

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pemilu 2019 merupakan pesta demokrasi bagi bangsa Indonesia dan bagian dari agenda politik yang diadakan setiap 5 tahun sekali. Pemungutan suara Pemilu 2019 akan digelar pada tanggal 17 April 2019 mendatang, antusiasme masyarakat Indonesia menyambut pemilu ini sudah sangat terasa.

Komisi Pemilihan Umum (KPU) menetapkan pasangan Joko Widodo – Ma'ruf Amin dan Prabowo Subianto – Sandiaga Uno sebagai peserta Pemilihan Umum Presiden dan Wakil Presiden (Pilpres) 2019. Penetapan tersebut dituangkan dalam keputusan Komisi Pemilihan Umum Nomor 1131/PL.02.2-KPT/06/IX/2018 tentang penetapan calon presiden dan calon wakil presiden pemilihan umum tahun 2019 (KPU Tetapkan Jokowi-Maruf dan Prabowo-Sandi Sebagai Capres Cawapres, Ihsanudin, 2018).

Kasubdit Lembaga Pemerintah dan Lembaga Perwakilan Kementerian Dalam Negeri (Kemendagri) Dedi Taryadi mengatakan, pelaksanaan pemilu serentak ini adalah pertama kalinya dilakukan di Indonesia. Ini menjadi sejarah pemilu di Indonesia. Pemilu ini tidak hanya akan memilih Presiden dan Wakil Presiden, namun juga memilih anggota legislatifnya. (Pemilu Serentak 2019 Pertama di Indonesia Sepanjang Sejarah, Susanti, 2018).

Namun, dibalik penyelenggaraan sebuah pemilihan, terdapat beberapa komponen penting yang mendukung terselenggaranya pemilihan umum, yaitu para pemilih khususnya pemilih pemula.

Pemilih pemula digambarkan sebagai pemilih yang belum memiliki jangkauan politik luas serta belum mengenal dunia politik. Dari definisi tersebut, menempatkan pemilih pemula sebagai pelajar, mahasiswa dan pekerja muda. Bila diringkas akan berbunyi: pemilih pemula adalah mereka yang berstatus pelajar, mahasiswa, serta pekerja muda yang sedang berusia 17 sampai 21 tahun dan belum pernah mencoblos dalam pemilu.

Pemberian ruang partisipasi bagi pemilih pemula dalam pemilu merupakan jawaban terhadap jaminan hak politik seseorang. Dalam sistem pemilu yang demokrasi pilihan politik seseorang diberi kebebasan memilih yang sesuai dengan hati nuraninya. Atau menurut John Locke, setiap orang mempunyai hak yang sama pada kebebasan untuk memilih. Dan pendapat Locke diperkuat oleh James S Mill, percaya bahwa pemberian suara harus dilakukan didepan umum, agar para pemilih bertanggungjawab pada sesama warga negara atas suara yang mereka berikan, dan karenanya mereka terdorong untuk lebih memikirkan kepentingan-kepentingan publik yang lebih luas daripada kepentingan-kepentingan pribadinya yang sempit (Beetham and Boyle, 2000, hlm.75).

Isu penting berupa gerakan yang memboikot pemilu dengan tidak menggunakan hak suaranya pada saat pemilu tiba, gerakan ini dikenal dengan istilah golput (golongan putih). Fenomena ini muncul akibat ketidakpuasan dan kekecewaan masyarakat terhadap kepemimpinan yang telah dan sedang berlangsung, sehingga fenomena ini terus bermunculan.

Istilah dan gerakan “golongan putih” untuk pertama kali muncul menjelang pemilu tahun 1971. Dan istilah itu dengan jelas muncul sebagai protes. Waktu itu Arief Budiman dan kawan-kawannya tidak puas dengan dibatasinnya kesempatan untuk menyalurkan aspirasi politik mereka. Karena itu, mereka menganjurkan untuk tidak ikut dalam pemilu atau –kalau ikut juga- mencoblos bagian putih saja di antara sepuluh gambar yang tersedia waktu itu. Istilah itu tentu dimaksudkan sebagai bertentangan golongan lain, yaitu Golongan Karya (Golkar) yang merupakan peserta pemilu saat itu (K. Bertens, 2009, hlm.16).

Sekarang ini di era demokrasi dengan pemilu yang diadakan secara langsung banyak terjadi golput dikalangan masyarakat. Hal ini dikarenakan masyarakat bersikap acuh, cuek dan masa bodoh terhadap kehidupan politik yang ada disekitarnya. Fenomena ini dikarenakan banyak pejabat pemerintahan yang melakukan korupsi sehingga membuat masyarakat menurun kepercayaannya terhadap pemerintahan. Faktor-faktor tersebut mempengaruhi kecilnya angka pemilih, baik dari tingkat pemilihan kepala daerah sampai kepada pemilihan umum legislatif dan presiden.

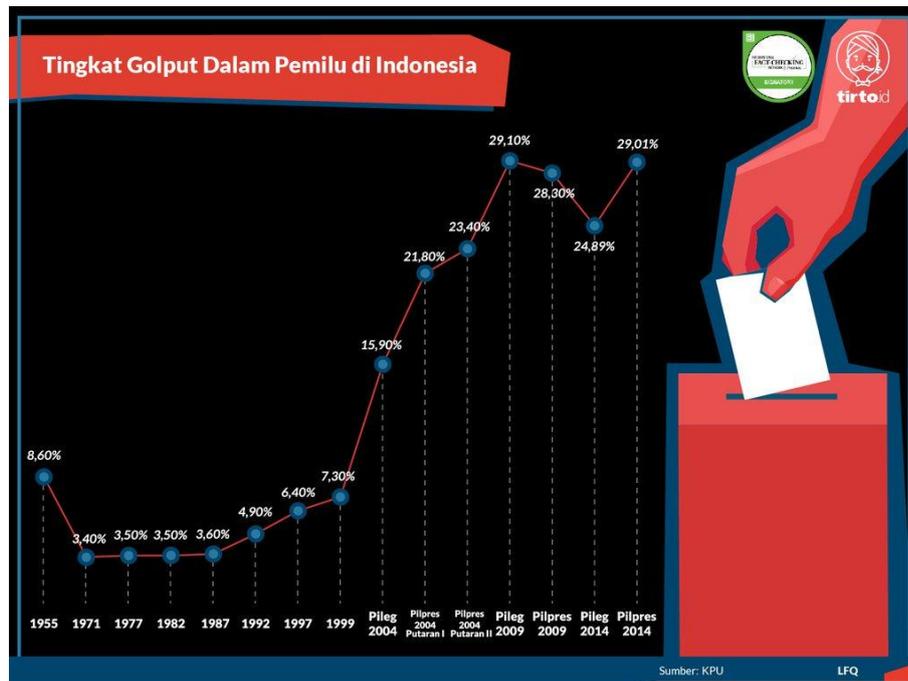
Fenomena golput ini tidak hanya terjadi di kota-kota besar saja tetapi juga terjadi di daerah-daerah dan desa-desa. Berdasarkan pengamatan penulis, di daerah tempat tinggalnya juga terjadi aksi golput, baik dalam pemilihan kepala daerah maupun pemilihan umum. Fenomena ini membuat penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut tentang golput yang terjadi di masyarakat.

Menurut penulis, tingginya angka golput dalam pemilihan umum di Indonesia menandakan bahwa masih rendahnya kepedulian masyarakat terhadap dunia politik di Indonesia dan kurangnya pendidikan tentang politik bagi para pemilih khususnya bagi mereka yang masih baru dalam pemilihan umum.

Maka dari itu, KPU (Komisi Pemilihan Umum) selaku pihak yang bertanggungjawab terhadap suksesnya pemilu berusaha meningkatkan kesadaran partisipasi pemilih, khususnya pada tingkat pemula. Untuk mencapai tujuan tersebut KPU membuat iklan layanan masyarakat yang disiarkan melalui televisi.

Dalam beberapa pemilu yang telah berlangsung, berdasarkan data yang penulis dapatkan selalu ada peningkatan terhadap angka golput dari tahun ke tahun. Puncaknya adalah pada pilkada tahun 2015 di mana angka golput mencapai 30.86%.

Berdasarkan data, setiap tahun angka golput semakin meningkat, maka dari itu Komisi Pemilihan Umum (KPU) memutuskan untuk membuat sebuah iklan layanan masyarakat di salah satu media massa yaitu televisi yang bertujuan untuk mensosialisasikan kegiatan Pemilu serentak tahun 2019. Sebagai pihak yang bertanggungjawab atas terselenggaranya pemilu, KPU tentunya menginginkan tingkat partisipasi yang tinggi dari masyarakat.



Gambar 1 Infografis Golput Dalam Pemilu Indonesia

Sumber: <https://tirto.id/gelombang-golput-yang-tak-pernah-surut-cVnc>

KPU memilih media televisi dikarenakan mempunyai keunggulan dari sisi penyajian yaitu secara audio visual. Media ini dianggap sebagai media yang paling banyak dinikmati oleh masyarakat Indonesia. Hampir setiap rumah memiliki televisi.

Iklan di televisi memiliki keunggulan tersendiri karena memiliki suara, gambar yang bergerak, berwarna, dan memiliki efek special yang menarik. Keadaan tersebut memberikan pengaruh psikologis kepada pemirsa. Selain itu, iklan di televisi juga dapat disesuaikan dengan pemirsa di wilayah geografis tertentu maupun jangkauan penyiaran televisi tersebut. Target pemirsa juga dapat disesuaikan dengan kebutuhan (Royan, Franz M., 2007, hlm. 168).

Sesuai dengan konten dan tujuannya, iklan dari KPU untuk Pemilu tahun 2019 ini termasuk dalam iklan layanan masyarakat. Sedangkan menurut definisinya iklan layanan masyarakat adalah iklan yang menyajikan pesan-pesan sosial yang bertujuan untuk membangkitkan kepedulian terhadap sejumlah masalah yang harus mereka hadapi, yakni kondisi yang bisa mengancam keselarasan dan kehidupan umum.

Di Indonesia ILM dibuat secara masing-masing oleh biro iklan yang bekerjasama dengan media dan pengiklan. Hal ini mengakibatkan kurang maksimalnya dalam perumusan iklan, biaya, serta pesan yang ingin disampaikan sehingga ILM tidak dilakukan secara rutin.

Iklan Pemilu Tahun 2019 ini diajukan kepada para seluruh masyarakat yang akan mengikuti Pemilu pada tahun 2019. KPU selaku pemasang iklan menginginkan tingkat partisipasi yang tinggi dikalangan masyarakat.

Alasan mengapa peneliti memilih pemilih pemula karena kelompok pemilih pemula masih cenderung awam dan belum memiliki pengalaman politik sehingga membuka peluang yang cukup besar untuk menanamkan kepedulian politik sejak awal.

Iklan layanan masyarakat versi Pemilu tahun 2019 ini bertujuan untuk menarik minat serta kesadaran para masyarakat untuk menggunakan hak pilihnya serta mengedukasi masyarakat semua bahwa Pemilu kali ini merupakan Pemilu pertama di Indonesia yang menggabungkan dua pemilihan sekaligus. Dengan menggunakan hak pilih dalam pemilu berarti mereka telah ikut serta berkontribusi dalam usaha pembangunan dan kemajuan bangsa. KPU berusaha memberikan stimulus melalui iklan di televisi kepada masyarakat untuk menggunakan hak pilihnya. Dengan adanya stimulus tersebut diharapkan muncul sebuah kesadaran bagi para pemilih.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti bermaksud untuk meneliti keputusan memilih para pemilih pemula di Kota Serang, Provinsi Banten, dalam menggunakan hak pilihnya di Pemilu tahun 2019 mendatang. peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul ***“PENGARUH TERPAAN IKLAN LAYANAN MASYARAKAT PEMILU TAHUN 2019 TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH (Studi Pada Pemilih Pemula Kota Serang, Provinsi Banten)”***

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan pada latar belakang, maka dapat disimpulkan menjadi rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah tayangan Iklan layanan masyarakat Pemilu di televisi versi Pemilu tahun 2019 berpengaruh terhadap keputusan memilih para pemilih pemula pada Pemilu 2019 di Kota Serang, Provinsi Banten?
2. Seberapa besar pengaruh terpaan Iklan layanan masyarakat Pemilu tahun 2019 terhadap tingkat partisipasi pemilih pemula.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari dilaksanakannya penelitian ini adalah untuk mengukur pengaruh terpaan iklan layanan masyarakat Pemilu tahun 2019 terhadap keputusan memilih para pemilih pemula di Kota Serang, Prov. Banten pada pemilu tahun 2019.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian dilakukan agar pembaca mengetahui bahwa masalah yang diteliti atau ditulis oleh penulis penting diketahui pembaca. Di samping itu, memberikan keyakinan kepada pihak penulis bahwa masalah yang dipilih dan layak untuk diketahui (Hasnun, 2006, hlm. 57).

1.4.1 Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi pada pengembangan penelitian di bidang Ilmu Komunikasi, khususnya yang berkaitan dengan Periklanan di Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN "Veteran" Jakarta.

1.4.2 Manfaat Praktis

Peneliti berharap dapat mengukur bagaimana tingkat ketertarikan pemilih pemula dalam menghadapi pemilu di Indonesia dan bisa mengetahui peran iklan layanan masyarakat di dalam kehidupan.

1.5 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian baik manfaat akademis maupun manfaat praktis dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan tentang 5 penelitian terdahulu, konsep-konsep dan teori yang akan digunakan didalam penelitian, kerangka berpikir serta hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan metodologi penelitian yang digunakan, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, metode analisis data yang dipakai, serta keterangan waktu dan lokasi penelitian

BAB IV PEMBAHASAN

Bab ini akan membahas mengenai gambaran umum obyek penelitian, analisis data, dan pembahasan dari analisis data.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Berisi kesimpulan-kesimpulan yang didapat dari hasil penelitian dan saran-saran, sebagai masukan bagi perusahaan dan peneliti an selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN