

PERAN MEDIA MASSA TERHADAP PEMILIH PEMULA DALAM PEMILU PRESIDEN DAN WAKIL PRESIDEN TAHUN 2014

(Studi Kasus Siswa-Siswi Kelas XII SMA Negeri 1 Salatiga)

Budi Sulistiyo

Alumni Prodi S1 Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Komunikasi
Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga

Sri Suwartiningsih

Prodi S1 Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Komunikasi
Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga
sri.suwartiningsih@staff.uksw.edu

Abstract

The term novice voters are regarded to High School Students, College Students, or worker who is between 17 to 21 years old and never been participate or vote in the election. This definition is hand in hand with the law number 10 - 2008, regarding general election that define the minimum or condition of the voter (article 19:1). Novice voters are characterized as educated, critical, independent, fashionable, adaptable, and like to learn new things. Before the Indonesia Presidential Election in 2014, the media were intensively relay informations on the president and vice president candidates. The media have important part in delivering information and knowledge for the citizens about the election. Newspaper, magazines, radio and television are believed to be the most vital part in the political democracy system. The study used the Cultivation Theory Analysis, which focus on how the influence of media to the citizens through the news that were broadcasted in the television continuously. This is a descriptive qualitative study which means to describe the role of media especially television that affect the perspective and the novice voters' attitude toward 2014 the presidential election. The result of this study showed that the role of television station, especially the Metro TV and TV One were vital, because novice voters with their limited knowledge about election, gain informations through those Metro TV and TV One to gain knowledge and information about the 2014 presidential election. As the result, the media is capable to affect the novice voters' point of view to actively participate as voters in the 2014 presidential election.

Keyword: novice voters, role of media, perspective and attitude, politic education.

Pendahuluan

Reformasi yang dimulai sejak berakhirnya pemerintahan Orde Baru pada bulan Mei 1998, telah menghantarkan rakyat Indonesia kepada perubahan di segala bidang, terutama dalam bidang demokrasi politik. Amandemen terhadap Undang-Undang Dasar 1945 telah mengubah aturan-aturan dasar dalam sistem pemilihan umum di Indonesia, terutama dalam pengisian jabatan anggota legislatif, Presiden dan Wakil Presiden (Suryatna, 2007). Sistem pemilihan umum yang sebelumnya hanya melibatkan masyarakat sebagai pemilih partai, kini juga telah menjadikan mereka sebagai pemilih langsung (Ridwan, 2004).

Berdasarkan data Pemilihan Umum (Pemilu) Tahun 2004 dan Tahun 2009, tingkat partisipasi pemilih menunjukkan kecenderungan menurun. Data Komisi Pemilihan Umum (KPU) menunjukkan pada Pemilu Legislatif Tahun 2004, dari sekitar 147 juta pemilih yang terdaftar, 23,37% tidak menggunakan hak pilih atau dikenal dengan istilah golongan putih (golput). Sedangkan pada Pemilu Legislatif Tahun 2009, dari sekitar 176 juta pemilih, 39,2% golput. Demikian juga saat Pemilihan Presiden Tahun 2004, tercatat 23,34% golput dan meningkat menjadi 27,4% pada Pemilihan Presiden (Pilpres) Tahun 2009. (Media Online beritasatu.com, Minggu 7 Juli 2013).

Berdasarkan persentase tersebut di atas, pemilih pemula mempunyai porsi yang signifikan. Data yang di peroleh dari KPU pada Pemilu Tahun 2004, jumlah pemilih pemula sekitar 27 juta dari 147 juta pemilih, sedangkan pada Pemilu Tahun 2009 ada sekitar 36 juta pemilih pemula dari 171 juta pemilih. Data Badan Pusat Statistik (BPS) Tahun 2010 penduduk Indonesia usia 15-19 tahun adalah 20.871.086 orang, dan usia 20-24 tahun sebanyak 19.878.417 orang. Pemilih pemula adalah golongan penduduk usia 17 tahun hingga 21 tahun.

Menjelang Pilpres Tahun 2014 media massa mulai gencar memberitakan hal-hal yang berkaitan dengan calon presiden dan calon wakil presiden pada Pemilu Tahun 2014 mendatang. Media massa mempunyai peranan penting dalam hal untuk memberikan informasi dan juga memberikan pendidikan kepada masyarakat mengenai Pemilu. Media massa, terutama surat kabar, majalah, radio, dan televisi pada umumnya diyakini

merupakan bagian yang vital dalam sistem politik demokrasi. Dimana dalam era keterbukaan ini, media massa memainkan peran-peran yang penting, seperti memberikan informasi kepada khalayak mengenai berbagai isu penting, menyediakan diri sebagai forum untuk terselenggaranya debat publik, dan bertindak sebagai saluran untuk mengartikulasikan aspirasi-aspirasi. Televisi sebagai salah satu bagian dari media massa merupakan salah satu media yang paling luas dikonsumsi oleh masyarakat.

Menurut Wirodono (2006:vii), perkembangan keberadaan televisi melampaui media massa lain, seperti media cetak: koran, majalah dan buku. Televisi merupakan media yang banyak digemari masyarakat karena menyajikan hiburan secara audio maupun visual. Yang menjadi daya tarik sebuah televisi adalah kata-kata, musik dan juga efek suara (*sound effect*) inilah yang membuat televisi lebih unggul dari radio. Televisi menyajikan visual berupa gambar bergerak atau hidup yang memberikan kesan mendalam bagi pemirsanya. Effendy dan Uchjana (2003 :177).

Seperti yang dituturkan Morissan (2004:1), bagi banyak orang televisi adalah teman bahkan televisi menjadi cermin perilaku masyarakat dan televisi dapat menjadi candu, serta tidak dapat dipungkiri bahwa televisi telah menjadi kebutuhan primer dalam kehidupan masyarakat Indonesia. Media televisi tidak terbatas hanya sebagai media hiburan, tetapi juga berfungsi sebagai media informasi sekaligus alat *social control*.

Berdasarkan uraian berbagai fenomena mengenai pemilih pemula dan bagaimana pengaruh media televisi terhadap kehidupan khalayak di atas, penulis dalam penelitian ini ingin melihat peran media dalam mempengaruhi perspektif dan sikap memilih para pemilih pemula dalam Pemilu 2014.

Televisi Sebagai Media Massa

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, televisi adalah sebuah alat penangkap siaran bergambar. Secara sederhana kita dapat mendefinisikan televisi sebagai media massa yang menampilkan siaran berupa gambar dan suara dari jarak jauh. Sebagai media massa, televisi merupakan sarana komunikasi massa. Komunikasi massa sendiri mempunyai definisi sederhana seperti yang dikemukakan Bittner (dalam Rakhmat,2005:188) "*Mass communication is message communicated through a mass medium to a large*

of people" (komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang).

Ini berarti antara televisi dan komunikasi massa yang menyangkut khalayak banyak sangat berkaitan satu sama lain. Kemampuan televisi tidak dapat diwujudkan oleh media lain sebelumnya sehingga televisi menjadi medium pembenaran mendekati kaidah ilmiah telah terjawab melalui medium yang absurd, maya, dan juga penuh dengan kebohongan. Televisi memproduksi sifat dan kemampuan yang ada pada semua manusia, dalam interaksi dengan manusia lain (Bungin, 2001:79).

Televisi Sebagai Media Pendidikan

Televisi selain sebagai media hiburan dan informasi juga dapat digunakan sebagai media pendidikan. Karakteristik audio visual yang lebih dirasakan perannya dalam mempengaruhi khalayak, sehingga dapat dimanfaatkan oleh negara dalam menyukseskan pembangunan dalam bidang pendidikan melalui program televisi sebagai sarana pendukung. Persuasi serta provokasi acara televisi memang mudah sekali membuat penontonnya bereaksi. Apalagi komunikasi yang terbentuk oleh televisi dan penontonnya adalah komunikasi satu arah. Sehingga komunikator atau dalam hal ini misalnya penyiar berita, tak bisa berkomunikasi secara langsung dengan komunikan atau penonton. Sehingga tidak terjadi komunikasi efektif seperti halnya dalam komunikasi intrapersonal. Situasi komunikator yang demikian, menunjukkan bahwa komunikasi melalui media massa, komunikator tidak mampu mengendalikan arus informasi, karena komunikan tidak dapat interupsi untuk menanyakan/menyanggah informasi yang disampaikan. Sebaliknya komunikator juga tidak mengetahui reaksi dari komunikan saat komunikasi sedang berlangsung. Baru beberapa waktu kemudian reaksi dari komunikannya diketahuinya. Itu pun masih harus dilakukan dengan melakukan penelitian secara mendalam.

Umpan balik dalam suatu proses komunikasi merupakan sesuatu yang sangat penting, yaitu sebagai bahan masukan yang diperlukan untuk penyempurnaan siaran pada masa mendatang (Darwanto, 2007:47). Yang lebih dikhawatirkan adalah jika hal ini terjadi pada anak-anak. Mereka yang masih polos relatif lebih mudah terpengaruh oleh siaran televisi. Anak-anak biasanya mudah terpengaruh dan menurut pada apa yang mereka dapat dari siaran televisi. Malah kadang mereka lebih percaya pada televisi ketimbang

pada nasihat orang tua atau orang di sekitar mereka. Hal ini tentu harus diwaspadai karena dapat berakibat fatal jika terus dibiarkan. Menurut Patricia Marks Greenfield yang ditulis dalam buku *Mind and Media*, diungkapkan bahwa media sebagai pembawa pesan bersifat “netral”. Artinya dapat berpengaruh positif maupun negatif terhadap penontonnya, khususnya anak-anak, bukan bersumber pada medianya, melainkan bagaimana memanfaatkan media tersebut. Dengan demikian, peran orang tua sangat dominan terhadap adanya pengaruh positif maupun negatif terhadap anak-anak itu (Darwanto, 2007: 121).

Teori Kultivasi

Teori kultivasi (*cultivation theory*) pertama kali dikenalkan oleh Professor George Gerbner, seorang Dekan Emiritus dari *Annenberg School for Communication* di Universitas Pennsylvania (McQuail, 1987). Asumsi mendasar dari teori kultivasi adalah terpaan media yang terus-menerus akan memberikan gambaran dan pengaruh pada persepsi pemirsanya. Teori kultivasi dalam bentuknya yang paling mendasar, percaya bahwa televisi bertanggung jawab dalam membentuk, atau mendoktrin konsepsi pemirsanya mengenai realitas sosial yang ada disekelilingnya. Pengaruh-pengaruh dari televisi yang berlangsung secara simultan, terus-menerus, secara tersamar telah membentuk persepsi individu/audiens dalam memahami realitas sosial. Lebih jauh lagi hal tersebut akan mempengaruhi budaya kita secara keseluruhan.

Hipotesis umum dari analisis teori kultivasi adalah orang yang lebih lama ‘hidup’ dalam dunia televisi (*heavy viewer*) akan cenderung melihat dunia nyata seperti gambaran, nilai-nilai, potret, dan ideology yang muncul pada layar televisi. (J. Bryant and D. Zillman (Eds), 2002). Hipotesis ini menjelaskan bahwa realitas sama dengan yang ada di televisi.

Dalam riset proyek indikator budaya (*cultural indicator research project*) terdapat lima asumsi yang dikaji Gerbner dan koleganya (Baran, 2003 : 324-325).

1. Televisi secara esensial dan fundamental berbeda dari bentuk media massa lainnya. Televisi tidak menuntut melek huruf seperti pada media surat kabar, majalah dan buku. Televisi bebas biaya, sekaligus menarik karena kombinasi gambar dan suara.

2. Medium televisi menjadi *the central cultural arm* masyarakat Amerika, karena menjadi sumber sajian hiburan dan informasi.
3. Persepsi seseorang akibat televisi memunculkan sikap dan opini yang spesifik tentang fakta kehidupan. Karena kebanyakan stasiun televisi mempunyai target khalayak sama, dan bergantung pada bentuk pengulangan program acara dan cerita (drama).
4. Fungsi utama televisi adalah untuk medium sosialisasi dan enkulturasi melalui isi tayangannya (berita, drama, iklan) sehingga pemahaman akan televisi bisa menjadi sebuah pandangan ritual/berbagi pengalaman daripada hanya sebagai medium transmisi.
5. Observasi, pengukuran, dan kontribusi televisi kepada budaya relatif kecil, namun demikian dampaknya signifikan.

Menurut teori kultivasi ini, televisi menjadi media atau alat utama dimana para pemirsa televisi itu belajar tentang masyarakat dan kultur lingkungannya. Dengan kata lain, persepsi apa yang terbangun di benak Anda tentang masyarakat dan budaya sangat ditentukan oleh televisi. Ini artinya, melalui kontak Anda dengan televisi, Anda belajar tentang dunia, orang-orangnya, nilai-nilainya serta adat kebiasannya.

Pendekatan yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah konstruktif-kualitatif yang merupakan turunan dari paradigma konstruktivisme. Dengan jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif. Unit analisa dari penelitian ini adalah peran media televisi terhadap perspektif dan sikap memilih sedangkan unit amatannya adalah pemilih pemula yaitu siswa-siswi kelas XII SMA N 1 Salatiga.

Merujuk kepada tujuan penelitian ini, maka data primer dari penelitian ini adalah data hasil wawancara dan kuisioner yang diberikan kepada siswa-siswi kelas XII SMA N 1 Salatiga, sedangkan data sekunder yang dipakai adalah data-data yang didapat melalui artikel, website serta literatur yang relevan.

Pembahasan

Pada bagian ini penulis menyajikan hasil penelitian dari hasil analisis kuesioner dan hasil analisis wawancara terhadap siswa-siswi kelas XII SMA N 1 Salatiga, karena dalam hal ini penulis mengambil studi kasus di SMA N 1 Salatiga. Penulis memilih kelas XII karena penulis menganggap bahwa siswa-

siswi kelas XII sudah memiliki cukup umur untuk memberikan hak suaranya dalam Pemilu Presiden Tahun 2014. Responden tergolong ke dalam pemilih pemula dalam Pemilu 2014. Pemilih pemula di Indonesia dibagi menjadi tiga kategori. *Pertama*, pemilih yang rasional, yakni pemilih yang benar-benar memilih partai berdasarkan penilaian dan analisis mendalam. *Kedua*, pemilih kritis emosional, yakni pemilih yang baru pertama kali memilih karena usia mereka baru memasuki usia pemilih.

Pemilih pemula adalah mereka yang berstatus sebagai pelajar, mahasiswa atau pekerja muda yang berumur 17 tahun hingga 21 tahun dan belum pernah ikut mencoblos dalam Pemilu. Pemahaman ini senada dengan UU NO.10 Tahun 2008 tentang Pemilu menyebutkan bahwa warga Negara yang sudah berumur 17 tahun atau sudah menikah berhak ikut memilih (pasal 19 ayat 1). Pemilih pemula dengan karakteristiknya terpelajar, kritis, mandiri, *fashionable*, *adaptable*, dan cenderung mau belajar hal-hal baru. Pengenalan proses Pemilu sangatlah penting untuk dilakukan kepada pemilih pemula terutama mereka yang baru berusia 17 tahun. KPU dibantu dengan pihak terkait lainnya termasuk media massa harus mampu memberikan kesan awal yang baik tentang pentingnya suara mereka dalam Pemilu, bahwa suara mereka dapat menentukan pemerintahan selanjutnya dan meningkatkan kesejahteraan hidup bangsa. Pemahaman yang baik itu diharapkan dapat menjadi motivasi untuk terus menjadi pemilih yang cerdas. Pemilih pemula lainnya juga mempunyai peranan penting sehingga diperlukan kebijakan strategis yang memudahkan mereka dalam memberikan suara.

Dalam penelitian ini penulis memperoleh 89 responden siswa-siswi kelas XII SMA N 1 Salatiga, responden yang sudah mempunyai hak pilih dalam Pemilu 2014 sebanyak 64 orang atau 71,9% dan sisanya adalah responden yang belum mempunyai hak pilih dalam Pemilu Presiden 2014. Penulis dalam penelitian ini ingin melihat seberapa besar peran media massa televisi dalam mempengaruhi perspektif dan sikap memilih pemilih pemula dalam Pemilu Presiden dan Wakil Presiden Tahun 2014.

Berikut tabel lama menonton acara televisi berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh melalui penyebaran kuisioner.

Tabel 1. Frekuensi Lama Menonton Televisi

Lama Menonton	Jumlah	Persentase
< 3 jam	25	39,06%
3-5 Jam	27	42,18%
>5jam	12	18,76%
Jumlah	64	100%

Sumber : data primer yang sudah diolah

Dari tabel 1 dapat dilihat bahwa sebanyak 25 orang penonton dengan skala rendah atau *light viewers* atau 39,06 % dan penonton dengan skala sedang sebanyak 27 orang atau sebesar 42,18% dan sebanyak 12 orang termasuk kedalam penonton dengan skala besar atau *heavy viewers* atau sebesar 18,76 %. Dari data tabel di atas dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden yang mempunyai hak pilih dalam Pemilu presiden 2014 termasuk kedalam penonton dengan skala menonton menengah karena terdapat 27 responden atau sebesar 42,18% yang menonton televisi 3-5 jam dalam sehari.

Dalam tabel 2 penulis memperlihatkan data tentang stasiun televisi berita apa yang paling sering di akses oleh responden sebagai acuan mereka untuk mengikuti Pemilu Presiden dan Wakil Presiden 2014

Tabel 2. Stasiun Berita TV Yang Di Akses

Stasiun TV	Jumlah	Persentase
Metro TV	26	40,62%
TV One	12	18,76%
Media Lainnya	26	40,62%
Jumlah	64	100%

Sumber : data primer yang sudah diolah

Dari tabel 2 dapat dilihat bahwa reponden yang mengakses berita melalui media Metro TV sebanyak 26 orang sebesar 40,62%, responden yang mengakses berita melalui media TV One sebanyak 12 orang atau sebesar 18,76%, dan responden yang menggunakan media selain Metro TV dan TV One sebanyak 26 orang atau 40,62%. Dari tabel 2 dapat disimpulkan bahwa responden sebagian besar menggunakan media massa Metro TV untuk mengakses berita tentang pemilihan Presiden dan Wakil Presiden. Sehingga penulis dapat melihat bahwa Metro TV merupakan media massa yang sering

diakses oleh responden untuk memperoleh perkembangan berita tentang Pemilu dan juga tentang rekam jejak pasangan calon Presiden dan Wakil Presiden dalam Pemilu Presiden dan Wakil Presiden Tahun 2014.

Dari tabel 2, penulis selanjutnya ingin melihat bagaimana perspektif atau cara pandang responden terhadap Pemilu Presiden dan Wakil Presiden Tahun 2014.

Tabel 3. Perspektif Pemilih Pemula Dalam Pemilu Presiden dan Wakil Presiden 2014

Pertanyaan	Jawaban Responden		Jumlah
	Ya	Tidak	
Apakah anda butuh pengetahuan dan informasi tentang Pemilu	58	6	64
Apakah anda memiliki perhatian terhadap Pemilu	57	7	64
Apakah anda menonton acara berita di Metro TV dan TV One	53	11	64
Menurut anda bagaimana pemberitaan Metro TV dan TV one mengenai pasangan calon	55	9	64

Sumber : data primer yang sudah diolah

Dari tabel 3 dapat dilihat bahwa 58 responden mengaku membutuhkan informasi tentang Pemilu Presiden dan Wakil Presiden Tahun 2014, kemudian 57 orang mengatakan bahwa mereka memiliki perhatian terhadap Pemilu Presiden dan Wakil Presiden Tahun 2014, 53 orang mengatakan menonton acara berita di Metro TV dan TV One, dan 55 orang responden mengatakan bahwa pemberitaan media televisi terutama TV One dan Metro TV tidak berimbang.

Dari tabel 3 dapat disimpulkan bahwa media massa memberikan perspektif terhadap pemilih pemula bahwa mereka memandang Pemilu sebagai sesuatu hal yang penting, karena sebesar 57 orang menyatakan mereka mempunyai perhatian terhadap Pemilu Presiden dan Wakil Presiden 2014. Dalam hal ini penulis dapat menyimpulkan bahwa sebenarnya pemilih pemula sekarang ini sudah mempunyai cara pandang yang lebih baik terhadap Pemilu, pemilih pemula saat ini sudah tergolong ke dalam pemilih yang cerdas, karena mereka mau memberikan perhatian mereka terhadap

Pemilu, mereka menganggap hal ini merupakan sebuah langkah awal sebagai pemilih pemula. Selanjutnya penulis juga melihat bahwa media massa televisi memberikan mereka sesuatu hal yang membuat pemilih pemula sadar mengenai arti pentingnya Pemilu.

Hal yang sedikit disayangkan oleh pemilih pemula dalam Pemilu saat ini adalah, adanya media massa yang memberikan pemberitaan kedua pasangan calon presiden dan calon wakil presiden 2014 secara tidak seimbang, sehingga hal ini mengakibatkan pemilih pemula harus lebih cerdas dan jeli lagi dalam memberikan pilihan politiknya dalam Pemilu Presiden dan Wakil Presiden 2014. Hal ini dapat dilihat dari sebanyak 53 orang responden mengaku menonton berita tentang Pemilu Presiden dan Wakil Presiden 2014, sehingga menurut penulis sebaiknya media massa kembali kepada jalur yang benar sesuai dengan tujuan dan fungsi media yang sebenarnya. Kemudian responden akan memberikan sikapnya untuk ikut berpartisipasi aktif dalam Pemilu Presiden dan Wakil Presiden 2014.

Media massa merupakan sarana paling efektif digunakan untuk menyebarkan dan menjangkau informasi politik. Dalam hal ini media bukan saja sebagai sumber informasi politik melainkan kerap menjadi faktor pendorong (*trigger*) terjadinya perubahan politik (Suwardi, 2004). Disamping itu media memiliki potensi mentransfer dan mengekspos informasi politik bagi pembentukan opini publik.

Keikutsertaan media dalam membentuk opini publik merupakan upaya membangun sikap dan tindakan khalayak mengenai sebuah masalah politik dan/atau aktor politik. Dalam kerangka ini media menyampaikan pembicaraan-pembicaraan politik kepada khalayak. Bentuk pembicaraan politik tersebut dalam media antara lain berupa teks atau berita politik yang di dalamnya terdapat pilihan simbol politik dan fakta politik. Karena kemampuan ini pula media massa sering dijadikan alat propaganda dalam komunikasi politik.

Selain menjadi sumber informasi, media massa juga merupakan saluran komunikasi bagi para aktor politik. Cara-cara media menampilkan peristiwa-peristiwa politik dapat mempengaruhi persepsi para aktor politik dan masyarakat mengenai perkembangan politik. Melalui fungsi kontrol sosialnya, bersama institusi sosial lainnya, secara persuasif media massa bisa menggugah partisipasi publik untuk serta dalam merombak struktur politik.

Metro TV dan TV One menjadi media massa yang paling gencar memberitakan tentang Pemilu Presiden dan Wakil Presiden 2014. Pemberitaan mengenai rekam jejak para pasangan calon Presiden dan Wakil Presiden serta pemberian visi misi kepada publik. Hal itu merupakan peran media massa televisi sebagai media informasi dan juga media edukatif bagi pemilih pemula dalam Pemilu Presiden dan Wakil Presiden 2014, untuk ikut andil dan berpartisipasi aktif dalam mengikuti kegiatan Pemilu. Penulis dalam penelitian ini ingin melihat seberapa besar pengaruh informasi dan edukasi dari Metro TV dan TV One dalam mempengaruhi cara pandang dan sikap mereka dalam Pemilu Tahun 2014.

Tabel 4 bagaimana peran media massa televisi dalam mempengaruhi sikap memilih pemilih pemula dalam Pemilu Presiden dan Wakil Presiden Tahun 2014

Tabel 4. Peran Media Massa Televisi Dalam Mempengaruhi Sikap Memilih Pemilih Pemula

Pertanyaan	Jawaban		Jumlah
	Ya	Tidak	
Apakah anda mempunyai hak pilih dalam Pemilu presiden 2014	64		64
Jika anda mempunyai hak pilih apakah anda menggunakan hak pilih itu	63	1	64
Hal apa yang mendorong anda untuk menggunakan hak pilih dengan baik dan benar	62	2	64
Apakah media televisi mempunyai peran dalam menentukan arah pilihan anda dalam Pemilu 2014	30	34	64
Apakah acara berita yang anda tonton di metro tv dan tv one membuat anda untuk memilih	27	37	64
Menurut anda apakah media massa televisi sudah berperan sebagai alat promosi, sarana informasi, dan sarana sosialisasi Pemilu presiden 2014	53	11	64

Sumber : data primer yang sudah diolah

Berdasarkan tabel 4 mengenai bagaimana sikap pemilih pemula dalam menghadapi Pemilu Presiden dan Wakil Presiden Tahun 2014, semua responden mempunyai hak pilih dalam Pemilu Tahun 2014 sebanyak 64 orang, 63 orang mengaku menggunakan hak pilih mereka dalam Pemilu Tahun 2014, sebanyak 1 orang tidak menggunakan hak pilih nya dalam Pemilu Tahun 2014, 62 orang mengaku hal yang mendorong mereka untuk berpartisipasi aktif dalam Pemilu Tahun 2014 adalah untuk memenuhi kewajiban sebagai warga negara yang baik dan mereka mengaku sadar tentang arti pentingnya Pemilu bagi dirinya sendiri dan juga bagi negara, 30 orang mengatakan bahwa media televisi berperan dalam menentukan arah pilihan responden, sedangkan 34 orang responden mengaku tidak terpengaruh dengan media televisi, 27 orang mengatakan bahwa Metro TV dan TV One memberikan pengaruh responden untuk ikut berpartisipasi aktif dalam Pemilu presiden 2014, 37 orang mengatakan Metro TV dan TV One tidak memberikan pengaruh terhadap responden untuk mengikuti Pemilu. 53 orang mengatakan bahwa peran media massa televisi dalam memebrikan informasi tentang Pemilu Presiden dan Wakil Presiden Tahun 2014 sudah cukup baik, 11 orang mengatakan televisi atau media massa tidak berperan dengan baik, karena ada kecenderungan memberitakan secara tidak berimbang.

Berdasarkan data pada tabel 4, penulis melihat bahwa semua responden mempunyai hak pilih dalam Pemilu Presiden dan Wakil Presiden Tahun 2014 dan 63 orang mengatakan menggunakan hak pilih mereka dalam Pemilu Presiden dan Wakil Presiden Tahun 2014. Penulis kemudian dapat menyimpulkan bahwa pemilih pemula sekarang ini sudah menjadi pemilih yang cerdas, karena mau ikut berpartisipasi aktif dalam Pemilu Presiden dan Wakil Presiden Tajun 2014. Pemilih pemula yang sebelumnya dikatakan Golput dan cenderung tidak mau tahu mengenai Pemilu Presiden dan Wakil Presiden Tahun 2014, menjadi pemilih pemula yang cerdas dan mau menggunakan hak pilih mereka untuk berpartisipasi aktif dalam Pemilu Presiden dan Wakil Presiden Tahun 2014. Dalam hal ini media massa memiliki peran untuk merubah sikap pemilih pemula menjadi lebih baik, karena dapat dilihat dari hasil penelitian 63 orang mengaku menggunakan hak pilih mereka dalam Pemilu Presiden dan Wakil Presiden Tahun 2014. 30 responden mengatakan bahwa media massa membantu mereka untuk menentukan arah pilihan dalam Pemilu Presiden dan Wakil Presiden Tahun 2014, sedangkan 34 reponden mengaku media massa tidak memberikan pengaruh terhadap arahan pilihan mereka dalam Pemilu Presiden dan Wakil

Presiden Tahun 2014. Berita Metro TV dan TV One berperan untuk membuat 27 responden memberikan pilihan mereka dalam Pemilu Presiden dan Wakil Presiden Tahun 2014, sedangkan 37 responden mengikuti Pemilu bukan karena pengaruh dari media massa televisi. Dalam hal ini penulis dapat menyimpulkan bahwa responden secara keseluruhan mengatakan media massa televisi mempunyai peran yang cukup signifikan dalam menentukan pilihan mereka dalam Pemilu Presiden dan Wakil Presiden Tahun 2014.

Peran Media Massa dalam Mempengaruhi Perspektif dan Sikap Memilih Pemilih Pemula

Dari hasil penelitian tentang bagaimana peranan media massa yang secara intens memberikan tayangan – tayangan mengenai berita politik Pemilu dan juga rekam jejak kedua pasangan calon Presiden dan Wakil Presiden Tahun 2014. Penulis memperoleh pengertian bahwa media massa televisi memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap cara pandang mereka dalam Pemilu dan juga sikap mereka dalam mengikuti atau turut aktif berpartisipasi dalam Pemilu Presiden dan Wakil Presiden Tahun 2014. Berita-berita dan juga *talkshow* interaktif yang diangkat oleh Metro TV dan TV One menjadikan bukti bahwa media massa ingin memperlihatkan dan ingin mengajak para pemilih untuk memberikan pilihannya dalam Pemilu Presiden dan Wakil Presiden Tahun 2014. Pemilih pemula yang belum tau banyak tentang apa itu Pemilu dan siapa saja pasangan calon Presiden dan Wakil Presiden Tahun 2014, dengan media massa televisi mereka menjadi tahu. Penulis melihat hal ini dari berbagai jawaban responden yang sebagian besar mengatakan bahwa media televisi memberikan pengaruh yang cukup besar terhadap cara pandang mereka dan juga sikap mereka untuk berpartisipasi aktif dalam Pemilu Presiden dan Wakil Presiden Tahun 2014.

Hipotesis umum dari analisis teori kultivasi adalah orang yang lebih lama ‘hidup’ dalam dunia televisi (*heavy viewer*) akan cenderung melihat dunia nyata seperti gambaran, nilai-nilai, potret, dan ideology yang muncul pada layar televisi. (J. Bryant and D. Zillman (Eds), 2002). Hipotesis ini menjelaskan bahwa realitas sama dengan yang ada di televisi.

Dari hasil peneilitan diatas dapat dilihat bahwa responden yang termasuk penonton berat 39 orang mengatakan bahwa media massa memberikan pengaruh yang besar terhadap perspektif dan sikap mereka

dalam Pemilu Presiden dan Wakil Presiden Tahun 2014. Hal ini dapat dilihat dari hasil penelitian yang menyatakan sebanyak 63 orang mengaku menggunakan hak pilih mereka dalam Pemilu Presiden dan Wakil Presiden Tahun 2014 karena mendapat pengaruh dari terpaan media massa Metro TV dan TV One. Dari sini penulis dapat menyimpulkan bahwa peran media masih sangat besar dalam hal mempengaruhi pemilih pemula untuk ikut serta berpartisipasi aktif dalam Pemilu Presiden dan Wakil Presiden Tahun 2014.

Dalam hal ini dapat dilihat bahwa penonton berat televisi sebanyak 39 orang lebih mengakui bahwa cara pandang dan sikap mereka sedikit banyak dipengaruhi oleh media massa, sehingga pemilih pemula bisa ikut berperan serta aktif dalam Pemilu Presiden dan Wakil Presiden Tahun 2014, sehingga seorang penonton berat mereka akan mengikuti proses Pemilu Presiden dan Wakil Presiden Tahun 2014 sampai pada ranah *behavioral* yaitu mereka merasa bahagia karena telah memberikan hak pilih dalam Pemilu dan juga memberikan suara mereka dalam Pemilu untuk salah satu pasangan calon. Sedangkan penonton ringan televisi sebanyak 25 orang mengaku bahwa media massa tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap cara pandang dan sikap mereka dalam mengikuti kegiatan Pemilu Presiden dan Wakil Presiden Tahun 2014. Karena mereka menganggap tidak hanya media massa saja yang memberikan mereka gambaran tentang Pemilu tetapi masih ada pihak – pihak lain yang turut mendorong mereka untuk ikut berpartisipasi aktif dalam Pemilu Presiden dan Wakil Presiden Tahun 2014. Dalam hal ini penulis dapat memberikan kesimpulan bahwa seorang penonton ringan mempunyai cara pandang dan sikap yang hampir sama dengan penonton berat tetapi hanya saja hal yang membedakan diantara keduanya adalah bahwa penonton berat semua yang mempengaruhi mereka adalah media massa televisi sedangkan penonton ringan tidak semua pengaruh berasal dari televisi, melainkan masih ada pihak lain yang membuat mereka untuk turut berpartisipasi aktif dalam Pemilu Presiden dan Wakil Presiden Tahun 2014.

Dari berbagai uraian di atas dapat dilihat bahwa pecandu berat televisi cenderung akan menentukan pilihan mereka dalam Pemilu sesuai dengan apa yang mereka lihat di televisi dan dianggap baik oleh responden, sedangkan pecandu ringan televisi lebih mempunyai pandangan yang berbeda bahwa mereka tidak hanya percaya terhadap apa yang disampaikan oleh media televisi, tetapi mereka juga masih mau mendengarkan dorongan –

dorongan yang muncul dari pihak lain untuk ikut serta aktif sebagai pemilih dalam Pemilu Presiden dan Wakil Presiden Tahun 2014.

Kesimpulan

Media massa Metro TV dan TV One mempunyai peranan yang cukup besar untuk mendorong mereka berpartisipasi aktif dalam Pemilu Presiden dan Wakil Presiden Tahun 2014. Hal ini dapat dilihat dari 38 orang responden mengaku melihat berita tentang Pemilu Presiden dan Wakil Presiden Tahun 2014 melalui media massa televisi Metro TV dan TV One. Media massa juga memberikan perspektif mereka ke arah yang lebih baik, sehingga mereka bisa menentukan pilihan mereka sesuai dengan apa yang mereka lihat di televisi, baik itu dari pemaparan visi – misi kedua pasangan calon Presiden dan Wakil Presiden maupun rekam jejak kedua pasangan calon Presiden dan Wakil Presiden dalam Pemilu Presiden dan Wakil Presiden Tahun 2014. Media televisi juga membuat sikap pemilih pemula menjadi aktif dan ikut memberikan hak pilihnya kedalam Pemilu Presiden dan Wakil Presiden Tahun 2014. Sikap mereka yang digambarkan apatis dan tidak mau tahu tentang Pemilu Presiden dan Wakil Presiden Tahun 2014 menjadi berbeda setelah mendapatkan terpaan yang intens dari media massa televisi dengan berbagai berita-berita mengenai rekam jejak kedua pasangan calon Presiden dan Wakil Presiden maupun hasil-hasil dari debat kandidat calon Presiden dan Wakil Presiden.

Pecandu berat televisi mendapatkan pengaruh yang cukup besar terhadap cara pandang dan sikap mereka dalam berpartisipasi aktif dalam Pemilu Presiden dan Wakil Presiden Tahun 2014. Sebanyak 39 orang pecandu berat televisi mengatakan bahwa televisi merupakan sarana informasi mereka untuk lebih mengetahui tentang Pemilu dan juga sebagai sarana untuk menentukan pilihan mereka dalam Pemilu Presiden dan Wakil Presiden Tahun 2014. Sedangkan pecandu ringan televisi sebanyak 25 orang mengaku bahwa bukan hanya dari televisi mereka memperoleh informasi tentang Pemilu, tetapi mereka juga mendapatkan informasi dari orang-orang lain yang ada disekitar lingkungan mereka tinggal.

Penulis mengambil kesimpulan bahwa pecandu berat televisi dan pecandu ringan televisi sama-sama sampai pada ranah sikap *behavioral*. Namun yang membedakan diantaranya adalah pecandu ringan televisi mempunyai dorongan lain selain dari media massa televisi untuk

menentukan sikap dan pilihannya dalam Pemilu Presiden dan Wakil Presiden Tahun 2014, karena sebanyak 30 orang responden mengatakan televisi tidak mempunyai peranan besar dalam menentukan sikap mereka untuk berperan serta aktif dalam Pemilu Presiden dan Wakil Presiden Tahun 2014.

Media massa mempunyai peran yang besar dalam menentukan perspektif dan sikap memilih pemilih pemula dalam Pemilu Presiden dan Wakil Presiden Tahun 2014. Dengan media massa pemilih pemula menjadi tahu tentang informasi-informasi mengenai Pemilu Presiden dan Wakil Presiden Tahun 2014.

Referensi

- Agus, Salim. 2006. Teori & Paradigma Penelitian Sosial. Yogyakarta : Tiara Wacana
- Baran, Stanley J. 2003. Mass Communication Theory; Foundations, Ferment, and future, 3rd edition. Belmont, CA : Thomson Learning.
- Budiardjo Miriam. (1982). Masalah Kenegaraan, Jakarta: PT Gramedia.
- Bungin, Burhan, ed. 2004. Metodologi Penelitian Kualitatif. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Bungin, Burhan. 2001. Erotika Media Massa. Surakarta: Muhammadiyah University Press.
- Darwanto. 2007. Televisi Sebagai Media Pendidikan. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Effendy, Onong Uchjana. 1984. Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek, Bandung: Rosda Karya.
- Effendy, Onong Uchjana. (2003), Prof., MA., Ilmu, Teori dan Komunikasi, Bandung: Penerbit PT. Citra Aditya Bakti.
- Handoko, T. Tani – 1998. Managemen. Yogyakarta : Badan Penerbit Fakultas Ekonomi.
- Ihalauw, John. 2004. Bangunan Terori. Salatiga : Satya Wacana.
- Iskandar, Deddy. 2005. Jurnalistik Televisi. Bandung : PT Remaja Rosda Karya.
- Keith Faulks. 2010. Sosiologi politik: suatu pengantar kritis. Bandung: Nusamedia.
- Koentjaraningrat. Kebudayaan Jawa. Jakarta : Balai Pustaka.
- Kountur, Ronny. 2004. Metode Penelitian Untuk Penulisan Skripsi Dan Tesis, Jakarta: penerbit PPM.
- Kriyantono, Rahmat. 2006. Teknik Praktis Riset Komunikasi. Jakarta
- Masyhuri dan Zainudin, M. 2008. Metode Penelitian : pendekatan praktis dan aplikati. Bandung : Refika Aditama
- McQuail, Denis. 1987. Komunikasi Massa. Jakarta : Erlangga
- Mulyana Deddy, Rakhmat Jalaludin, 2005. Komunikasi Antar Budaya. Bandung : PT Remaja Rosda Karya.

- Mulyana, Deddy. 2002. Metode Penelitian Kualitatif, Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya. Bandung: Rosdakarya
- McQuail, Dennis and Sven Windahl. 1993. Communication Models: For The Study of Mass Communication. 2nd Edition. New York: Longman Inc.
- Nazir, Moh. 1985. Metode Penelitian. Jakarta : Ghalia
- Nurudin. 2007. Pengantar Komunikasi Massa. Jakarta : PT. Rajagrafindo Persada.
- Rakhmat, jalaludin. 2005, *Psikologi Komunikasi*, edisi revisi. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Rakhmat, Jalaludin. 2001. Psikologi Komunikasi. Bandung : Remaja Rosdakarya
- Ridwan, Asep. 2004. Memahami Perilaku Pemilih pada Pemilu 2004 di Indonesia. Jurnal Demokrasi dan HAM. Vol. 4 No 1.
- Sugiono. 2008. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D. Bandung, Penerbit Alfabeta.
- Supramono, dan Haryanto J.O. 2005. Desain Proposal Penelitian Studi Pemasaran, Edisi Pertama. Yogyakarta. Andi.
- Suryatna, Undang. 2007. Hubungan Karakteristik Pemilih Dan Terpaan Informasi Kampanye Politik Dengan Perilaku Memilih (Kasus Pemilihan Bupati Dan Wakil Bupati Cianjur Tahun 2006). Tesis. IPB. Bogor.
- Sir, Matilda Losiana, 2009. Peran Iklan Politik Televisi Terhadap Sikap Memilih Pemula Dalam Pilpres 2009.
- Tommy, Yuwono. 2004. Semiotika Budaya. Depok : Universitas Indonesia
- Uchjana, Onong. 2000. Dinamika Komunikasi. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Preameswari, Hosiana Hilda, 2009. Perilaku Pemilih Pemula Mahasiswa Dalam Pemilu Presiden 2009.
- <http://regional.kompas.com/read/2013/06/04/15381174/12.Juta.Warga.Jateng.Tak.Nyoblos.di.Pilgub.2013>.
- <http://www.beritasatu.com/nasional/123879-ayo-vote-melawan-apatisme-politik-kaum-muda.html>
- <http://www.beritasatu.com/nasional/124192-di-Pemilu-2014-publik-tak-butuh-pencitraan-politik.html>