



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 Masalah

Pemilihan Umum (Pemilu) merupakan langkah partisipasi politik yang dilakukan masyarakat dalam pesta demokrasi, masyarakat berhak memberikan suara kepada calon kandidat, hal ini dilakukan karena masyarakat merupakan warga negara yang memiliki hak berpolitik dalam pemilihan pilkada untuk menentukan pemimpin. Pemilihan umum adalah hak-hak politik warga negara dalam menuangkan pilihannya pada calon pemimpin rakyat, kualitas pemilu dapat diukur berdasarkan penghormatan, perlindungan, terhadap kebebasan menjadi warga negara dalam memilih pemimpin, artinya bebas tanpa merasa terintimidasi, ataupun diskriminasi. Tujuan dilakukan sosialisasi pemilu terhadap masyarakat yaitu membantu masyarakat dalam memberikan informasi alternatif dari masing-masing calon kandidat yang akan berkompetisi untuk memenangkan hati rakyat (Herianto dan Bakti, 2012, h. 67).

Dalam menghadapi prosesi penyelenggaraan pemilu pilkada Gubernur dan Wakil Gubernur DKI Jakarta 2017, komisi pemilihan umum terlebih dahulu akan mengadakan sosialisasi dengan masyarakat, sosialisasi ini bertujuan kepada masyarakat yang menentukan atau memberi keputusan hak pilihannya terhadap calon kandidat pemimpin.

Menurut Maksudi (2012, h. 66) sebuah acara demokrasi masyarakat ikut berpartisipasi dalam pemilihan pemilu, hal ini dilakukan guna memberikan suatu proses hubungan yang baik antara warga negara dengan pemerintah yang diselesaikan secara politik, bertujuan memberikan kepercayaan kepada masyarakat untuk terlibat aktif dalam memilih pemimpin. Pemilihan umum merupakan acara demokrasi yang diadakan setiap 5 tahun, pemilihan umum ini bertujuan mengajak masyarakat untuk memilih kandidat secara langsung, karena merupakan hak warga negara, terutama pada pemilih pemula yang telah mempunyai hak dalam memilih pemimpin.

Pengguna media sosial terbanyak yaitu pada remaja yang aktif menggunakan media sosial, namun pemilih pemula (remaja) cenderung apatis dalam masalah politik, sehingga langkah awal dalam menarik minat pemilih pemula dengan cara melalui media sosial, hal ini dilakukan karena para pengguna media sosial menggunakan bahasa yang mudah dipahami sehingga penyampaian pesan dapat tersampaikan (*informal*), dan langkah ini dapat mengurangi jumlah Golput pada pemilih pemula. (Sofia, 2013, para 17).

Pemilih pemula menjadi sasaran dalam kampanye politik, karena pemilih pemula memiliki pendidikan politik yang kurang memadai atau masih terbatas dalam hal politik sehingga mudah terpengaruh, hal ini dapat menguntungkan bagi masing-masing kandidat. Pembinaan sosialisasi mengenai kampanye politik bagi pemilih pemula harus dilakukan agar mereka tidak terpengaruh oleh isu-isu yang

bermunculan dari berbagai sumber yang dapat mempengaruhi pikiran pemilih pemula dan tidak tertarik pada politik uang (Tinuntung, 2013, para. 1).

Menurut Komisi Pemilihan Umum (2017) jumlah pemilih pilkada DKI Jakarta 2017 sebanyak 199.840 orang atau 2,81 persen merupakan pemilih pemula. Jumlah ini sangat berpengaruh bagi para calon kandidat untuk menarik pemilih pemula. Para calon kandidat memiliki berbagai cara tersendiri dalam menarik pemilih pemula yaitu bersosialisasi dengan cara yang dapat dipahami oleh pemilih pemula secara menarik dan kreatif untuk meyakinkan mereka terhadap paslon pilihannya.

Selain berkampanye melalui media sosial, kampanye juga dapat dilakukan dengan cara menggunakan komunikasi massa seperti berkampanye melalui televisi, radio, koran. Berkampanye melalui media massa masih dianggap efektif untuk mempengaruhi pemilih pemula terutama pada televisi. Pentingnya komunikasi berkampanye bagi masing-masing kandidat yaitu untuk membentuk citra yang baik terhadap kandidat, sehingga masyarakat memberikan hak suara dalam keputusannya sebelum masuk ke bilik suara.

Menurut Rakhmat (2010, h. 187) kampanye politik dalam menarik suara pemilihan umum dilakukan berbagai pihak, kenyataannya pemilihan umum terhadap Presiden, Anggota Kongres, Gubernur, Legislasi Negara Bagian, dan banyak jabatan lain menggunakan komunikasi kampanye politik media massa.

Partai politik selalu memiliki sasaran utama dalam kampanye pemilihan umum, kampanye dilakukan untuk membina norma-norma dan nilai-nilai yang berlaku dimasyarakat, sehingga sasaran komunikasi yang disampaikan akan menjadikan masyarakat memahami tentang ilmu dalam politik (Maksudi, 2012, h.57).

Kampanye merupakan penyebaran informasi yang dilakukan dengan tujuan tertentu pada masing-masing lembaga yang mempunyai otoritas dalam mengatur warga negara sehingga memberi pengaruh kepada masyarakat umum (Liliweri, 2011, h. 677).

Menurut Liliweri (2011, h. 676) kampanye mempunyai tujuan yang berencana memobilisasi dan melibatkan orang-orang untuk dalam menyebarkan informasi tertulis melalui media atau media tidak tertulis (langsung dengan publik) untuk mencegah dan mendorong sikap individu atau publik untuk melakukan dan tidak melakukan suatu tindakan tertentu demi kesejahteraan individu maupun publik pada umumnya, memberikan tekanan kepada para pemegang kekuasaan atau kewenangan dari pada pembuat keputusan (*pressurizing decision makers*) untuk mencari solusi yang bermanfaat bagi kesejahteraan individu dan publik pada umumnya, menginformasikan dan memberikan pendudukan kepada individu atau publik, melakukan perubahan terhadap perilaku dan sikap demi kesejahteraan hidup, mempersuasi orang-orang untuk mengerti, memahami dan melakukan suatu tindakan tertentu.

Siegel & Biener (1997 dalam Liliweri 2011, h. 677) menyatakan bahwa kampanye politik dapat diarahkan untuk memenuhi beberapa tujuan misalnya menciptakan dialog dan diskusi, melakukan lobi dengan partai politik, lembaga legislatif, atau dengan lembaga-lembaga pemerintah, atau juga membujuk masyarakat tentang untuk mengubah sikap dan perilaku tertentu yang mengandung resiko bagi banyak orang.

Kampanye menjadi kewajiban yang harus dilakukan dalam berpolitik, masyarakat akan mudah terpengaruh atau bahkan menjadi yakin dengan pilihan awal, kampanye dilakukan oleh sebagian kandidat dalam memperkenalkan kandidat kepada masyarakat sehingga menimbulkan antusias yang luar biasa terhadap masing-masing kandidat. Namun jika ingin mengetahui informasi lebih mendalam mengenai masing-masing kandidat masyarakat dapat melihat melalui debat yang akan disiarkan di televisi secara nasional.

Debat sangat efektif mempengaruhi pemikiran masyarakat, terutama kepada penyalur informasi cetak maupun elektronik yang disebarkan kepada masyarakat. Pasal 21 peraturan KPU Nomor 7 tahun 2015, debat publik disiarkan langsung artinya melalui lembaga penyiaran publik atau swasta pada masa kampanye dapat memberikan dukungan yang kuat terhadap masing-masing kandidat (Suharto, 2015, para 8).

Debat merupakan bagian dari kampanye politik yang bersifat formal atau resmi. Sebuah program unggulan yang dilakukan para partai dalam mensosialisasikan masing-masing calon kandidat kepada masyarakat ditingkat daerah, pemilihan ini nantinya akan dipilih oleh rakyat dalam hak suaranya (pesta demokrasi). Debat merupakan kewajiban yang harus dilakukan pada para kandidat untuk mengenalkan visi dan misi mereka kepada masyarakat, sehingga masyarakat mempunyai pandangan sehingga memilih berdasarkan keputusan dirinya.

Dalam Jurnal nusantara (2012, para.1) menjelaskan bahwa debat merupakan perhelatan sebagai cara mempromosikan program unggulan kepada masyarakat, sehingga dengan tayangan debat masyarakat dapat menilai atau dapat mempunyai pandangan dari masing-masing paslon.

Komisi Pemilihan Umum (2015, para.4) menjelaskan bahwa debat kandidat maksimal dilaksanakan tiga kali selama masa kampanye. Untuk sementara, KPU mempertimbangkan untuk melaksanakan satu kali debat kandidat dengan pertimbangan efektifitas debat dan kondusifitas keamanan. Soal materi debat akan diatur oleh tim dari akademi dan tokoh masyarakat, dengan tetap mengacu pada materi debat yang diatur dalam peraturan KPU Nomor 7 tahun 2015.

Debat Pilkada DKI Jakarta pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur 2017 melibatkan tiga kandidat, masing-masing kandidat yang berkompetisi yaitu calon

kandidat Agus-Sylvy, Ahok-Djarot dan Anis-Sandi. Debat berlangsung sampai dua putaran, ketiga calon kandidat berusaha menarik perhatian para pemilih pemula, namun hanya dua paslon yang lolos melanjutkan debat yaitu Ahok-Djarot dan Anis-Sandi.

Para paslon mempunyai visi dan misi yang berbeda, penyebaran informasi mengenai visi dan misi pada masing-masing paslon disebarikan melalui debat. Paslon Agus-Sylvy yang menjelaskan visi-misi mereka kepada masyarakat mengenai mewujudkan Jakarta menjadi kota yang maju, unggul dan modern rakyat harus menjadi subjek dalam membangun Jakarta membangun birokrasi yang baik. Paslon Ahok-Djarot memiliki visi-misi kerja yang akan dilaksanakan atau memberikan pelayanan terhadap masyarakat dengan cara sudah membentuk badan pelayanan satu pintu, menaikkan tunjangan daerah, mengadministrasi keadilan sosial seperti rumah sakit dan transportasi disabilitas, dan paslon Anis-Sandi yang memiliki visi misi warga Jakarta harus bahagia birokrasi yang baik mensejahterakan rakyat Jakarta (Ula, 2017, para. 1)

Tujuan debat adalah mengukur kualitas kandidat dalam menjawab pertanyaan dalam menyelesaikan permasalahan ibu kota, untuk mengenal dan mendalami debat perlu mengukur kualitas dan kemampuannya dalam menjawab pertanyaan. Kemampuan melihat masalah dan memberikan solusi (Umar,2017, para 3)

Dalam penelitian ini penulis memiliki fokus pada pemilih pemula pilkada DKI Jakarta 2017 di SMAN 84 Jakarta, penelitian ini tidak berupaya untuk mengeneralisasikan permasalahan pemilih pemula, sehingga penulis memilih SMAN 84 Jakarta untuk mengetahui seberapa efektifitas tayangan debat pilkada pada pemilih pemula dalam memilih Gubernur DKI Jakarta 2017.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang rumusan masalah, maka permasalahan yang penulis ingin teliti:

“Seberapa besar efektifitas tayangan acara debat pilkada DKI Jakarta pada pemilih pemula di SMAN 84 Jakarta?”

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang dilakukan penulis yaitu untuk mengetahui efektifitas acara debat pilkada DKI Jakarta 2017 pada pemilih pemula di SMAN 84 Jakarta.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Secara Akademis.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada penelitian selanjutnya, khususnya pada penelitian yang membahas mengenai pemilih pemula yang baru memiliki HAK memilih, penelitian ini menjelaskan

seberapa efektif debat pilkada DKI Jakarta 2017 pada pemilih pemula berdasarkan data-data yang dihasilkan penulis selama penelitian.

1.4.2. Secara Praktis.

Penelitian ini bertujuan memberikan pandangan baru bagi para partisipasi politik dalam memberikan suatu pembelajaran mengenai politik demokrasi terhadap pemilih pemula.

