



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Merdeka Online (Pratomo dan Firdaus, 2014) mencatat sebuah fenomena menarik di Indonesia, di mana partisipasi masyarakat dalam pemilu justru menurun seiring jalannya waktu. Di usianya yang masih muda, negara Indonesia belajar berdemokrasi dengan menggelar pemilu pertama di tahun 1955, 10 tahun setelah kemerdekaannya. Sebanyak 80 partai politik, organisasi massa, serta puluhan individu ikut mencalonkan diri. Pada akhirnya, pemilu untuk memilih anggota DPR dan Konstituante ini berhasil menjangkit 91,4% partisipasi, dengan angka golput hanya 8,6%.

Lengsernya Presiden Soekarno menyusul peristiwa Gerakan 30 September membuat Mayjen. Soeharto naik menjadi presiden di tahun 1968. Tiga tahun memerintah, Presiden Soeharto menggelar pemilu di tahun 1971 setelah sebelumnya sempat tertunda-tunda. Sebanyak 9 partai dan 1 organisasi massa berpartisipasi. Tingkat partisipasi politik meningkat hingga 96,6%, sementara angka golput menurun hingga 3,4%. Partisipasi politik di pemilu tahun 1977 hingga 1997 juga berhasil meraup lebih dari 90%, yang berarti jumlah golput hanya kurang dari 10%.

Penurunan tingkat partisipasi politik dimulai di tahun 1999, di mana tingkat partisipasi menurun sebesar 92,6% dengan jumlah golput 7,3%. Tahun 2004, jumlah golput meningkat tajam dengan 15,9%, sehingga jumlah partisipasi hanya sebesar 84,1%. Tahun 2004 juga menandai pertama kalinya presiden dipilih secara langsung oleh rakyat. Meski begitu, pilpres putaran pertama hanya mampu menjangkau angka partisipasi 78,2% dibarengi jumlah golput 21,8%. Sementara itu, pilpres putaran kedua jumlah golput lebih banyak lagi dengan 23,4%.

Lima tahun sesudahnya, tingkat partisipasi politik makin turun dan hanya mampu mencapai 70,9% pada pemilu legislatif dan 71,7% pada pemilu presiden. Angka golput mencapai taraf mengkhawatirkan karena hampir menyentuh 30%.

Pemilu 2014 yang dilaksanakan dua kali untuk memilih anggota legislatif dan presiden-wakil presiden masing-masing hanya mampu menjangkau 75,2% dan 69,47%. Hal ini berarti angka golput mencapai 24,8% dan 30,48%. Suatu hal yang patut disayangkan, mengingat pemilu 2014 menandai pertama kalinya Indonesia memilih presiden di antara dua calon (KPU, 2014).

Padahal pemilu merupakan sesuatu yang integral dalam sistem demokrasi, mengingat hal ini merupakan indikator suatu negara demokratis. Partisipasi politik itu sendiri dapat dikatakan sebagai *sine qua non* (sesuatu yang amat penting) dari semua indikator demokrasi. Demokrasi yang berarti pemerintahan dari rakyat, untuk rakyat, dan oleh rakyat, membutuhkan keterlibatan rakyat untuk berjalan (Mar'iyah & Suwarso, 2013: 29-30).

Di negara-negara demokratis, konsep utama partisipasi politik adalah kedaulatan berada di tangan rakyat (Budiardjo, 1998: 3-4). Hal ini diwujudkan dengan cara menetapkan tujuan-tujuan dan masa depan masyarakat, serta menentukan orang-orang yang akan mewakili mereka di tampuk pimpinan. Efek dari kegiatan ini merupakan *political efficacy*, di mana masyarakat mempercayai pemerintahnya dan percaya bahwa mereka dapat mempengaruhi tindakan orang yang berwenang. Tingkat partisipasi rendah menandakan banyaknya warga negara yang tidak menaruh perhatian pada masalah kenegaraan.

Beberapa faktor yang turut mendorong partisipasi politik antara lain tingkat edukasi dan status ekonomi-sosial. Faktor lain yang kerap dipelajari termasuk usia, ras, jenis kelamin, agama, dan tempat tinggal. Dari semua itu, tingkat edukasi dan status ekonomi merupakan faktor yang paling menentukan tingkat partisipasi politik. Tingkat edukasi yang rendah umumnya berujung pada tingkat partisipasi politik yang rendah pula. Sementara itu, makin tinggi status ekonomi-sosial seseorang, makin besar kemungkinannya untuk turut berpartisipasi secara politik (Ruedin, 2007: 5).

Tingkat edukasi di bidang politik terutama dapat diperkaya dengan konsumsi pesan-pesan media yang terkait dengan politik, salah satunya adalah lewat produk jurnalistik. Adapun yang dimaksud dengan produk jurnalistik meliputi surat kabar, tabloid, majalah, buletin, atau berkala lainnya seperti radio, televisi, serta media *on line* internet (Sumadiria, 2014: 6).

Dari bentuk dan pengelolaannya, jurnalistik dibagi menjadi tiga bagian besar, yakni: jurnalistik media cetak yang terdiri atas surat kabar dan segala bentuk majalah, jurnalistik media elektronik auditif yang terdiri atas radio, serta jurnalistik media audiovisual yang terdiri atas televisi. Segala produk jurnalistik harus memenuhi lima fungsi utama pers, yaitu (Sumadiria, 2014: 32):

1. Informasi: menyampaikan informasi secepat-cepatnya pada masyarakat seluas-luasnya.
2. Edukasi: informasi yang disebarluaskan harus mendidik. Orientasi lain lembaga pers, misalnya orientasi ekonomi, tidak boleh mengurangi atau bahkan meniadakan fungsi dan tanggung jawab sosial pers.
3. Koreksi: kehadiran pers merupakan pilar keempat setelah legislatif, eksekutif, dan yudikatif yang mengawasi atau mengontrol kekuasaan tiga lembaga tersebut agar tidak menjadi korup dan absolut. Dalam hal ini, pers berfungsi sebagai pengawas pemerintah dan masyarakat (*watchdog*).
4. Rekreasi: pers menempatkan diri sebagai wahana rekreasi yang menyenangkan dan menyehatkan bagi semua lapisan masyarakat. Namun apapun pesan rekreatif yang disajikan tidak boleh bersifat negatif.
5. Mediasi: pers menjadi fasilitator atau mediator dengan menghubungkan berbagai peristiwa yang terjadi di berbagai belahan bumi dengan masyarakat.

Berdasarkan paparan fungsi tersebut, tingkat edukasi di bidang politik bisa diperoleh dan ditingkatkan lewat fungsi kedua.

Dari tiga bagian besar jurnalistik, media cetak merupakan produk atau bagian jurnalistik yang paling tua dan paling pertama muncul, terutama surat kabar. Awal mula surat kabar adalah *Acta Diurna*, papan pengumuman putih berisi berita yang perlu diketahui rakyat pada zaman Romawi Kuno. Beratus-ratus tahun kemudian, lahir salah satu surat kabar pertama yaitu *King Pau* yang terbit pada tahun 911 di Cina. Isinya antara lain keputusan rapat permusyawaratan dan berita dari istana. Di Indonesia, pers mulai dikenal pada tahun 1744, ketika pemerintah Hindia Belanda menerbitkan surat kabar *Bataviasche Nouvelles*. Surat kabar pertama milik pribumi dinamakan *Medan Prijaji*, terbit pada 1907 secara mingguan. Seiring waktu, muncul berbagai surat kabar lain yang terus berkembang hingga kini (Sumadiria, 2014: 17)

Industri surat kabar mengalami ancaman dengan munculnya internet di era 1990-an. Tidak hanya di negara maju, Indonesia juga turut merasakan dampaknya. Menurut riset PT Nielsen Indonesia (Anam, 2014), penetrasi konsumsi surat kabar di Jawa di tahun 2010 masih sebesar 15%, kemudian turun menjadi 11% per tahun 2014. Sementara itu, penetrasi internet di Jawa yang pada tahun 2010 hanya 17%, meningkat menjadi 34% di tahun 2014.

Namun meski teknologi internet terus berkembang dengan pesat, banyak studi yang membuktikan bahwa konsumsi berita online masih dipengaruhi oleh konsumsi berita di surat kabar konvensional. Dalrymple dan Scheufele (2007:

108) menemukan bahwa banyak orang menggunakan internet bersama dengan sumber berita tradisional. Margolis dan Resnick (dalam Tran, 2013: 836) menemukan bahwa ketika orang mencari berita online, seringkali mereka mengakses situs-situs milik media tradisional. Dengan begitu, dapat disimpulkan bahwa berita di media online berlaku sebagai pelengkap alih-alih pengganti media berita tradisional (Ahler, Livingstone & Markham dalam Tran, 2013: 836).

Lebih lanjut lagi, beberapa studi juga menemukan bahwa ternyata media berita online belum mampu menyaingi surat kabar tradisional dalam hal perolehan pengetahuan politik pembaca. Lewat risetnya yang berjudul *Knowledge acquisition gaps: A comparison of print versus online news sources*, Jung Ae Yang & Maria Elizabeth Grabe (2011: 19) menemukan bahwa secara umum, pembaca surat kabar mendapatkan pengetahuan lebih banyak ketimbang pembaca berita online. Hal ini terutama lebih kentara pada orang dengan pendidikan kurang. Oleh karena itulah, penelitian tentang surat kabar masih relevan dilakukan di zaman digital ini.

Di Indonesia, salah satu surat kabar paling besar dengan oplah terbanyak adalah harian Kompas. Harian Kompas lahir pada tanggal 28 Juni 1965. Surat kabar ini berawal dari ide menerbitkan surat kabar untuk melawan surat kabar yang dikeluarkan Partai Komunis Indonesia (PKI). Mulanya Kompas hanya terbit sebagai surat kabar mingguan dengan 8 halaman, kemudian bertambah terbit 4 kali seminggu. Dalam kurun waktu 2 tahun, surat kabar ini telah menjadi surat kabar harian dengan oplah 30.650 eksemplar. Per 2013, harian Kompas rata-rata

mencapai oplah 500.000 eksemplar per hari dengan tingkat keterbacaan 1.850.000 per hari (Kompas Gramedia, 2013).

Selama periode bulan Juni hingga Juli 2014, harian Kompas secara konstan memberikan liputan mengenai pemilu presiden (pilpres) 2014 yang dilaksanakan pada tanggal 9 Juli 2014. Di harian Kompas, liputan-liputan ini terutama berada di rubrik Politik dan Hukum yang bisa ditemukan mulai dari halaman 2.

Pemilihan umum ini dilaksanakan ketiga kalinya untuk memilih Presiden dan Wakil Presiden untuk periode pemerintahan 2014-2019. Jimly Asshidiqie (Sulistiyono, 2014), Ketua Dewan Kehormatan Penyelenggara Pemilu (DKPP), juga menyoroti Pilpres 2014 sebagai sesuatu yang “seru”, mengingat ini merupakan kali pertama Indonesia menyelenggarakan pemilihan dengan dua capres yang langsung berhadapan. Berbeda dengan tahun 2004 yang menjajarkan lima capres, dan tahun 2009 yang menjajarkan tiga capres.

Adapun kedua capres tersebut adalah Prabowo Subianto, mantan Danjen Kopassus dan Panglima Kostrad, yang berpasangan dengan Hatta Rajasa, mantan Menko Perekonomian periode 2009-2014 (nomor urut 1), serta Joko Widodo, gubernur DKI Jakarta, yang berpasangan dengan Jusuf Kalla, mantan Wakil Presiden RI periode 2004-2009 (Sulistiyono, 2014).

Hasil penghitungan KPU yang diumumkan pada tanggal 22 Juli 2014 memenangkan pasangan nomor urut 2 yakni Joko Widodo-Jusuf Kalla dengan perolehan suara 70.997.833 suara atau 53,15%. Sementara itu, pasangan

nomor urut 1 yaitu Prabowo Subianto-Hatta Rajasa memperoleh 62.576.444 suara atau 46,85% (KPU, 2014).

Proses menjelang dan pasca Pilpres 2014 terabadikan dalam liputan-liputan harian Kompas. Telah banyak studi yang meneliti tentang pengaruh media, namun kebanyakan hanya sampai level kognitif dan tidak sampai pada konasi. Oleh karena itu, penelitian ini berusaha mencari tahu pengaruh terpaan berita tentang Pilpres 2014 di harian Kompas terhadap partisipasi politik pembaca, terutama pembaca perempuan dewasa.

Peneliti merujuk pada temuan Seymour Martin Lipset (1960: 182), yang menemukan bahwa perempuan termasuk golongan yang mempunyai partisipasi politik rendah. Namun peneliti ingin mengetahui apakah partisipasi perempuan tetap rendah meski mempunyai pendidikan tinggi, pendapatan tinggi (dilihat dari pengeluarannya), dan berumur >35 tahun (indikator-indikator yang menurut Lipset mencirikan golongan dengan partisipasi politik tinggi), serta terkena terpaan berita politik dari harian Kompas.

Untuk mengetahui terpaan, peneliti memilih pelanggan Kompas berumur >35 tahun. Hal ini merujuk pada Angket Pembaca Kompas tahun 2008 yang mengatakan bahwa pembaca utama Kompas mayoritas merupakan usia 20-55 tahun. Kategori ini memenuhi 60% dari total jumlah pembaca Kompas (Kompas Iklan, 2014).

Penelitian dilakukan di RW 008 Kelurahan Pakulonan Barat, Kecamatan Kelapa Dua, Kabupaten Tangerang. Peneliti menggunakan metode kuantitatif,

dengan mengacu pada teori *Uses and Gratification* dan *Dependency*. Kedua teori ini saling berkaitan. Teori *Uses and Gratification* menggarisbawahi bagaimana perilaku aktif audiens dalam memilih dan menggunakan media dapat mempengaruhi efek media, sementara teori *Dependency* menitikberatkan pada efek media pada level kognitif, afeksi, dan konasi audiens.

Erwin K. Scheuch, seorang sosiolog Jerman pernah menyayangkan kurangnya studi antara semua bentuk media massa yang meliputi buku, berbagai rekaman, komik, jurnal, film, serta media dibalik media seperti agensi berita, jasa pers, serta jasa informasi dengan audiens tertentu. Scheuch menyoroti tendensi para peneliti komunikasi massa untuk berkonsentrasi pada media yang baru, seperti radio di tahun 1950-an, dan selanjutnya televisi (Renckstorf et al 2004: 24). Hal inilah yang makin mendorong peneliti untuk membuat penelitian tentang surat kabar Kompas dan pengaruhnya terhadap partisipasi politik masyarakat, terutama perempuan dewasa.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka perumusan masalahnya sebagai berikut:

1. Adakah pengaruh dari terpaan berita Pilpres 2014 di harian Kompas terhadap tingkat partisipasi politik perempuan dewasa usia >35 tahun dalam Pilpres 2014?

2. Seberapa kuat pengaruh dari terpaan berita Pilpres 2014 di harian Kompas terhadap tingkat partisipasi politik perempuan dewasa usia >35 tahun dalam Pilpres 2014?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh dari terpaan berita Pilpres 2014 di harian Kompas terhadap tingkat partisipasi politik perempuan dewasa usia >35 tahun dalam Pilpres 2014.
2. Untuk mengetahui seberapa kuat pengaruh dari terpaan berita Pilpres 2014 di harian Kompas terhadap tingkat partisipasi politik perempuan dewasa usia >35 tahun dalam Pilpres 2014.

1.4 Manfaat Penelitian

Diharapkan, penelitian ini dapat membawa manfaat sebagai berikut:

1.4.1 Signifikansi Akademis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi atau masukan bagi kajian dalam bidang ilmu komunikasi, terutama yang menggunakan studi kuantitatif dengan teori *Uses and Gratification* dan *Dependency*. Penelitian ini juga diharapkan dapat menyumbang

pengetahuan terhadap kajian mengenai pengaruh media massa, baik media tradisional maupun media baru.

1.4.2 Signifikansi Praktis

Secara praktis, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi pihak-pihak terkait, seperti pembuat berita, komunikator politik, atau pemerintah dalam menentukan pesan politik yang efektif untuk mengubah perilaku.

