

Daftar Isi

Gambaran Kemiskinan di Provinsi Jawa Timur Tahun 1990 s/d 2006	
Moch. Lutfie Misbach.....	1–7
Peran Civic Diplomacy dalam Mendukung Investasi Kapital dan Strategi Simbolik Indonesia	
June Cahyaningtyas	8–16
Diplomasi Publik dalam Politik Luar Negeri	
Citra Hennida	17–23
Kendala Reformasi Dewan Keamanan PBB	
Wulan Purnamawati.....	24–29
Formula Kelembagaan Pemerintah Kota: Studi Evaluasi Implementasi PP No. 41 Tahun 2007	
Alisjahbana.....	30–35
Jawa di Mata Prancis: Analisis terhadap Roman <i>Voyage Autour du Monde Java, Siam & Canton</i> Karya Comte Ludovic de Beauvoir	
Wening Udasmoro	36–41
Variasi Biologis Populasi Manusia di Pulau Jawa: Analisis Kranimetri	
Fitriya Niken Ariningsih	42–48
Peran Faktor Sosial-Ekonomi dan Gizi pada Tumbuh Kembang Anak	
Myrtati D. Artaria.....	49–58
Analisis <i>Framing</i> Berita Poligami di Media Massa	
Moch. Syahri.....	59–66
Hubungan antara Jenis Media yang Digunakan dalam PEMILU 2004 dengan Perilaku Memilih	
Sri Zul Chairiyah.....	67–75
Sistem Pariwisata di Agropolitan Batu	
Sri Endah Nurhidayati	76–85
Diskursus Gender di Pondok Pesantren: Pandangan Santri Laki-Laki dan Perempuan Mengenai Hak dan Kewajiban Suami dan Istri dalam Kitab Kuning	
Khaerul Umam Noer	86–94

Hubungan antara Jenis Media yang Digunakan dalam PEMILU 2004 dengan Perilaku Memilih

Sri Zul Chairiyah¹

Departemen Ilmu Politik, FISIP, Universitas Andalas, Padang

ABSTRACT

This research is focused on the voters among the students in the Political Science undergraduate program of Andalas University that concerned in investigating the relationship between the press (television and newspaper) and the voting behavior. The discussion is around the content of campaign publication of the National Election in 2004, especially on the President and Vice President election. This research is using a survey technique, using questioner that handed over to 50 students. After a regression analysis of the empirical data by using SPSS, it showed that the existence of the press media—television and newspaper—affected the voting behavior; even though the result was not significant. This unique finding showed directly that the usage of television media was more dominant than newspaper media. The reason was that television media was more responsive to the audience than the newspaper media. Besides, campaign advertisement in television was more dynamic and attractive so that it could give a message about the qualification of the candidates. Newspaper gave information that was less dynamic and left an impression of useless information. This research concluded that the usage of press media (television) for the campaign of President and Vice President Election was a strategic and important role so that it affected the voting behavior. On the other side, the usage of newspaper media, according to the data, showed that it only had a technical role, and only focused on the event, so that it did not give the information in a very effective and efficient way.

Key words : press, president, election, voting, behavior.

Sudah menjadi kenyataan empirik, bahwa kampanye yang bersifat kontemporer adalah sesuatu yang tidak bisa dielakkan dalam era informasi yang cenderung terbuka (*open information*). Lebih lagi di negara maju, kampanye dengan menggunakan media massa merupakan pilihan yang dianggap lebih memiliki nilai strategis dan menciptakan hasil atau output yang lebih baik, efektif dan menuju sasaran.

Dalam pemilihan Presiden dan Wakil Presiden para calon berusaha meyakinkan para pemilihnya dengan menggunakan kampanye melalui media (televisi dan surat kabar), karena media tersebut dianggap bisa menjangkau ke berbagai elemen baik secara geografis negara Kesatuan Republik Indonesia dari Sabang sampai Merauke yang begitu luas sehingga orang sering mengatakan luas Indonesia sama dengan dari Teheran ke London.

Penelitian ini berusaha mengkaitkan penggunaan media televisi dan surat kabar dikaitkan dengan perilaku memilih. Perilaku memilih adalah bagaimana seseorang menjatuhkan pilihan pada partai politik, atau calon tertentu dalam rangka pemberian suara.

Sejalan dengan perilaku memilih Hugh A. Bone dan Austin Renney, berpendapat (Hugh. A Bone & Austin Renney, 1962: 5) bahwa identifikasi orientasi terhadap issue dan orientasi terhadap calon merupakan determinan-determinan yang dianggap paling langsung berpengaruh terhadap perilaku memilih.

Dari gambaran tersebut peneliti menganggap penting dan harus diteliti, diamati sekaligus dianalisis karena penelitian sejenis ini belum begitu banyak dilakukan oleh para peneliti khususnya peneliti Indonesia. Sementara dilain pihak temuan serta kajian berdasarkan riset amatlah dibutuhkan sebagai masukan bagi perkembangan ilmu pengetahuan khususnya ilmu politik dikaitkan dengan ilmu lain, seperti ilmu komunikasi yng membahas tentang peranan media.

Perumusan Masalah

Substansi utama dalam penelitian ini adalah ingin mengetahui hubungan antara penggunaan media

¹ Koresponden: S.Z.Chairiyah, Departemen Ilmu Politik, Universitas Andalas, Kampus Limau Manis, Padang, 25162, Sumatera Barat, Telp : 0751-777791, E-mail: srizul_chairiyah@yahoo.co.id

dalam hal ini televisi dan surat kabar dengan perilaku memilih di kalangan mahasiswa jurusan Ilmu Politik FISIP Universitas Andalas. Adapaun fokus perhatian ditujukan pada bagaimana seseorang mendapat eksposer media dalam hal ini televisi dan surat kabar sehingga sampai pada keputusan untuk menjatuhkan pilihan suara pada pemilihan Presiden/Wakil Presiden tertentu pada pemilihan umum 2004.

Sebagai fokus permasalahan dalam penelitian ini adalah: 1) RQ1: adakah hubungan antara media televisi dengan Perilaku Memilih? 2) RQ2: adakah hubungan antara media surat kabar dengan Perilaku Memilih? 3) RQ3: implikasi politik apa keberadaan media (televisi dan surat kabar) terhadap perilaku memilih?

Signifikansi Penelitian

Para pemilih memberikan suaranya pada saat diselenggarakan pemilihan umum merupakan salah satu bentuk partisipasi politik. Dalam kaitannya dengan partisipasi politik Miriam Budiardjo mengutip pendapat Samuel P Huntington & Yoan M Nelson (1976: 3) bahwa partisipasi politik dimaksudkan sebagai kegiatan yang dilakukan oleh warga Negara dengan tujuan mempengaruhi pengambilan keputusan pemerintah. Partisipasi itu dapat secara perorangan atau kolektif, terorganisir atau secara spontan, secara sinambung atau secara sporadik, secara damai atau secara kekerasan, legal atau illegal, efektif atau tidak efektif.

Studi tentang partisipasi politik berkaitan dengan jenis-jenis perilaku politik yang cakupannya diantaranya: "kegiatan pemilihan yaitu mencakup kegiatan pemberian suara. Di lain pihak juga memberikan sumbangan untuk kampanye, bekerja dalam suatu pemilihan, mencari dukungan bagi seseorang calon atau tindakan-tindakan yang mempengaruhi proses pemilihan".

Berdasarkan pada temuan yang memperlihatkan keberadaan media dapat meningkatkan partisipasi politik, seseorang bisa dielaborasi fokus perhatiannya pada perilaku memilih, karena hal tersebut substansinya mengenai bagaimana seseorang menjatuhkan keputusan untuk memberikan suara pada partai politik atau calon Presiden dan Wakil Presiden tertentu. Dengan kata lain, partisipasi politik dalam konteks ini hanya dibatasi dalam pemberian suara (*Voting*). Masalah lain yang perlu dicermati adalah signifikansi peran media massa terhadap partisipasi politik, dalam hal ini lebih dikhususkan lagi pada perilaku memilih.

Sungguhpun demikian, eksistensi hasil penelitian yang telah dipraktekkan dan hasilnya telah diinformasikan sebagai hasil riset di negara-negara maju seperti di Amerika Serikat dan Eropa adalah bijaksana manakala dijadikan referensi sebagai langkah pendahuluan dalam studi yang membahas tentang penyelenggaraan pemilihan umum dengan pelbagai nuansa dan dinamikanya di Indonesia.

Kerangka Teori

Tidak dapat dipungkiri bahwa di era informasi yang cenderung terbuka, kesibukan seseorang dan tidak tersedia waktu untuk berinteraksi dengan lembaga-lembaga politik termasuk kaitannya dengan penyelenggaraan pemilihan umum membuat media memainkan peran yang sangat strategis dan penting dalam penyelenggaraan kampanye politik yang cenderung modern serta memberikan dampak yang sangat luar biasa terhadap keberlangsungan proses politik. Di negara yang sedang mengimplementasikan paham demokrasi sesuai dengan kondisi sosial ekonomi dan politik, pada kenyataannya media telah berperan menyajikan pelbagai informasi yang berkaitan dengan aspek-aspek penyelenggaraan pemilihan umum termasuk di dalamnya mensosialisasikan informasi mengenai profil peserta pemilihan umum baik partai politik maupun perseorangan sebagai calon Presiden/Wakil Presiden. Di lain pihak para pemilih dalam mengambil keputusan untuk pemberian suara sangatlah tergantung pada liputan media, televisi dan surat kabar.

Di negara maju para peneliti serta pengamat politik telah mempercayai bahwa liputan yang berlebihan dan iklan-iklan politik yang negatif kadangkala menghasilkan sinisme politik. *Political Cynism* dan ketidak berdayaan politik (*Political Inefficacy*), karenanya mengalienasi para individu dari kampanye-kampanye (Yosef Kristiadi, 1993:20). Sementara, di sisi lain beberapa studi telah menginformasikan bahwa penggunaan media telah lebih meningkatkan partisipasi politik dan tidak selalu harus menghasilkan sinisme dan ketidakberdayaan yang lebih besar pada individu (Lin Yang & Lim Sunhee, 2002: 25-39).

Substansi yang berkaitan dengan perilaku memilih sebagaimana yang dipelopori oleh The American Voter (Richard G. Niemi & Herbert F. Weisberg, 1984: 90) dalam penelitiannya, menemukan bahwa identifikasi partai lebih dominan dalam menentukan keputusan para pemilih. Pengalaman di Amerika

Serikat pada umumnya menganggap bahwa orang-orang Republik atau orang Demokrat memilih sesuai dengan identitas partainya pada setiap pemilihan umum. Semangat partai dalam jangka panjang tidak hanya merupakan penyebab langsung dari perolehan suara (*vote*), akan tetapi juga mempengaruhi perilaku memilih yang memandang bahwa calon-calon dan issue-issue yang mempunyai pengaruh jangka pendek pada perolehan suara itu. Kendatipun demikian, banyak pengamat dan ilmuwan politik memandang bahwa “*party voting*” (Seymour M. Lipset, 1972: 64) sebagai kurang rasional dibandingkan dengan *issue voting*.

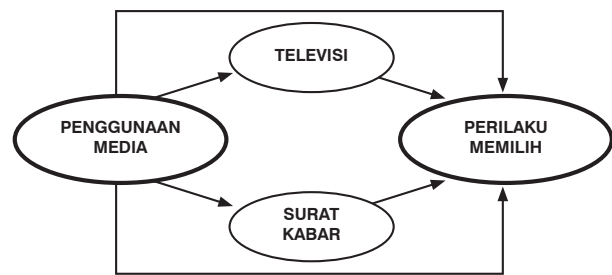
Manakala rakyat atau pemilih mula-mula memilih, lebih dahulu mereka mengidentifikasi partai politik sebagai pijakan dalam mengambil keputusan untuk memilih. Mereka memilih begitu saja pada pemilihan yang akan datang tanpa membutuhkan waktu untuk menyelidiki semua issue dari pemilihan–pemilihan itu.

Sementara itu studi Michigan lebih menekankan pada pentingnya calon-calon dalam keputusan *voting*. Studi ini menemukan bahwa issue itu tidak penting, dan jika faktor semangat pada partai dan kelompok sosial stabil, maka perubahan-perubahan yang dramatis dari satu pemilihan umum ke pemilihan umum yang berikut pasti disebabkan karena adanya calon-calon yang berubah.

Sebagai kesimpulan mula-mula diuraikan oleh Stokes pada tahun 1966 dengan menggunakan uraian statistik dari hasil voting sejak tahun 1952 – 1964. (David Butler & Donald K. Stokes, 1969:54). Studi Michigan ini berbicara mengenai serangkaian pertanyaan kepada setiap individu yang pertanyaannya sebagai berikut “ Apa yang mereka sukai dan apa yang tidak mereka sukai?”, yaitu yang berkaitan dengan partai-partai politik utama dan orang-orang yang dicalonkan untuk menjadi Presiden (Richard G. Niemi, 1984: 8-9)

Studi yang lain dilakukan di Inggris oleh Rose (1974) menyimpulkan bahwa mayoritas pemilih yang berasal dari kelas menengah cenderung memilih partai Konservatif, sedangkan mayoritas kelas pekerja memilih Partai Buruh (Richard, Rose, 1974: 67).

Di Amerika Serikat terdapat indikasi bahwa penilaian terhadap Jimmy Carter dan Ronald Reagan dipengaruhi kuat oleh kompetensi mereka. Integritas calon nampaknya penting, menyangkut evaluasi terhadap Reagan. Sementara itu ketidakpuasan terhadap Carter disebabkan karena adanya penyimpangan dari nilai-nilai integritas dimaksud.



Gambar 1.

Model Hubungan Penggunaan Media Dengan Perilaku Memilih

Sedangkan issue-issue politik terhadap Carter menyebabkan ketidak-puasan penampilan Carter, yang oleh Markus dianggap sebagai faktor issue yang mempunyai pengaruh dominan (Harold F. Gosnel, 1934).

Pendapat yang lain menyatakan bahwa memilih berdasarkan pada issue menunjukkan keseriusan warga negara sebagaimana memberikan suara dalam pemilihan (Angus Campbell, Philip E. Conserve, Warren E. Miller, and Donald E. Stoke, 1976: 475).

Berdasarkan kerangka teori tersebut di atas dapat dibangun beberapa hipotesis sebagai berikut: 1) Hipotesis 1: Ada hubungan korelasi antara penggunaan media televisi dalam kampanye dengan perilaku memilih seseorang, 2) Hipotesis 2: Ada hubungan korelasi antara penggunaan media surat kabar dalam kampanye dengan perilaku memilih, 3) Hipotesis 3: Terdapat dampak signifikan antara penggunaan media melalui televisi dan surat kabar dengan kemenangan calon tertentu dalam penyelenggaraan pemilihan umum.

Metode Penelitian

Unit Analisis

Unit analisis dalam penelitian ini adalah individu, yaitu para mahasiswa jurusan Ilmu Politik FISIP Universitas Andalas yang telah memberikan suaranya dalam pemilihan Presiden/Wakil Presiden pada pemilihan umum 2004 dengan ciri-ciri sebagai berikut:

a) Telah terdaftar sebagai pemilih dalam pemilihan umum 2004, b) Telah terdaftar sebagai pemilih, memiliki kartu pemilih, mempunyai undangan untuk datang ke TPS, c) Mereka telah memberikan suara pada pasangan calon Presiden/Wakil Presiden tertentu, d) Merasa telah memanfaatkan media massa untuk memperoleh informasi dan pengetahuan yang berkaitan dengan kampanye dalam pemilihan umum 2004.

Populasi Penelitian

Populasi penelitian ini adalah para mahasiswa jurusan Ilmu Politik FISIP Universitas Andalas angkatan 2001 berjumlah 50 orang.

Teknik Sampling

Sejalan dengan unit analisis dan populasi yang difokuskan pada mahasiswa S1 jurusan Ilmu Politik Angkatan 2001 FISIP Universitas Andalas Padang yang berjumlah 50 orang, supaya derajat representatifnya lebih akurat dan terandakan maka penetapan sampel yang dijadikan responden penelitian ini adalah amat relevan menggunakan teknik sampling total sampling.

Operasionalisasi Konsep dan Pengukuran Variabel-variabel

Variabel penggunaan media baik televisi maupun surat kabar diukur dengan beberapa indikator yaitu frekuensi maupun durasi dari para mahasiswa menggunakan media massa. Penggunaan media tersebut diukur dengan tanggapan para mahasiswa terhadap seperangkat pertanyaan mengenai media yang berbeda yaitu media televisi dan surat kabar dalam rangka mendapatkan berita seputar kampanye pemilihan Presiden dan Wakil Presiden pada penyelenggaraan pemilihan umum 2004.

Adapun variabel perilaku memilih diukur dengan beberapa indikator yaitu orientasi terhadap identifikasi partai, orientasi terhadap issue/program dan orientasi terhadap calon. Dalam penelitian ini fokus utama ditujukan pada orientasi terhadap calon, maka indikator yang dipakai dibatasi hanya pada orientasi terhadap calon. Untuk mengukur konten relatif antara peranan media dalam Kampanye baik melalui televisi maupun surat kabar kaitannya dengan perilaku memilih dalam penyelenggaraan pemilihan umum 2004, maka digunakan skala Likert pada skala poin 5, yang pengertiannya bahwa pengukuran terhadap responden berkisar pada indikator-indikator berikut: keakuratan, keobyektifan, kejujuran, kepercayaan, keberimbangan dan kejelasan.

Untuk mengukur perilaku memilih para responden diminta untuk menilai dari calon Presiden dan Wakil Presiden dalam penyelenggaraan pemilihan umum 2004, dengan menggunakan skala Likert pada poin 5, sebagaimana dijelaskan sebelumnya, pengukuran dikategorikan sebagai berikut: 1) sangat meyakinkan, 2) meyakinkan sekali, 3) meyakinkan, 4) tidak meyakinkan, 5) sangat tidak meyakinkan

Table 1.
Operasionalisasi Variabel Media Kampanye

No.	Variabel	Indikator
1.	Media televisi	1. Keakuratan 2. Keobyektifan 3. Kejujuran 4. Kepercayaan 5. Keberimbangan 6. Kejelasan
2.	Media Surat Kabar	1. Keakuratan 2. Keobyektifan 3. Kejujuran 4. Kepercayaan 5. Keberimbangan 6. Kejelasan

Tabel 2.
Operasionalisasi Variabel Perilaku Memilih

Variabel	Dimensi	Indikator
Perilaku memilih	Orientasi Calon	1. Kharismatik 2. Kepribadian 3. Kemampuan 4. Ikatan Suku 5. Ikatan Kekerabatan

Adapun untuk pengukuran atas pilihan tanggapan pada angket yang disediakan adalah sebagai berikut: SSS = Sangat Setuju Sekali dengan skor 5, SS = Setuju Sekali dengan skor 4, S = Setuju dengan skor 3, TS = Tidak setuju dengan skor 2, STS = Sangat Tidak Setuju dengan skor 5.

Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini bersifat eksplanatif (W. Lawrance Neumann, 1997: 34) karena aspek-aspek yang hendak ditemukan dalam penelitian ini berangkat dari asumsi-asumsi disertai dengan dukungan seperangkat teori digabungkan dengan hasil penelitian empiris yang pernah dilakukan sebelumnya yaitu tentang peranan media dalam partisipasi politik, yang lebih difokuskan lagi tentang perilaku memilih yang pernah dilakukan di negara-negara maju, seperti Amerika Serikat dan Eropa.

Dalam kondisi tertentu indikator yang dipakai dalam penelitian ini disesuaikan dengan fenomena spesifik yang secara riil berlaku di Indonesia, seperti memberikan pengukuran terhadap pilihan memilih pada calon Presiden dan Wakil Presiden tertentu.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif (John W. Creswell, 2002:13) dengan mengandalkan kuesioner sebagai alat survey yang dipergunakan dalam pengumpulan data.

Selanjutnya untuk melengkapi data sesuai dengan maksud dan tujuan penelitian adalah sebagai

berikut: 1) kuesioner, di dalamnya memuat beberapa pertanyaan atau pernyataan disertai pilihan tanggapan yang telah disediakan menurut poin-poin pertanyaan yang diturunkan dari variabel-variabel dan indikator-indikator penelitian, 2) studi kepustakaan, menurut uraian teoritis serta data melalui sumber tertulis yang berkaitan dengan fokus permasalahan yang diteliti, diamati serta dianalisis.

Analisis Data

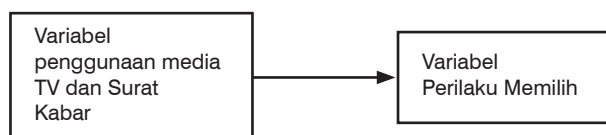
Penelitian ini akan dianalisis melalui respon para mahasiswa jurusan Ilmu Politik angkatan 2001 FISIP Universitas Andalas, sebagai jawaban yang telah disediakan berupa alternatif yang digambarkan pada instrumen penelitian yang dalam hal ini menggunakan pola skala pengukuran Likert yang masing-masing terdiri dari 5 pilihan jawaban yang bersifat ordinal, oleh karena itu terlebih dahulu dilakukan pengujian untuk mengetahui validitas atau ketepatan dari setiap aspek pertanyaan dalam instrumen penelitian.

Analisis dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan SPSS untuk mendapatkan hubungan antara independen variabel (penggunaan media yang terdiri dari media televisi dan media surat kabar) dengan dependen variabel (perilaku memilih).

Model analisis yang digunakan dalam penelitian ini, dapat digambarkan dalam suatu model yang ditunjukkan dalam gambar 2, yaitu hubungan antara Variabel X dan Variabel Y. Hubungan itu dapat dijelaskan dalam Gambar 2.

Hubungan dua variabel tersebut digambarkan dalam bentuk tabel silang yang digambarkan dalam hasil penelitian ini yang merupakan analisis tabel silang bivariat sebagaimana digambarkan dalam hasil penelitian.

Dengan demikian hasil penelitian yang telah digambarkan dalam tabel silang tersebut merupakan variabel independen yang menjelaskan presentase (angka%), sementara variabel dependen (angka nominal) menjelaskan interpretasi.



Gambar 2 .
Hubungan antara dua variabel

Hasil Penelitian

Gambaran yang ditemukan sebagai hasil dalam penelitian ini dapatlah disajikan dalam beberapa tabel di bawah ini :

Peranan Media Televisi dalam Kampanye Pemilihan Presiden dan Wakil Presiden terhadap Perilaku Memilih

Tabel 3.
Frekuensi Media TV sebagai Sarana Kampanye

Media massa TV	Jenis kelamin				Group Total	
	Laki-laki		Perempuan			
	Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%
Sangat sering sekali	1	2	2	4	3	6
Sering sekali	2	4	6	12	8	16
Sering	3	6	6	12	9	18
Tidak Sering	10	20	8	16	18	36
Sangat tidak sering	5	10	7	14	12	24

Dari gambaran tabel tersebut diatas perilaku memilih antara mahasiswa laki-laki, yaitu 12% pada kategori tinggi, sementara 30% pada kategori rendah, di lain pihak bagi pemilih mahasiswa perempuan 28% pada kategori tinggi, sedangkan 30% pada kategori rendah. Dengan demikian ternyata mahasiswa laki-laki lebih suka mencari informasi dari TV ketimbang media lain daripada mahasiswa perempuan.

Tabel 4.
Tanggapan Responden Suka/Tidaknya TV sebagai Media Kampanye

Media massa TV	Jenis kelamin				Group Total	
	Laki-laki		Perempuan			
	Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%
Sangat sering sekali	2	4	3	6	5	10
Sering sekali	2	4	4	8	6	12
Sering	7	14	7	14	14	28
Tidak Sering	5	10	10	20	15	30
Sangat tidak sering	5	10	5	10	10	20

Mengenai tanggapan responden pada suka tidaknya TV dijadikan media kampanye, terlihat gambaran sebagai berikut 22% memberi respon pada kategori tinggi untuk pemilih mahasiswa laki-laki, sementara 20% pada kategori rendah, selanjutnya dapatlah dikatakan bahwa 28% pemilih mahasiswa perempuan pada kategori tinggi dan 30% pada kategori rendah disini yang menarik bahwa para

mahasiswa perempuan cenderung banyak dalam menggunakan media TV sebagai sarana kampanye.

Tabel 5.

Tanggapan Responden Mengakses Berita Pemilu 2004 Melalui TV

Akses Berita Pemilu 2004 melalui Stasiun TV	Jenis kelamin				Group Total	
	Laki-laki		Perempuan			
	Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%
Sangat sering sekali	3	6	1	2	4	8
Sering sekali	4	8	9	18	13	26
Sering	3	6	13	26	16	32
Tidak Sering	5	10	3	6	8	16
Sangat tidak sering	6	12	3	6	9	18

Tabel ini memperlihatkan tanggapan para responden dalam mengakses informasi berita pemilu 2004 melalui TV dapat dikatakan 20% kategori tinggi, sementara 22% kategori rendah untuk mahasiswa laki-laki, di lain pihak bagi pemilih mahasiswa perempuan menunjukkan 46% kategori tinggi, dan 12% kategori rendah. Dengan demikian pemilih mahasiswa perempuan lebih banyak mengakses berita pemilu 2004 melalui media TV daripada pemilih mahasiswa laki-laki.

Tabel 6.

Tanggapan Responden Terhadap Durasi Mengakses Kampanye dalam Berita TV

Durasi mengakses berita pemilu 2004 melalui TV	Jenis kelamin				Group Total	
	Laki-laki		Perempuan			
	Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%
Sangat sering sekali	11	22	9	18	20	40
Sering sekali	7	14	10	20	17	34
Sering	1	2	5	10	6	12
Tidak Sering	1	2	3	6	4	8
Sangat tidak sering	1	2	2	4	3	6

Hasil penelitian yang berkaitan dengan tanggapan responden terhadap durasi kampanye dalam berita TV, diindikasikan bahwa pemilih mahasiswa laki-laki pada kategori tinggi adalah 38%, sementara kategori rendah 4%. Bagi pemilih mahasiswa perempuan pada kategori tinggi amat spektakuler yaitu 48%, sedang pada kategori rendah hanya 10% saja. Dengan demikian mahasiswa perempuan lebih aktif mengakses berita pemilu 2004 melalui media TV daripada pemilih mahasiswa laki-laki.

Tabel 7.

Tanggapan Responden tentang Dialog Interaktif melalui TV

Mengikuti acara Dialog Interaktif TV secara penuh	Jenis kelamin				Group Total	
	Laki-laki		Perempuan			
	Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%
Sangat sering sekali	2	4	1	2	3	6
Sering sekali	7	14	5	10	12	24
Sering	5	10	10	20	15	30
Tidak Sering	3	6	9	18	12	24
Sangat tidak sering	4	8	2	4	6	12

Data yang berkaitan dengan tanggapan responden tentang dialog interaktif memperlihatkan data pada pemilih kalangan mahasiswa laki-laki 28% menunjukkan pada kategori tinggi, sementara 14% pada kategori rendah. Bagi pemilih mahasiswa perempuan menunjukkan bahwa 32% tinggi, sementara yang kategori rendah adalah 22% saja. Dengan demikian pemilih mahasiswa perempuan lebih sering mengikuti acara dialog interaktif TV sebagai sarana kampanye daripada pemilih mahasiswa laki-laki.

Tabel 8.

Tanggapan Responden tentang Frekuensi Keterlibatan dalam Acara Interaktif Dialog TV

Terlibat interaktif dalam acara dialog interaktif TV	Jenis kelamin				Group Total	
	Laki-laki		Perempuan			
	Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%
Sangat sering sekali	3	6	3	6	6	12
Sering sekali	6	12	3	6	9	18
Sering	9	18	18	36	27	54
Tidak Sering	2	4	5	10	7	14
Sangat tidak sering	1	2	0	0	1	2

Hasil penelitian memberi gambaran bahwa tanggapan responden tentang frekuensi keterlibatan dalam acara interaktif dialog TV, menunjukkan bahwa bagi pemilih mahasiswa laki-laki 36% pada kategori tinggi, sementara 6% pada kategori rendah. Bagi pemilih mahasiswa perempuan terlihat bahwa 48% kategori tinggi dan 10% kategori rendah. Dengan demikian pemilih mahasiswa perempuan lebih banyak terlibat dalam acara interaktif melalui dialog TV daripada pemilih mahasiswa laki-laki.

Tabel 9.

Tanggapan Responden tentang Kepercayaan pada Kegunaan Dialog melalui TV bagi Pemantapan Politik

Percaya Dialog Interaktif TV berguna bagi pemantapan politik	Jenis kelamin				Group Total	
	Laki-laki		Perempuan			
	Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%
Sangat sering sekali	4	8	8	16	12	24
Sering sekali	5	10	6	12	11	22
Sering	7	14	10	20	17	34
Tidak Sering	5	10	3	6	8	16
Sangat tidak sering	0	0	2	4	2	4

Data yang berkaitan dengan tanggapan responden tentang kepercayaan pada kegunaan dialog melalui TV bagi pemantapan politik, terlihat secara jelas pemilih mahasiswa laki-laki 32% pada kategori tinggi, 10% pada kategori rendah. Bagi pemilih mahasiswa perempuan terlihat secara nyata bahwa pada kategori tinggi 48%, sedangkan pada pada kategori rendah 10% saja. Dengan demikian pemilih mahasiswa perempuan lebih percaya dialog interaktif TV berguna bagi pemantapan politik daripada pemilih mahasiswa laki-laki.

Tabel 10.

Tanggapan Responden terhadap Frekuensi Mengikuti Dialog Interaktif TV

Frekuensi mengikuti Dialog Interaktif TV Pemilu 2004	Jenis kelamin				Group Total	
	Laki-laki		Perempuan			
	Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%
Sangat sering sekali	3	6	4	8	7	14
Sering sekali	11	22	18	36	29	58
Sering	5	10	6	12	11	22
Tidak Sering	1	2	1	2	2	4
Sangat tidak sering	1	2	0	0	1	2

Mengenai data yang berkaitan dengan frekwensi mengikuti dialog interaktif dapatlah dikemukakan sebagai berikut, pemilih mahasiswa laki-laki yang memiliki katagori tinggi sebanyak 38%, sedangkan katagori rendah adalah 4%. Bagi pemilih mahasiswa perempuan terlihat 54% pada katagori tinggi, sementara 2% pada katagori rendah. Dengan demikian pemilih mahasiswa perempuan lebih banyak mengikuti dialog interaktif di TV sebagai sarana kampanye daripada pemilih mahasiswa laki-laki.

Peranan Media Surat Kabar dalam Kampanye pada Pemilihan Presiden dan Wakil Presiden terhadap Perilaku Memilih

Tabel 11.

Tanggapan responden Terhadap Suka Tidaknya menggunakan Surat Kabar sebagai Media Kampanye

Surat kabar Media yang disukai	Jenis kelamin				Group Total	
	Laki-laki		Perempuan			
	Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%
Sangat Suka Sekali	2	4	2	4	4	8
Suka Sekali	3	6	4	8	7	14
Suka	3	6	2	4	5	10
Tidak Suka	5	10	7	14	12	24
Sangat Tidak Suka	8	16	14	28	22	44

Mengenai tanggapan responden yang lebih menyukai Surat kabar dalam mengakses kampanye, memperlihatkan bahwa bagi mahasiswa laki-laki yang berkategori tinggi adalah 16% sedangkan yang berkategori rendah adalah 26%. Bagi mahasiswa perempuan terlihat pada kategori tinggi adalah 16% sedangkan pada katagori rendah adalah 42%. Ini berarti bahwa pemilih mahasiswa perempuan yang mengakses kampanye melalui surat kabar dalam katagori rendah lebih banyak daripada pemilih mahasiswa laki-laki.

Tabel 12.

Tanggapan Responden dalam Mengakses Berita Kampanye pada Surat Kabar

Frekuensi mengakses berita pemilu 2004 melalui surat kabar	Jenis kelamin				Group Total	
	Laki-laki		Perempuan			
	Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%
Sangat sering sekali	1	2	1	2	2	4
Sering sekali	3	6	9	18	12	24
Sering	8	16	9	18	17	34
Tidak Sering	5	10	5	10	10	20
Sangat tidak sering	4	8	5	10	9	18

Gambaran sebagaimana diperlihatkan pada tabel di atas menunjukkan bahwa tanggapan responden dalam mengakses jumlah berita kampanye pada surat kabar menunjukkan data para mahasiswa laki-laki pada katagori tinggi 24%, sementara pada katagori rendah 18%. Bagi pemilih mahasiswa perempuan berlaku 38% pada katagori tinggi, sedangkan 20% pada katagori rendah. Ini berarti pemilih mahasiswa

perempuan lebih banyak mengakses berita kampanye melalui media surat kabar daripada pemilih mahasiswa laki-laki.

Tabel 13.
Tanggapan Responden terhadap Durasi Mengakses Kampanye melalui Surat Kabar

Durasi mengakses berita pemilu melalui surat kabar	Jenis kelamin				Group Total	
	Laki-laki		Perempuan			
	Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%
Sangat Lama Sekali	5	10	7	14	12	24
Lama Sekali	7	14	7	14	14	28
Lama	5	10	12	24	17	34
Tidak Lama	5	10	2	4	7	14
Sangat Tidak Lama	0	0	1	2	1	2

Tabel yang berhubungan dengan tanggapan responden terhadap durasi mengakses kampanye melalui surat kabar data tersebut di atas memperlihatkan sebagai berikut: pemilih mahasiswa laki-laki kategori tinggi adalah 34%, sementara kategori rendah 10% saja. Bagi pemilih di kalangan mahasiswa perempuan berlaku 52% pada kategori tinggi, 6% pada kategori rendah. Ini berarti pemilih mahasiswa perempuan lebih mengakses kampanye melalui media surat kabar daripada pemilih mahasiswa laki-laki.

Tabel 14.
Tanggapan Responden Tentang Sering Tidaknya Surat Kabar Dipakai sebagai Media Kampanye

Media Surat Kabar	Jenis kelamin				Group Total	
	Laki-laki		Perempuan			
	Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%
Sangat sering sekali	3	6	5	10	8	16
Sering sekali	2	4	8	16	10	20
Sering	6	12	2	4	8	16
Tidak Sering	6	12	7	14	13	26
Sangat tidak sering	4	8	7	14	11	22

Tabel di atas menunjukkan bahwa tanggapan responden tentang sering tidaknya surat kabar dipakai sebagai media kampanye, memperlihatkan sebagaimana data mahasiswa laki-laki yang berkategori tinggi adalah 22%, sementara yang berkategori rendah adalah 20%.

Bagi pemilih mahasiswa perempuan terlihat secara jelas bahwa pada kategori tinggi adalah 30%, sementara pada kategori rendah adalah 14%. Ini berarti mahasiswa perempuan lebih banyak

menggunakan media surat kabar daripada laki-laki sebagai media kampanye.

Diskusi dan Analisis

Sebagaimana tergambar dari data penelitian yang telah diuraikan dalam bagian terdahulu, dapatlah dikemukakan bahwa penggunaan media televisi perannya menunjukkan posisi tinggi dalam menentukan perilaku memilih di kalangan para mahasiswa jurusan Ilmu Politik Angkatan 2001 FISIP Universitas Andalas Padang.

Hasil penelitian ditemukan di kalangan mahasiswa perempuan dengan menunjukkan data rata-rata 41% pada kategori tinggi setelah dikompilasi dari tabel 3 sampai tabel 20 yang berkaitan dengan penggunaan TV pada saat kampanye pemilihan Presiden dan Wakil Presiden pada pemilu 2004, sementara berlaku di kalangan pemilik laki-laki hanya 33,5% saja.

Hal ini disebabkan karena ternyata melalui media massa televisi itulah para mahasiswa mendapatkan informasi serta pengetahuan politik yang memadai tentang calon dalam kaitannya dengan kampanye pada penyelenggaraan pemilu 2004. Semakin calon sering muncul di televisi, maka semakin ia berhasil memberikan kepercayaan politik pada para pemilih sehingga ia merasa tertarik untuk dapat berpartisipasi secara sukarela. Bahkan para pemilih kalangan ini tidak lagi tertarik mengikuti kampanye yang bersifat hura-hura, seperti pawai di jalan serta berkumpul di lapangan terbuka untuk mengikuti rapat umum, yang kadangkala kemasannya lebih menonjolkan segi rekreatifnya seperti adanya pentas musik ketimbang menyampaikan visi dan misi serta program dari pasangan calon Presiden dan Wakil Presiden tertentu.

Menurut mereka bentuk kampanye berupa pawai di jalanan dan di lapangan terbuka tidak menyentuh hal hal yang bersifat substansi, apalagi berkaitan dengan keseriusan calon Presiden dan Wakil Presiden dalam membawakan perubahan lewat program yang terukur dan tidak bisa meyakinkan mereka, apalagi yang datang untuk berkampanye hanya terbatas pada tim sukses dari pasangan calon tertentu. Dalam kampanye tersebut kurang menyentuh isi yang mengarah bagaimana membangun *platform politik* yang lebih baik terhadap kehidupan masyarakat, bangsa dan negara secara menyeluruh.

Sementara penggunaan media melalui surat kabar walaupun terlihat peranannya tinggi pula di kalangan mahasiswa perempuan yaitu total keseluruhan setelah dikompilasi dari table 11 sampai dengan tabel

14, karena baik ketajaman (*accuracy*), keobyektifan (*objectivity*), kejujuran (*honesty*), kepercayaan (*trust*), keberimbangan (*proportionality*), dan kelengkapan (*comprehensiveness*), maka media surat kabar kurang secara dominan memainkan peranannya, karena surat kabar tidak begitu secara langsung dapat dilihat secara visual oleh para responden penelitian ini, yaitu para mahasiswa jurusan Ilmu Politik FISIP Universitas Andalas. Surat Kabar cenderung banyak memberitakan hal-hal yang bersifat informatif belaka, sementara televisi lebih cenderung memberikan informasi mengenai calon Presiden dan Wakil Presiden. Kontennya lebih pada pemecahan masalah, karena televisi lebih hidup dan dinamis, apalagi jika ada dialog, interaktif serta debat calon Presiden dan Wakil Presiden yang ditayangkan secara langsung, baik diselenggarakan oleh penyelenggara pemilu seperti Komisi Pemilihan Umum, maupun yang diselenggarakan oleh stasiun televisi sendiri. Di antara stasiun televisipun kelihatannya bersaing untuk dapat menyajikan program dan acaranya semenarik mungkin kepada khalayak, termasuk di dalamnya kepada para pemilih.

Kesan yang bisa ditangkap pada saat penyelenggaraan kampanye, bisa dikatakan tiada berita tanpa kampanye, karena ia merupakan *event* amat menarik dan tidak bisa begitu saja terlewatkan, mengingat kampanye atau pemilu hanya berlangsung setiap 5 tahun sekali. Dengan demikian maka warga negara hanya memberikan partisipasi politik dalam bentuk voting dan di dalamnya ada proses kampanye juga amat langka dan sesuai dengan sistem yang dianut oleh setiap negara, yaitu 5 tahun di Indonesia, sementara di Amerika Serikat 4 tahun.

Kendatipun demikian, surat kabar kurang begitu berperan dalam kampanye pemilihan Presiden dan Wakil Presiden 2004 tetapi tidak bisa begitu saja perannya dikesampingkan, dalam hal-hal tertentu bisa dianggap menentukan juga. Surat kabar satu dengan yang lain kadangkala beritanya berbeda, karena tidak secara akurat menginformasikan sesungguhnya apa yang terjadi, jadi memerlukan interpretasi dari para pembacanya secara cerdas dan operasional.

Berdasarkan data sebagaimana dikemukakan di atas serta hasil observasi dalam penelitian ini, maka sebagai implikasi signifikan penggunaan media

melalui TV dan surat kabar amatlah menentukan bagi kemenangan seorang calon Presiden dan Wakil Presiden, semakin ia banyak menggunakan dan muncul di media TV dan surat kabar, maka semakin ia populer citranya, sehingga para pemilih semakin yakin akan kemampuan calon yang bersangkutan. Dengan kata lain kemampuan menjual *image* adalah sesuatu yang penting dan berarti bagi kemenangan seseorang sebagai calon Presiden dan Wakil Presiden.

Daftar Pustaka

- Bone, Hugh A. dan Austin Renney (1962) *The Politics and Voters*. New York : Mc Graw Hill Book Company.
- Butler, David. & Stokes, Donald K. (1969) *Political Change in Britain*, St. Martin Press, New York.
- Campbell, A., Philip E. Converse, Warren E. Miller, and Donald E. Stokes (1976) *The American Voters*. Chicago: University of Chicago Press Edition.
- Creswell, John W. (2002) *Research Design, Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. London: University of Nebraska, Lincoln.
- Gosnel, Harold F. (1934) "Voting". dalam Edwin R.A. Seligman. and Alvin Johnson (ed), *Encyclopedia of Social Science*. New York : The MacMillan Co.
- Huntington, Samuel P. & Joan Nelson (1976) *No Easy Choice: Political Participation in Developing Countries*. Cambridge : Mass Harvard University Press.
- Kristiadi, Yosef (1993) *Pemilihan Umum dan Perilaku Pemilih, (Suatu Studi Kasus tentang Perilaku Pemilih Di Kota Madya Yogyakarta dan Kabupaten Banjarnegara, Jawa Tengah Pada Pemilihan Umum 1971-1987*. Disertasi, Universitas Gajah Mada, Yogyakarta.
- Lin, Yang dan Lim Sunhee (2002) *Relationship Of Media Use to Political Cynicism and Efficacy, A Preliminary Study of Young Korean Voters*. dalam Asian Journal of communication, Vol.12 No.1.
- Lipset, Seymour M (1972) *Voting Behaviour*. London: Mentor Book.
- Neumann, W.Lawrance (1997) *Social Research Methods, Qualitative and Quantitative Approaches*. Boston : Allyn and Bacon.
- Niemi, Richard G. & Herbert F. Weisberg (1984) *Controversies in Voting Behavior*. Washington DC : Congressional Quarterly Inc.
- Rose, Richard (1974) *Electoral Behavior*. New York : The Free Press, A Division of Mac Millan Pub, Co Inc.