoman para calon kepala daerah untuk melakukan komunikasi persuasif dalam berkampanye demi mendapatkan simpati dari masyarakat luas.

1.5 Tinjauan Pustaka (*Literature Review*)

1.5.1 Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti dan Judul Penelitian	Metode dan Teori yang digunakan	Hasil atau Kesimpulan	Perbedaan dengan Penelitian yang akan diteliti
1	Wawan Guruh Wirawan, 2012, Pengaruh Intensitas Menonton Acara “Indonesia Lawyers Club” fi TVONE Terhadap Sikap Politik Penonton	Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan cara metode survey. Menggunakan kuisioner dan wawancara. Analisis yang digunakan analisi regresi yaitu pengaruh X terhadap Y dan juga Pengaruh X terhadap Y yang dikontrol oleh Z.	Hasil yang didapat dari penelitian terdahulu ini menunjukkan bahwa intensitas menonton ILC memberikan pengaruh secara positif dan signifikan terhadap sikap politik. Intensitas menonton mampu menjadi kontributor yang mempengaruhi penonton namun tidak efektif mengubah sikap penonton karena perspepsi selektif audiens.	Objek Penelitian, teknik sampling, teori, metode analisis.
2	Nurhikmah, 2014, Analisis Resepsi	Penelitian ini menggunakan metode	Hasil yang didapat dari penelitian terdahulu ini	Objek penelitian,

	Pemilih Pemula terhadap Visi Misi WIN-HT dalam Iklan Partai Politik Hanura	kualitatif dengan teknik pengumpulan data wawancara. analisis yang digunakan adalah analisis resepsi	adalah menunjukkan resepsi yang pada pemilih pemula bernilai positif	teori
--	--	---	--	-------

Tabel 1.1

1.5.2 Kerangka Teori

Persepsi Publik dengan Pemimpin di Negara

Publik merupakan suatu hal yang penting untuk diperhatikan oleh Pemimpin di suatu Negara. Indonesia sebagai Negara demokrasi dimana publik terlibat langsung dalam proses pemilihan pemimpin di Negara maupun daerahnya. Persepsi dari publik menjadi penting untuk diperhatikan oleh para calon pemimpin di Negara. Namun sejauh publik menilai bahwa komunikasi yang dilakukan oleh para pemimpin di Negara hanyalah pencitraan diri semata. Hal ini ditegaskan oleh Andi:

“Komunikasi yang disampaikan pemimpin pemerintahan tidak hanya sekedar untuk menyampaikan gagasan. Mereka hendaknya dapat mengakomodasi suara rakyatnya, memberikan solusi atas berbagai persoalan yang terjadi di masyarakat dan pada akhirnya dapat memperluas dukungan politik atas kebijakannya. Dengan demikian, pemimpin pemerintahan yang melakukan komunikasi efektif, dapat diketahui dari keberhasilannya dalam berkomunikasi” (Wardhani, *Kepemimpinan Pro Rakyat*, November 2014: 61-71)

Ini menunjukkan bahwa masih lemahnya para pemimpin di Negara dalam mengakomodasi suara rakyat dan memberikan solusi dari masalah-masalah yang ada di masyarakat sehingga persepsi masyarakat terhadap para pemimpin pemerintah di Negara cenderung negatif. Beberapa kebijakan pemimpin di Negara masih dinilai belum efektif dalam menghadapi permasalahan yang dialami oleh rakyat. Persepsi publik yang negatif tentunya akan mengakibatkan terjadinya krisis kepercayaan terhadap para pemimpin di Negara.

Hal serupa juga ditemukan oleh Randi:

“Pergantian pemimpin (Presiden) di negeri ini, terutama pasca Orde Baru justru yang terkena dampak langsung dari kebijakan yang dikeluarkan oleh pemimpin tersebut adalah rakyat kecil dan masyarakat yang belum mapan berdasarkan tingkat sosial ekonominya, ini dikarenakan para pemimpin hanya memikirkan kepentingannya sendiri tanpa memikirkan permasalahan yang rakyat sedang alami, sedangkan kelompok menengah ke atas tidak akan terlalu merasakan langsung

dampak tersebut.” (Primadia, [https://www.researchgate.net/publication/277805529_PERSEPSI_MASYARAKAT_TERHADAP_KEPEMIMPINAN_SUSILO_BAMBANG_YUDHOYONO - JUSUF KALLA MENGENAI PENANGANAN MASALAH KEMISKINAN Studi Kasus di Kecamatan Serang Kota Serang Propinsi Banten](https://www.researchgate.net/publication/277805529_PERSEPSI_MASYARAKAT_TERHADAP_KEPEMIMPINAN_SUSILO_BAMBANG_YUDHOYONO_-_JUSUF_KALLA_MENGENAI_PENANGANAN_MASALAH_KEMISKINAN_Studi_Kasus_di_Kecamatan_Serang_Kota_Serang_Propinsi_Banten), akses 4 maret 2016)

Kampanye dan Komunikasi Politik di Indonesia

Kampanye dan Komunikasi Politik di Indonesia telah terjadi sejak zaman revolusi dimana Soekarno pada saat itu menjadi tokoh politik yang terkenal di Indonesia. Kampanye dan Komunikasi Politik di Indonesia juga turut berubah dan berkembang dari zaman revolusi hingga sekarang. Kampanye menjadi suatu hal yang sangat penting bagi kandidat politik dimana para kandidat politik dituntut kreatif agar masyarakat tertarik untuk memilihnya dalam pemilihan.

Pada zaman modern ini, kampanye dan komunikasi politik juga turut berubah. Komunikasi politik modern menempatkan media massa sebagai pusat dari segala proses produksi dan pertukaran informasi politik. Pada era modern, komunikasi lebih banyak termediasi. Dapat dilihat bahwa sejak Pemilu 2004, banyak para aktor politik menggunakan jasa survey dan para konsultan serta ahli komunikasi dalam menyusun strategi komunikasi politik. Hal ini dilakukan dengan tujuan agar kampanye dan komunikasi politik yang dilakukan berlangsung efektif dan tepat sasaran.

Salah satu hal yang selalu dilakukan para kandidat politik dari masa ke masa adalah pencitraan. Hal ini sudah populer pada masa revolusi dimana Soekarno tak luput dalam melakukan pencitraan dan kemudian juga Soeharto, Susilo Bambang Yudhoyono serta juga Jokowi. Pencitraan yang hampir selalu digunakan oleh kandidat politik adalah pencitraan keindonesiaan. “Konsepsi Keindonesiaan akan dimaknai kepada nilai-nilai budaya yang tersirat dalam pencitraan yang dilakukan oleh para pemimpin Indonesia sesuai dengan nilai-nilai budaya keindonesiaan yang berupa symbol, sikap, tindak laku, dan *believe system* yang mampu dibentuk oleh para pemimpin dibenak rakyatnya.” (Rhesa dan Ririn, *Transformasi Komunikasi Politik*, November 2014: 171-190). Dimana pada pencitraan ini terkait dengan budaya-budaya di Indonesia sehingga masyarakat yang melihat akan menjadi tertarik untuk memilihnya.

Pada Pilpres 2014 juga dapat dilihat pasangan Jokowi dan Jusuf Kala, dimana gaya komunikasi Jokowi yang santai, berbicara dengan volume suara yang rendah, berpakaian yang sederhana dan sering berinteraksi dengan rakyat juga menunjukkan pencitraan keindonesiaan sebagai sosok yang dekat dan memerhatikan rakyat. Bahkan pada debat capres sekalipun pencitraan keindonesiaan juga dapat terlihat demi memenangkan Pilpres 2014. Seperti yang dikatakan oleh Damayanti (*Kepemimpinan Pro Rakyat*, November 2014: 219-239) “Debat capres cawapres Pilpres 2014 salah satu bentuk kampanye yang dimanfaatkan oleh kandidat untuk memenangkan Pilpres seperti yang terjadi pada pasangan Jokowi-Jk. Jokowi-JK berhasil memenangkan Pilpres dengan berbagai bentuk komunikasi politiknya.” Komunikasi dan Kampanye politik yang dilakukan oleh pasangan inilah yang berhasil memenangkan hati rakyat untuk memilih pasangan ini dalam Pilpres 2014.

Media dan Kampanye Politik

Menurut Nurrudinsyah, pada masa sekarang, teknologi dan informasi berkembang dengan sangat cepat. Hal ini juga mengakibatkan perkembangan dan perubahan manusia dalam berkomunikasi, baik antara individu maupun kelompok (Nurrudinsyah, https://www.academia.edu/7525397/Media_Sosial_dalam_Komunikasi_dan_Kampanye_Politik, akses 11 Juni 2015). Kita dapat melihat berbagai macam pergeseran fenomena manusia dalam berkomunikasi. Komunikasi politik pun turut mengalami perubahan tanpa terkecuali.

“Informasi-informasi yang ditanam dalam Facebook sebagai media sosial dalam proses komunikasi dan kampanye politik adalah informasi pribadi dari pelaku politik, ide gagasan, serta visi misinya. Informasi lain yang paling utama dan dominan adalah opini. Sebagai sarana komunikasi dan kampanye politik, politikus dapat menggunakan Facebook untuk berkomunikasi dua arah dengan para pendukungnya, yang pada ujung-ujungnya membentuk berbagai opini. Opini-opini inilah yang diolah dan dimanfaatkan bagi pelaku politik dan timnya dalam mendulang suara dari masyarakat luas.” (Nurrudinsyah, https://www.academia.edu/7525397/Media_Sosial_dalam_Komunikasi_dan_Kampanye_Politik, akses 11 Juni 2015).

Fenomena ini menunjukkan bahwa komunikasi dua arah dapat terjalin melalui media sosial dan tidak hanya pada pertemuan langsung komunikasi politik. Hal ini juga terjadi pada komunikasi politik yang melibatkan media massa tradisional yaitu televisi,

surat kabar dan radio. Walaupun umumnya media ini cenderung hanya terjadi komunikasi politik yang bersifat satu arah, namun belakangan ini media massa tradisional juga telah menerapkan system interaktif dimana para khalayak dapat turut berkomunikasi dengan media-media tersebut secara langsung.

Hal ini juga dibenarkan dalam jurnal yang mengatakan :

“Pola-pola komunikasi politik akan terus berkembang seiring dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Pengguna internet akan terus tumbuh secara pesat dengan makin banyaknya warga Indonesia yang bisa online dengan dukungan fasilitas browser dalam telepon seluler dalam genggam dan mobile computing. Mengamati tren di masa kini dan masa mendatang, perkembangan tersebut harus dapat diantisipasi dan dimanfaatkan sebaik-baiknya bagi kandidat politik yang maju dalam pemilihan presiden.” (Wijayanto, Majalah pengembangan Ilmu Sosial, No. 38, Januari 2013: 2)

Media pada zaman modern ini tidak lagi hanya menjadi sarana komunikasi semata, tetapi sekaligus menjadi ruang bagi publik untuk dapat berpartisipasi secara aktif dalam partisipasi politik. Hal ini juga ditegaskan oleh Bennett dan Entman, (seperti dikutip Simarmata, 2014: 88) bahwa “dalam demokrasi modern, komunikasi antara aktor-aktor politik dan warga negara sulit dilakukan secara tatap muka. Oleh sebab itu, komunikasi politik dewasa ini dilakukan secara termediasi lewat media massa atau disebut *mediated politics*.” Sehingga tak dapat dipungkiri bahwa kampanye politik pun juga dilakukan melalui media massa dalam sebagai ruang publik dalam berpartisipasi.

Selain itu media berperan untuk melakukan pengawasan dan membantu dalam mengontrol jalannya beberapa proses politik yang dianggap perlu untuk diketahui oleh khalayak luas. Norris, 2003 dalam (Simarmata, 2014: 90). Hal ini juga tak kalah pentingnya media dalam menjalankan fungsinya dimana berpengaruh dengan majunya demokrasi suatu bangsa. Relasi antara media dan politik tentunya bersifat interpenetratif dan saling mempengaruhi dimana tidak selalu bersifat kooperatif.

Melihat dari pernyataan diatas, seiring dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, maka para kandidat politik juga harus mengantisipasi dan memanfaatkan sebaik mungkin tren pada masa kini dan masa mendatang dalam melakukan komunikasi politik. Hal ini merupakan suatu hal yang tidak boleh dilupakan melihat bagaimana dampak dari media sosial sendiri yang cukup signifikan dalam berkomunikasi politik dua arah dengan khalayak luas.

Tingkat Partisipasi Politik Pemilih Pemula

Partisipasi politik merupakan suatu hal yang sangat penting untuk diperhatikan khususnya pada Negara-negara yang sedang berkembang seperti di Indonesia pada saat ini. Definisi umum dari partisipasi politik adalah kegiatan warga Negara untuk ikut aktif dalam politik, yang bertujuan untuk mempengaruhi pengambilan keputusan politik seperti pemilihan pemimpin Negara dan kebijakan pemerintah baik secara langsung ataupun tidak langsung. Menurut (Budiardjo, 1981: 23), partisipasi politik dilakukan sebagai warganegara tanpa mementingkan jabatan ataupun pekerjaan seseorang dan dilakukan secara sukarela. Sehingga tidak dibenarkan adanya intervensi dalam pelaksanaannya.

Menurut (Surbakti, 1999: 140) dalam bukunya, partisipasi politik merupakan “keikutsertaan warga negara biasa (yang tidak mempunyai kewenangan) dalam mempengaruhi proses pembuatan dan pelaksanaan keputusan politik.” Dimana walaupun warga negara tidak memiliki wenang dalam membuat dan keputusan politik, namun warga negara tetap bisa mempengaruhi proses pembuatan keputusan dan pelaksanaan keputusan politik dengan ikut serta melalui beragam partisipasi politik yang dapat dilakukan sebagai warga negara. Sebagaimana kita ketahui bahwa partisipasi politik menjadi suatu hal yang sangat penting pada Negara-negara demokratis dimana kedaulatan berada di tangan rakyat. Rakyat turut mempengaruhi kegiatan pengambilan keputusan dengan asumsi melalui kegiatan tersebut maka kebutuhan dan kepentingan rakyat dapat tersalurkan atau setidaknya dapat diperhatikan oleh para pengambil keputusan pada pemerintahan. Oleh karena itu, sudah sepantasnya warga negara berpartisipasi dalam mempengaruhi keputusan politik yang akan ditentukan oleh pemerintah. Adapun hasil keputusan politik akan mempengaruhi kehidupan warga negara sehingga menjadi penting untuk menentukan serta mempengaruhi keputusan politik mana yang terbaik bagi warga negara untuk ditetapkan oleh pemerintah (Surbakti, 1999: 140).

Terdapat beberapa macam bentuk dan intensitas dalam konsep partisipasi politik dalam pengelompokannya. Menurut (Budiardjo, 1981: 26) “jumlah orang yang mengikuti kegiatan yang tidak intensif, yaitu kegiatan yang tidak banyak menyita waktu dan yang biasanya tidak berdasarkan prakarsa sendiri, seperti memberikan suara dalam pemilihan umum, besar sekali. Sebaliknya, kecil sekali jumlah orang yang secara aktif dan sepenuh waktu melibatkan diri dalam politik.”

Gejala kegiatan politik yang biasanya terjadi ini disamakan dengan piramida yang basisnya lebar, tetapi menyempit ke atas sejalan dengan meningkatnya intensitas kegiatan politik. Hal ini dikemukakan oleh David F.Roth dan Frank L.Wilson dalam (Budiardjo, 1981) dimana semakin tinggi intensitas dan frekuensi kegiatan politik yang dilakukan maka akan semakin sedikit orang yang melakukannya seperti melibatkan diri dalam kampanye pemilihan dan pimpinan partai atau kelompok kepentingan, sementara banyak orang yang melakukan kegiatan politik yang intensifitas rendah, seperti memberi suara dalam pemilihan umum, membaca berita politik, menghadiri rapat umum politik. Pada piramida partisipasi politik yang dicetuskannya, untuk kegiatan yang intensitasnya tinggi digolongkan kedalam aktivis. Kemudian untuk yang intensitas kegiatannya menengah digolongkan sebagai partisipan. Dan kemudian kegiatan politik yang intensitasnya kecil digolongkan sebagai pengamat dan yang terakhir adalah orang-orang yang apolitis yang memiliki intensitas kegiatan politik yang paling kecil.



Sumber: David F.Roth dan Frank L.Wilson, *The Comparative study of Politics*, (Boston: Houghton Mifflin Company, 1976: 159) (Budiardjo, 1981: 27)

Gambar 1.1

Tingkat partisipasi politik biasanya dipengaruhi oleh kesadaran politik dan kepercayaan terhadap pemerintah. Seperti yang dikatakan oleh (Surbakti, 1999: 144) “Faktor-faktor yang diperkirakan mempengaruhi tinggi-rendahnya partisipasi politik seseorang, ialah kesadaran politik dan kepercayaan terhadap pemerintah (sistem politik).” Yang dimaksud dari sadar politik sendiri adalah bagaimana kesadaran warga negara akan hak dan kewajibannya terkait pengetahuan tentang lingkungan masyarakat dan politik serta perhatian dan minat terhadap lingkungan masyarakat dan politik tempat dia hidup. Sementara kepercayaan terhadap pemerintah (sistem politik) yaitu apakah seseorang menilai pemerintah dapat dipercaya dan dipengaruhi melalui partisipasi politik atau tidak.

Paige dalam (Surbakti, 1999: 144) membagi partisipasi menjadi empat berdasarkan tinggi-rendahnya kesadaran politik dan kepercayaan terhadap pemerintah (sistem politik):

Apabila seseorang memiliki kesadaran politik dan kepercayaan kepada pemerintah yang tinggi maka partisipasi politik cenderung aktif. Sebaliknya, apabila kesadaran politik dan kepercayaan kepada pemerintah rendah maka partisipasi cenderung pasif-tertekan (apatis). Tipe partisipasi ketiga berupa militant radikal, yakni apabila kesadaran politik tinggi tetapi kepercayaan kepada pemerintah sangat rendah. Selanjutnya, apabila kesadaran politik sangat rendah tetapi kepercayaan kepada pemerintah sangat tinggi maka partisipasi ini disebut tidak aktif (pasif)

Dalam suatu Negara demokrasi, pada umumnya tingkat partisipasi politik yang tinggi menunjukkan bahwa warga negara memahami pentingnya suatu partisipasi politik dengan asumsi warga negara mengikuti dan memahami masalah yang dialami negara dan mau untuk melibatkan diri dalam kegiatan-kegiatan itu. Tentu saja apabila semakin tinggi tingkat partisipasi politik maka akan berdampak baik. Hal ini dikarenakan apabila suatu tingkat partisipasi politik rendah dengan asumsi, banyak warga negara yang tidak menaruh perhatian terhadap permasalahan-permasalahan yang dialami negara akan berakibat pemimpin negara cenderung mengabaikan hal-hal penting yang terjadi di tengah-tengah masyarakat.

Pemilih pemula dapat didefinisikan sebagai kelompok muda yang belum pernah atau baru akan menggunakan hak pilihnya dalam pemilu ataupun pilkada. “Dalam pendidikan politik, kelompok muda yang baru pertama kali akan menggunakan hak pilihnya dalam Pemilu, seperti kamu dan teman-temanmu, disebut dengan Pemilih Pemula.” (kpujakarta.go.id/view/.../9f3298192019eb1cc3f2221b39f7a5c1.pdf, akses 6

November 2013). Secara umum pemilih pemula adalah kelompok muda yang telah berumur 17 tahun dan telah terdaftar dan tercatat dalam daftar pemilih tetap pada Pemilu maupun Pilkada. Dalam beberapa *event* politik terakhir yang berlangsung di Indonesia, baik itu Pemilu maupun Pilkada para pemilih pemula didominasi dari kalangan pelajar dan mahasiswa yang jumlahnya relatif besar.

Pada sisi psikologis juga tentunya pemilih pemula sangat berbeda dengan orang-orang dewasa sebelumnya yang pernah mengikuti dan berpartisipasi dalam pemilu maupun pilkada. Para pemilih pemula cenderung memiliki pengalaman yang sangat minim dalam partisipasi politik. Seperti pengetahuan tentang pemilu, pemahaman tentang pemilu dan juga segala hal yang terkait dengan Pemilu. Tentunya pemilu maupun pilkada dapat dijadikan para pemilih pemula sebagai ajang partisipasi politik dan tak sedikit pula para pemilih pemula yang antusias dalam menghadapi event politik baik itu Pemilu ataupun Pilkada karena dapat menggunakan hak pilihnya untuk pertama kali.

Perkembangan zaman modernisasi juga turut memperluas partisipasi politik itu sendiri. Teknologi yang turut berkembang juga membantu masyarakat untuk memperoleh partisipasi politik itu sendiri secara luas dan pola-pola partisipasipun juga turut berkembang dan berubah pada waktu-kewaktu. Kita dapat melihat bahwa terdapat banyak ruang-ruang bagi pemilih pemula untuk berpartisipasi politik pada zaman sekarang melalui berbagai media, mulai dari media massa tradisional hingga media massa modern. Hal ini dapat dijadikan wadah para pemilih pemula dalam ikut mengeluarkan aspirasi dalam berpartisipasi politik. Pengalaman akan pesta politik yang dilaksanakan juga bisa didapatkan oleh para pemilih pemula sehingga dapat lebih memahami tentang segala hal terkait pemilu maupun pilkada dan berpartisipasi politik menjadi hal penting dalam suatu negara demokrasi.

Sebagaimana yang dikatakan Haq, partisipasi masyarakat Indonesia sebagai Negara demokrasi dapat disalurkan salah satunya dalam bidang politik. Partisipasi setiap masyarakat menjadi hal yang sangat penting dalam politik di Negara demokrasi sebagaimana setiap masyarakat harus ikut andil dalam mempengaruhi politik melalui pemilihan pemimpinnya Haq et al., 1999 dalam (Hastjarjo, *Demokratisasi Masyarakat Plural*, November 2014: 214-229). Seperti yang dikatakan “poin penting yang harus mendapat perhatian adalah desentralisasi kekuasaan agar masyarakat dapat berpartisipasi dalam pengambilan keputusan, serta akuntabilitas dan transparansi para pengambil

kebijakan dan pelaksana kebijakan public” Haq et al., 1999 dalam (Hastjarjo, *Demokratisasi Masyarakat Plural*, November 2014: 214-229). Sehingga para pemilih pemula pun tak luput untuk dilihat dan menjadi suatu hal yang penting dimana kita ketahui bahwa para pemilih pemula yang jumlahnya relatif besar dapat menjadi penentu proses pengambilan dan pelaksanaan keputusan politik yang akan dilakukan para calon kepala daerah dengan turut berpartisipasi politik.

1.5.3 Landasan Teori

a. Teori Tindakan Beralasan (*Theory of reasoned action*)

Pada penelitian ini teori tindakan beralasan digunakan sebagai salah satu acuan dalam melakukan penelitian. “Menurut teori ini, niat atau kehendak seseorang untuk melakukan tindakan tertentu ditentukan oleh sikapnya terhadap tindakan itu sendiri serta seperangkat kepercayaan mengenai bagaimana orang lain menginginkan ia bertindak” (Morissan, 2014: 94). Beberapa faktor ini kemudian diukur bobotnya berdasarkan tingkat kepentingannya. Terkadang seseorang menilai sikapnya merupakan hal yang paling penting untuk diutamakan, namun terkadang seseorang menilai pendapat dari orang lainlah yang paling penting, dan terkadang sikap sendiri dan pendapat orang lain dinilai sama pentingnya. Faktor-faktor tersebut kemudian dirumuskan sebagai berikut :

$$BI_o = A_g w_1 + (SN) w_2$$

di mana :

BI = Niat untuk bertindak laku

A_g = Sikap terhadap perilaku orang lain

SN = Pendapat orang lain

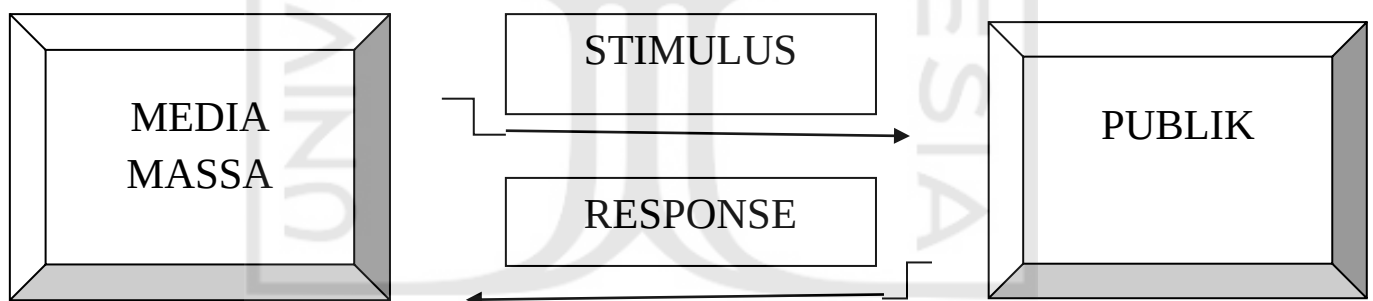
w_1 = Bobot sikap sendiri

“Dari rumusan tersebut maka dapat dijelaskan bahwa niat atau keinginan seseorang untuk melakukan suatu tindakan (bersikap atau bertindak laku), adalah sama dengan sikap orang itu sendiri terhadap tindakan itu dikalikan dengan bobot sikap sendiri ditambah pendapat orang lain dikalikan bobot pendapat orang lain itu” (Morissan, 2014: 95).

Pada formula yang dikemukakan oleh Ajzan dan Fishbein ini merupakan perkiraan terhadap keinginan seseorang dalam bertindak atau bertingkah laku dan bukan perkiraan mengenai tindakan yang sebenarnya akan dilakukan oleh seseorang. Hal ini dikarenakan oleh orang-orang tidak akan selalu bertindak sesuai dengan keinginannya semula. Menurut Ajzan dan Fishbein, manusia memiliki kecendrungan untuk melakukan hal-hal yang berlawanan dengan niat atau keinginan manusia pada awalnya, sekalipun keinginan untuk melakukan suatu hal atau tindakan atau tersebut sangat kuat.

b. Teori Stimulus – Respons (S-R Theory)

Pada penelitian ini teori yang digunakan adalah teori rangsangan-tanggapan dimana apabila ada aksi, maka akan timbul reaksi. Hal ini merupakan bentuk pertukaran informasi yang menimbulkan efek untuk mengubah tindakan komunikasi. Teori ini mengasumsikan bahwa perilaku dari individu tercipta karena stimulus yang datang dari luar diri.



Gambar 1.2 Model Komunikasi S-R

Teori *Stimulus-Response* pada dasarnya merupakan suatu prinsip belajar yang sederhana, dimana tanggapan atau *response* tertentu merupakan reaksi terhadap rangsangan atau *stimulus* tertentu yang diberikan. McQuail (1884:234) menjelaskan terdapat beberapa elemen-elemen utama pada teori ini :

1. Pesan (*stimulus*)
2. Seorang penerima atau *receiver* (organisme)
3. Efek (*response*)

“Dalam masyarakat massa, dimana prinsip *Stimulus-Response* mengansumsikan bahwa pesan informasi dipersiapkan oleh media dan didistribusikan secara sistematis dan dalam skala luas. Sehingga secara serempak pesan tersebut dapat diterima oleh sejumlah besar individu, bukan ditujukan pada orang per orang. Kemudian sejumlah besar individu itu akan merespons pesan informasi tersebut

Terdapat dua pemikiran utama di balik teori ini, yaitu:

1. Pandangan yang menyatakan bahwa masyarakat modern yang terdiri dari sekumpulan individu yang terlepas satu sama lain dan bertindak sesuai dengan keinginan masing – masing dan sedikit ikatan dan paksaan masyarakat.
2. Pandangan yang menentukan dari media massa sebagaimana kelihatan selama kampanye untuk menggerakkan tingkah laku sesuai dengan keinginan lembaga-lembaga yang berkuasa, baik pemerintah, maupun swasta (pemasang iklan dan partai politik)” (Bungin, 2006: 275).

Dalam model *Stimulus-Response* ini dikenal dengan adanya *Mass Society* (Masyarakat massa), dimana diasumsikan bahwa pesan yang disiapkan dan dibagikan secara sistematis dan luas pada waktu yang sama dan tersedia untuk semua orang. Tekonologi yang semakin berkembang juga turut memudahkan pesan untuk diperbanyak dan didistribusi secara cepat.

Teori *Stimulus-Response* ini juga kerap diterapkan dalam komunikasi politik. Dimana pemberi pesan adalah individu maupun sekelompok orang dari suatu organisasi. Hal inilah yang menjadikan dasar dari komunikasi politik pada zaman sekarang dimana diharapkan dengan adanya *Stimulus* yang diberikan melalui berbagai medium dapat menghasilkan *Response* atau mempengaruhi dan merubah publik untuk bertindak sesuai dengan tujuan pemberi pesan komunikasi politik.

c. Teori Konvergensi Simbolik (*Symbolic Convergence Theory*)

Teori ini merupakan teori yang dikembangkan oleh Ernest Bormann dan rekannya, dimana teori ini membahas bagaimana menggunakan naratif atau cerita dalam komunikasi. Teori ini mengemukakan bahwa gambaran (*image*) individu terhadap realitas dipandu atau dibimbing oleh cerita-cerita yang menunjukkan bagaimana suatu objek harus dipercaya. Cerita-cerita tersebut tercipta melalui interaksi simbolis didalam kelompok-kelompok kecil, dan kemudia disebarluaskan

dari satu orang kepada orang lainnya dan dari satu kelompok ke kelompok lainnya (Morissan, 2014: 232).

Dalam teori ini terdapat visi retorik (*rhetorical vision*) yaitu suatu pandangan bagaimana sesuatu itu terjadi atau menjadi pada masa lalu, sekarang dan akan datang. Hal ini membentuk pemikiran atau asumsi yang menjadi dasar bagi pengetahuan suatu kelompok manusia yang mengatur rasa terhadap realitas (*sense of reality*). Dalam naratif atau cerita yang dikomunikasikan tersebut juga selalu menampilkan sumber legitimasi (*sanctioning agent*) yaitu pihak maupun sumber yang memberi keabsahan (legitimasi) terhadap suatu cerita. Sumber legitimasi biasanya merupakan pihak yang berwenang memberikan kredibilitas terhadap hal-hal yang dikomunikasikan.

Pada sebuah kelompok kecil, orang-orang yang berada di dalamnya cenderung untuk berkumpul dan bercerita dengan berbagi pengalaman yang akan membuat mereka menyatu dan akrab. Visi retorik tidak pernah diceritakan secara keseluruhan namun hanya sebagian dan bertahap dengan cerita-cerita yang berhubungan. Beberapa tema yang dikomunikasikan dan juga yang sangat sering diceritakan membuat suatu kelompok dan masyarakat sangat akrab dan sangat mengenal suatu tema fantasi tersebut sehingga terkadang tidak perlu untuk menceritakan secara keseluruhan, melainkan hanya dengan menyampaikan bagian terpenting saja.

Ketika anggota masyarakat telah memiliki kesamaan dalam tema-tema fantasi yang dikomunikasikan, maka visi retorik yang dihasilkannya akan mampu untuk menyatukan masyarakat dan memberi rasa identifikasi yang sama terhadap realitas. Ketika visi retorik pada masyarakat mulai mapan (*established*), maka akan timbul proses penciptaan kesadaran (*awareness*) di dalam masyarakat. Hal ini dikarenakan visi retorik yang dikomunikasikan memiliki kekuatan untuk menjelaskan sehingga dapat menarik perhatian dan membentuk kesadaran hingga terbangun dan terpelihara kesadaran bersama dari suatu kelompok atau komunitas. Hal ini berlangsung secara terus menerus mulai dari pendukung awal suatu visi retorik kemudian disebarluaskan sehingga semakin banyak orang yang terlibat dan memiliki kesadaran yang sama. Visi retorik juga dikomunikasikan hingga tingkatan massa dimana hal ini difungsikan untuk mempertahankan dan memelihara kesadaran yang sudah didapat oleh masyarakat. Visi retorik dikomunikasikan juga

melalui berbagai macam medium secara meluas. Tema-tema fantasi inilah yang menjadi elemen penting dalam persuasi yang dilakukan para komunikator.

1.6 Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian adalah kesimpulan sementara yang belum sempurna dari penelitian, sehingga harus disempurnakan dengan membuktikan kebenaran hipotesis tersebut melalui penelitian. Dengan menggunakan hipotesis, peneliti mendapat arahan dalam melaksanakan penelitian di lapangan baik sebagai objek pengujian maupun pengumpulan data. (Bungin, 2011 :85)

Dalam penelitian ini terdapat 2 hipotesis yaitu hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_A) sebagai berikut :

Hipotesis nol (H_0)

- a. Tidak terdapat pengaruh antara persepsi pemilih pemula pada kampanye iklan politik calon kepala daerah pilkada sleman 2015 (X_1) dengan tingkat partisipasi politik (Y).
- b. Tidak terdapat pengaruh antara persepsi pemilih pemula pada pertemuan langsung calon kepala daerah pilkada sleman 2015 (X_2) dengan tingkat partisipasi politik (Y).
- c. Tidak terdapat pengaruh antara persepsi pemilih pemula pada kampanye iklan politik (X_1) dan pertemuan langsung (X_2) calon kepala daerah pilkada sleman 2015 dengan tingkat partisipasi politik (Y).

Hipotesis alternatif (H_A)

- a. Terdapat pengaruh antara persepsi pemilih pemula pada kampanye iklan politik calon kepala daerah pilkada sleman 2015 (X_1) dengan tingkat partisipasi politik (Y).
- b. Terdapat pengaruh antara persepsi pemilih pemula pada pertemuan langsung calon kepala daerah pilkada sleman 2015 (X_2) dengan tingkat partisipasi politik (Y).
- c. Terdapat pengaruh antara persepsi pemilih pemula pada kampanye iklan politik (X_1) dan pertemuan langsung (X_2) calon kepala daerah pilkada sleman 2015 dengan tingkat partisipasi politik (Y).

1.7 Definisi Konseptual dan Definisi Operasional

1.7.1 Definisi Konseptual

Definisi Konseptual dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

➤ Persepsi

Persepsi adalah “sebuah proses saat individu mengatur dan menginterpretasikan kesan-kesan sensoris mereka guna memberikan arti bagi lingkungan mereka. Perilaku individu seringkali didasarkan pada persepsi mereka tentang kenyataan, bukan pada kenyataan itu sendiri.” (Robbins, 2007: 172)

➤ Calon

Calon adalah “Calon adalah orang yg diusulkan atau dicadangkan agar dipilih atau diangkat menjadi sesuatu nama anggota Dewan Perwakilan Rakyat sudah disampaikan kepada Panitia Pemilihan (<http://kamusbahasaindonesia.org/calon>, akses pada 7 November 2013).

➤ Kampanye politik termediasi (iklan politik)

Iklan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia diartikan sebagai “berita pesanan untuk mendorong, membujuk khalayak ramai agar tertarik pada barang dan jasa yg ditawarkan” (<http://kamusbahasaindonesia.org/iklan> akses pada 17 juni 2015).

Politik dapat didefinisikan sebagai “(pengetahuan) mengenai ketatanegaraan atau kenegaraan (seperti tentang sistem pemerintahan, dasar pemerintahan.” (<https://kbbi.web.id/politik> akses 24 mei 2018). Sehingga Iklan politik dapat disimpulkan sebagai informasi yang mendorong, membujuk khalayak luas untuk turut terlibat dalam proses penentuan keputusan untuk tokoh politik yang ditampilkan dalam iklan.

➤ Kampanye politik non-media (pertemuan langsung)

Pertemuan langsung menurut Peraturan Komisi Pemilihan umum no 16 (2014) adalah “Tatap muka dan dialog sebagaimana dimaksud pada ayat (2) huruf b dapat dilaksanakan dalam bentuk kegiatan kunjungan ke pasar, tempat tinggal warga, komunitas warga atau tempat umum lainnya.” Sehingga pertemuan langsung dapat disimpulkan sebagai kegiatan yang dilakukan calon kepala daerah dalam bentuk kunjungan di tempat-tempat masyarakat dan melakukan kegiatan interaktif dengan masyarakat.

➤ Tingkat partisipasi politik pemilih pemula

Tingkat menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia diartikan sebagai pangkat, derajat, taraf, atau kelas. (<http://kamusbahasaindonesia.org/tingkat>, akses 17 Juni 2015). Sementara partisipasi politik menurut (Huntington dan Joan, 1990: 8) :

“Pengertian partisipasi politik adalah kegiatan warganegara yang bertujuan untuk mempengaruhi pengambilan keputusan politik. Partisipasi politik dilakukan orang dalam posisinya sebagai warganegara, bukan politikus ataupun pegawai negeri dan sifat partisipasi politik ini adalah sukarela, bukan dimobilisasi oleh negara ataupun partai yang berkuasa.”

Pemilih pemula didefinisikan “Dalam pendidikan politik, kelompok muda yang baru pertama kali akan menggunakan hak pilihnya dalam Pemilu, seperti kamu dan teman-temanmu, disebut dengan Pemilih Pemula.” (kpujakarta.go.id/view/.../9f3298192019eb1cc3f2221b39f7a5c1.pdf, akses 6 November 2013). Jadi partisipasi politik pemilih pemula dapat disimpulkan taraf atau derajat sejumlah kelompok pemuda yang baru pertama kali akan menggunakan hak pilihnya dalam kegiatan warga negara biasa (yang tidak mempunyai kewenangan) dalam mempengaruhi proses pembuatan dan pelaksanaan keputusan politik (Surbakti, 1999: 140).

1.7.2 Definisi Operasional

➤ Variabel persepsi pemilih pemula pada kampanye iklan politik calon kepala daerah pilkada sleman 2015 dapat diukur dengan menggunakan indikator :

- Pendapat

Kualitas dari iklan politik tiap calon kepala daerah tentu saja berbeda-beda. Menarik atau tidaknya suatu iklan politik yang ditampilkan dalam sebuah media.

- Pengetahuan

Pengetahuan khalayak tentang iklan politik yang tersebar pada berbagai media.

- Konten

Apa saja yang ditampilkan tentang seorang calon kepala daerah pada iklan kampanye pilkada sleman 2015.

- Durasi

Durasi suatu iklan politik yang muncul pada media akan berdampak khalayak yang melihat iklan politik.

- Frekuensi

Frekuensi tayang dari iklan politik yang ditampilkan pada suatu media yang disaksikan oleh responden.

➤ Variabel persepsi pemilih pemula pada kampanye pertemuan langsung calon kepala daerah pilkada sleman 2015 dapat diukur dengan menggunakan indikator :

- Pendapat

Kualitas dari pertemuan langsung tiap calon kepala daerah tentu saja berbeda-beda. Menarik atau tidaknya suatu pertemuan langsung yang diselenggarakan.

- Pengetahuan

Pengetahuan khalayak tentang pertemuan langsung yang diadakan oleh calon kepala daerah pada pilkada sleman 2015.

- Konten

Apa saja yang ditampilkan tentang seorang calon kepala daerah pada pertemuan langsung kampanye pilkada sleman 2015.

- Durasi

Durasi suatu pertemuan langsung yang diadakan pada berbagai kesempatan dan tempat.

- Frekuensi

Seberapa sering pertemuan langsung yang diadakan oleh calon kepala daerah pada pilkada sleman 2015 yang disaksikan oleh khalayak.

- Variabel tingkat partisipasi politik pemilih pemula pilkada sleman 2015 dapat diukur dengan menggunakan indikator :

- Keikutsertaan dalam menggunakan hak suara

Dalam partisipasi politik dapat dilihat seorang yang ikut serta dalam menggunakan hak suaranya pada pemilu akan ikut memilih dalam pilkada.

- Ketertarikan terhadap calon kepala daerah

Dalam ketertarikan pemilih pemula terhadap calon kepala daerah dapat dilihat apakah pemilih pemula itu ikut memilih dan menggunakan hak pilihnya dalam memilih seorang kepala daerah.

- Keikutsertaan dalam berkampanye

Dalam keikutsertaan berkampanye, kita dapat melihat apakah seorang pemilih pemula berpartisipasi dalam kampanye calon kepala daerah tertentu.

- Keikutsertaan dalam pengawasan

Para pemilih pemula dapat turut melakukan pengawasan selama pilkada berlangsung

- Keikutsertaan dalam topik politik

Aktif mengeluarkan aspirasi terkait pilkada

- Ketertarikan terhadap partai politik

Pemilih pemula yang tertarik terhadap suatu partai politik mungkin untuk menjadi kader dari suatu partai politik.

1.8 Metode Penelitian

1.8.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Data dihimpun menggunakan kuisioner dengan tambahan berbagai informasi kuantitatif tersebut (Singarimbun, 2006: 3). Metode kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, dimana metode ini digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu dengan menggunakan instrumen penelitian untuk pengumpulan data, analisis data bersifat statistik yang bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditentukan.

Proses penelitian dengan menggunakan metode kuantitatif bersifat deduktif, karena untuk menjawab rumusan masalah digunakan konsep atau teori sehingga dapat dirumuskan hipotesis. Hipotesis yang telah dirumuskan kemudian diuji melalui pengumpulan data lapangan. Pada umumnya penelitian yang menggunakan metode kuantitatif menarik sampel secara random sehingga hasil dari penelitiannya dapat menjadi dasar untuk menggeneralisirkan suatu populasi yang menjadi daerah pengambilan sampel penelitian. (Sugiyono, 2007 : 8)

Pada penelitian ini, pendekatan penelitian yang digunakan adalah positivisme karena objek yang diteliti merupakan perilaku sosial pada manusia. "Filsafat positivisme memandang realitas/fenomena dapat diklasifikasikan, relatif tetap, teramati, kongkrit, terukur dan hubungan realitas/fenomena bersifat sebab-akibat." (Bungin, 2011: 39-40) Dimana perilaku sosial merupakan suatu hal yang sangat kompleks untuk diteliti. Paradigma positivisme dipilih untuk menemukan fakta-fakta dan hukum dalam realita sosial yang bersifat general, hubungan sebab akibat yang relatif pasti, serta diprediksi secara meyakinkan (*valid dan reliable*).

Pada penelitian ini menurut jenis atau tipenya merupakan penelitian eksplanasi survei. Pada jenis penelitian ini, peneliti harus membuat hipotesis penelitian kemudian mengujinya untuk mencari hubungan sebab-akibat dari variabel-variabel yang diteliti. (Bungin, 2011: 46-47)

1.8.2 Waktu dan Lokasi Penelitian

Waktu untuk melakukan penelitian ini sampai mendapatkan hasil akhir mencapai enam bulan terhitung April 2016 hingga Desember 2016. Meliputi persiapan penelitian, pengambilan dan pengolahan data, analisis data mempersiapkan laporan penelitian hingga melaporkan hasil akhir penelitian.

Lokasi penelitian yang ditunjuk seperti yang telah disebutkan pada latar belakang yaitu Kabupaten Sleman.

1.8.3 Responden dan Narasumber Penelitian

a. Populasi

Populasi yang diambil dari penelitian ini adalah para pemilih pemula yang tinggal di wilayah Kabupaten Sleman. Yaitu seratus ribu orang atau 10% dari populasi penduduk di Sleman yang berjumlah kurang lebih 1 juta penduduk. Berdasarkan dari data yang dirilis KPU, maka dapat ditentukan bahwa populasi dari

pemilih pemula yang tersebar di kabupaten sleman mencapai 106.344 jiwa. Hal ini mengacu pada hasil pendataan yang dilakukan dimana tertulis bahwa 10% dari daftar pemilih tetap di kabupaten Sleman merupakan pemilih pemula yang belum pernah mengikuti pemungutan suara baik dalam pilkada, pemilu, maupun pilpres.

DATA AGREGAT KEPENDUDUKAN PER KECAMATAN (DAK2)

PROVINSI : DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA

KABUPATEN : SLEMAN

TANGGAL : 17-04-2015

NO	KODE WILAYAH	NAMA KECAMATAN	JENIS KELAMIN (JIWA)		PENDUDUK (JIWA)
			LAKI-LAKI	PEREMPUAN	
1	2	3	4	5	6
	34.04	SLEMAN	538.732	524.716	1.063.448
1	34.04.01	GAMPING	46.760	45.139	91.899
2	34.04.02	GODEAN	35.627	33.924	69.551
3	34.04.03	MOYUDAN	16.480	16.842	33.322
4	34.04.04	MINGGIR	17.031	17.356	34.387
5	34.04.05	SEYEGAN	24.829	24.704	49.533
6	34.04.06	MLATI	46.552	44.509	91.061
7	34.04.07	DEPOK	65.836	60.966	126.802
8	34.04.08	BERBAH	27.013	26.796	53.809
9	34.04.09	PRAMBANAN	26.542	25.995	52.537
10	34.04.10	KALASAN	39.778	38.810	78.588
11	34.04.11	NGEMPLAK	29.576	29.562	59.138
12	34.04.12	NGAGLIK	49.323	47.021	96.344
13	34.04.13	SLEMAN	34.062	33.669	67.731
14	34.04.14	TEMPEL	27.493	27.086	54.579
15	34.04.15	TURI	18.165	18.026	36.191
16	34.04.16	PAKEM	18.299	18.634	36.933
17	34.04.17	CANGKRINGAN	15.366	15.677	31.043

Tabel 1.2

Sumber data : <https://slemankab.kpu.go.id/files/3404.pdf>

Adapun pada penelitian ini mayoritas responden yang didapat dan digunakan sebagai data penelitian ini adalah berasal dari kecamatan Mlati dan Depok. Dua kecamatan inilah yang menjadi mayoritas data responden yang didapat dan digunakan. Beberapa kecamatan seperti Cangkringan, Pakem, Berbah, Moyudan, Seyegan, dan Prambanan didapati dan digunakan pada penelitian ini berjumlah minoritas atau sedikit.

b. Sampel

Sampel adalah responden yang diambil dari pemilih pemula sebesar 100 orang. Sampel dalam penelitian ini dihitung berdasarkan ketentuan besaran sampel

atas besaran populasi dengan menggunakan rumus penentuan besaran populasi sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n = Ukuran Sampel

N = Populasi

e = Tingkat Kepercayaan (1%, 2%, 3%, 4%, 5%)

$$n = \frac{106.344}{1 + 106.344 (10\%)^2} = \frac{106.344}{1 + 1.063,44} = 99,90 \text{ atau dibulatkan menjadi } 100$$

Sumber : (Bungin,2011: 115)

Dengan demikian pada penelitian ini sampel yang ditetapkan berdasar penghitungan adalah 99,90 atau dibulatkan menjadi 100 untuk mempermudah pengumpulan data.

c. Teknik Sampling

Teknik pengambilan sampel yang dilakukan oleh peneliti menggunakan metode *Simple Random Sampling*. Yaitu dengan memilih secara acak responden untuk dijadikan data utama yang akan diolah dan dianalisis. Penentuan responden dalam penelitian ini menggunakan *Simple Random Sampling*. Keputusan untuk menggunakan *Random Sampling* dalam melakukan penelitian ini didasari dengan populasi penelitian yang homogen, dimana anggota populasi memiliki sifat-sifat yang relatif sama satu sama lainnya (Bungin, 2011: 116).

Pada Penelitian ini penulis menyebarkan kuisioner secara online menggunakan kuisioner online pada Google Dokumen. Adapun cara menyebarkannya adalah dengan mengirimkan halaman website terkait kuisioner online dan kemudian disebarluaskan melalui dan kepada kelompok-kelompok yang dianggap layak untuk menjadi responden pada penelitian ini. Kelompok-kelompok yang dianggap layak adalah seperti pelajar SMA tingkat akhir hingga mahasiswa tingkat awal.

1.8.4 Jenis Data

- a. Data primer adalah “ yang langsung diperoleh dari sumber data pertama di lokasi penelitian atau objek penelitian” (Bungin, 2011: 132). Data primer yaitu data yang di dapat secara langsung dari responden melalui instrumen penelitian yaitu kuisioner. Jenis kuisioner yang di gunakan adalah kuisioner langsung tertutup, yaitu merupakan angket yang di rancang sedemikian rupa di sertai dengan alternatif jawaban yang tersedia sesuai dengan keadaan yang dialami responden.
- b. Data sekunder adalah data untuk melengkapi data primer yang di peroleh dari kuisioner, maka data sekunder berupa jurnal-jurnal ilmiah dan referensi para pakar yang sesuai dengan penelitian ini.
- c. Data online adalah data yang didapatkan secara online yang berasal dari jaringan internet dimana memiliki sumber yang terpercaya dan telah terbukti dari kebenaran sumber data online tersebut.

Data penelitian ini merupakan data ordinal yang berdasarkan jumlah relatif beberapa karakteristik data, sehingga di mungkinkan adanya urutan tertentu. Dalam pengukuran data ordinal dalam penelitian ini digunakan skala Likert yaitu :

Sangat setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak setuju	2
Sangat tidak setuju	1

Tabel 1.3

Skala likert adalah skala pengukuran yang menentukan tingkat persetujuan responden terhadap suatu pernyataan dengan memilih salah satu dari pertanyaan yang tersedia dengan lima pilihan skala.

MATRIK KERJA

Variabel	Indikator	Tolak Ukur	Skala Pengukuran
Persepsi pada kampanye iklan politik	Pengetahuan terhadap iklan politik	Responden mengetahui tayangan iklan politik	Likert
	Pendapat terhadap iklan politik	Tanggapan responden mengenai iklan politik	Likert
	Frekuensi menyaksikan iklan politik	Berapa kali responden menyaksikan iklan politik dalam kurun waktu tertentu	Likert
	Durasi menyaksikan iklan politik	Jumlah waktu responden menyaksikan iklan politik	Likert
	Isi tayangan iklan politik	Pesan yang disampaikan pada iklan politik	Likert
Persepsi pada kampanye pertemuan langsung	Pengetahuan terhadap kampanye pertemuan langsung	Responden mengetahui tentang kampanye pertemuan langsung	Likert
	Pendapat terhadap kampanye pertemuan langsung	Tanggapan responden mengenai kampanye pertemuan langsung	Likert
	Frekuensi menyaksikan iklan politik	Berapa kali responden menyaksikan iklan politik dalam kurun	Likert

Partisipasi Politik		waktu tertentu	
	Durasi menyaksikan iklan politik	Jumlah waktu responden menyaksikan iklan politik	Likert
	Isi tayangan iklan politik	Pesan yang disampaikan pada iklan politik	Likert
	Ikut serta menggunakan hak suara	Responden ikut mencoblos	Likert
	Tertarik terhadap salah satu calon kepala daerah	Memilih salah satu calon	Likert
	Ikut berkampanye	Reponden ikut dalam suatu kampanye calon kepala daerah	Likert
	Tertarik suatu parpol	Responden tertarik menjadi kader suatu parpol	Likert

1.8.5 Teknik Pengumpulan Data

Dalam memperoleh data dan kesempurnaan hipotesa yang akan dikembangkan, maka peneliti menggunakan metode/teknik pengumpulan data dengan cara kuisioner langsung tertutup disebar kepada pemilih pemula berdasarkan masyarakat yang berada di Kabupaten Sleman. Data yang dikumpulkan melalui kuisioner akan dijadikan data utama.

Kuisioner-kuisioner akan disebar secara acak kepada calon-calon responden. Kemudian setelah data dari responden penelitian telah cukup maka kemudian data akan dihimpun untuk dianalisis lebih lanjut.

1.8.6 Pengolahan dan Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis statistik dengan memanfaatkan SPSS v16

a. Pengolahan data

Editing : yaitu meliputi kegiatan yang dilaksanakan setelah peneliti menghimpun data lapangan. Kegiatan ini menjadi penting karena kenyataannya bahwa data yang terhimpun kadang kala belum memenuhi harapan peneliti seperti adanya hal yang kurang, terlewatkan, tumpang tindih, kelebihan atau terlupakan (Bungin, 2011: 175).

Koding : Setelah tahap *editing* selesai dilakukan, kegiatan berikutnya adalah mengklarifikasi data-data tersebut melalui tahapan *koding*. Maksudnya bahwa data yang telah diedit tersebut diberi identitas sehingga memiliki arti tertentu pada saat dianalisis (Bungin, 2011: 176).

Tabulasi : Ini merupakan bagian akhir dari pengolahan data yang dimana maksudnya adalah memasukkan data pada tabel-tabel tertentu dan mengatur angka-angka serta menghitungnya (Bungin, 2011: 178).

b. Analisis data

Uji Validitas

“Validitas menunjukkan sejauh mana alat ukur yang digunakan benar-benar dapat mengukur objek yang ingin diukur dalam penelitian” (Sugiyono, 2007: 348). Untuk menguji apakah kuesioner yang digunakan mempunyai kekuatan validitas, tidak dapat dipisahkan dari dua prinsip validitas yaitu unsur ketepatan dan unsur ketelitian. Validitas dalam konteks ini mensyaratkan alat ukur harus mampu mengukur perbedaan yang benar-benar terjadi pada objek yang diukur. Alat ukur harus sensitif terhadap seluruh perbedaan yang ada pada variabel dan perubahan kemungkinan terjadi pada variabel (Ghozali, 2011: 52).

Dalam penelitian ini uji validitas yang digunakan adalah *Construct Validity*. Untuk menguji validitas konstruksi, dapat menggunakan pendapat dari ahli (*judgement experts*). Setelah instrumen dikonstruksi mengenai aspek-aspek yang akan diukur berdasarkan teori tertentu, maka selanjutnya dikonsultasikan dengan ahli. (Sugiyono, 2007: 352)

Rumus yang digunakan peneliti dalam pengukuran ini ialah dengan menggunakan metode *Product Moment Pearson* (Bungin, 2011 : 195), sebagai berikut :

$$r = \frac{n\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{n\sum x^2 - (\sum x)^2\} \{n\sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan :

n = Banyaknya Pasangan data X dan Y

$\sum x$ = Total Jumlah dari Variabel X

$\sum y$ = Total Jumlah dari Variabel Y

$\sum x^2$ = Kuadrat dari Total Jumlah Variabel X

$\sum y^2$ = Kuadrat dari Total Jumlah Variabel Y

$\sum xy$ = Hasil Perkalian dari Total Jumlah Variabel X dan Variabel Y

Dengan demikian., angka korelasi dinyatakan valid jika nilai korelasi yang didapat adalah signifikan atau angka korelasi dari setiap skor pertanyaan dengan skor total berada di angka atas korelasi tabel.

Statistik Deskriptif.

Pada penelitian ini, statistik deskriptif juga dilakukan dengan Distribusi frekuensi data yang telah dihimpun dari beberapa responden untuk ditampilkan.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan pengujian yang dilakukan guna mengetahui pengukuran pada penelitian sudah bebas dari kesalahan (*error*). Apabila pengukuran telah terbebas dari kesalahan (*error*) maka hasil pengukuran yang didapatkan menjadi konsisten pada kondisi yang berbeda dan pada masing-masing butir dalam instrumen. Reliabilitas diukur dengan menggunakan *Cronbach's alpha* yang mencerminkan konsistensi internal alat ukur (Sugiyono, 2007: 354). Nilai minimal *Cronbach's alpha* yang dipakai dalam penelitian ini adalah:

Cronbach's alpha < 0,6 : *reliability* dianggap buruk

Cronbach's alpha 0,6-0,79 : *reliability* diterima

Cronbach's alpha 0,8-1,0 : *reliability* dianggap baik

Maka jika nilai *Cronbach's alpha* satu faktor tidak mencapai 0,60 otomatis akan diabaikan untuk analisis selanjutnya (Ghozali, 2011: 28).

Uji Regresi

Pada penelitian ini, penulis menggunakan analisis regresi linier berganda. Adapun penggunaan analisis regresi linier berganda dipergunakan untuk menguji bagaimana suatu variabel mempengaruhi variabel dan juga seberapa besar pengaruh variabel yang diuji. Dalam analisis ini terdapat variabel independen (X1 dan X2) yang mempengaruhi variabel dependen (Y) dan hasil yang didapatkan bisa digunakan untuk mengetahui bagaimana hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen serta besaran pengaruhnya. (Bungin, 2011: 232). Adapun model analisis regresi sebagai berikut :

$$Y' = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n$$

Keterangan:

Y' = Variabel dependen (nilai yang diprediksikan)

X_1 dan X_2 = Variabel independen

a = Konstanta (nilai Y' apabila $X_1, X_2, \dots, X_n = 0$)

b = Koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)

Sumber : (Bungin, 2011: 232)



1.9 Jadwal penelitian

Tabel 1.5

Jenis Kegiatan	April 2016				Mei 2016				Juni 2016				Juli 2016				Oktober 2016				November 2016				Agustus 2019			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Penyusunan proposal																												
Konsultasi dan revisi																												
Ujian proposal																												
Perbaikan proposal																												
Pembuatan Instrumen																												
Pengujian Instrumen																												
Pengumpulan data																												
Pengolahan dan penyusunan Skripsi																												
Konsultasi dan reivisi																												
Ujian Skripsi																												
Revisi Skripsi setelah ujian																												
Pengumpulan skripsi																												