

THE INFLUENCE OF NEWS OF MASS MEDIA HASHTAG 2019 CHANGE PRESIDENT AGAINST

Oleh :
(Frentia Riskiyani, Hermi Yanzi, Edi Siswanto)

The problem in this study is about the influence of news media coverage hashtag 2019 replace president against the behavior tendencies of beginners in the election of 2019 in SMA N 1 Way Jepara. The purpose of this research is to find out how a phenomenon of campaign or mass media coverage can affect novice voters.

In this study using a descriptive medote with a quantitative approach, the subject in this study is all students of class XII who have been at the age of 17 years and have id card. Basic techniques in collecting data using poll techniques.

Based on the results of the study, it is known that the beginner selector who knew and followed the news media coverage of the hashtag 2019 presidential change could affect the behavior of novice voters when they would determine their choice in the upcoming elections.

Keywords: *Mass Media, Hashtag 2019 Presidential Change, The Behavior Of Budding Voters.*

PENGARUH PEMBERITAAN MEDIA MASSA HASHTAG 2019

GANTI PRESIDEN TERHADAP KECENDERUNGAN PERILAKU PEMILIH PEMULA

Oleh :

(Frentia Riskiyani, Hermi Yanzi, Edi Siswanto)

Permasalahan dalam penelitian ini adalah tentang pengaruh pemberitaan media massa hashtag 2019 ganti Presiden terhadap kecenderungan perilaku pemilih pemula dalam pilpres 2019 di SMA N 1 Way Jepara. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana suatu fenomena kampanye atau pemberitaan media massa dapat mempengaruhi pemilih pemula.

Dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif, subjek dalam penelitian ini adalah seluruh siswa kelas XII yang sudah berusia 17 Tahun dan memiliki KTP. Teknik pokok dalam pengumpulan data menggunakan teknik angket.

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa, pemilih pemula yang mengetahui serta mengikuti pemberitaan media massa hashtag 2019 ganti Presiden dapat mempengaruhi perilaku pemilih pemula saat akan menentukan pilihannya dalam pilpres mendatang.

Kata kunci: *Media Massa, Hashtag 2019 Ganti Presiden, Perilaku Pemilih Pemula.*

PENDAHULUAN

Negara Indonesia adalah negara demokrasi di mana semua warga negaranya memiliki hak setara dalam pengambilan keputusan yang dapat mengubah hidup mereka, dengan kata lain bahwa demokrasi adalah kedaulatan tertinggi berada di tangan rakyat. Menurut Bisariyadi dalam Kharisma (2014: 243) mengemukakan salah satu parameter terwujudnya demokrasi adalah Pemilihan Umum (Pemilu) dimana pemilu dianggap lambang, sekaligus tolak ukur dari demokrasi itu. Sesuai dengan Undang Undang Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 2008 tentang Pemilihan Umum Presiden dan Wakil Presiden (Pemilu Presiden dan Wakil Presiden), yaitu pemilihan umum untuk memilih Presiden dan Wakil Presiden dalam Negara Kesatuan Republik Indonesia berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.

Pada Pemilu berbagai macam cara ditempuh oleh kedua pasangan Capres dan Cawapres sebagai upaya untuk mendapatkan suara serta dipilih oleh seluruh masyarakat Indonesia. Salah satu upaya yang dilakukan oleh kedua pasangan Capres dan Cawapres untuk mempengaruhi perilaku pemilih masyarakat Indonesia adalah dengan melakukan kampanye. Salah satu kampanye yang biasa digunakan sebagai upaya mempersuasi masa yaitu kampanye massa. Kampanye massa merupakan saluran komunikasi massa dalam kampanye pemilihan. Kampanye massa adalah sebuah bentuk persuasi massa dimana seorang komunikator politik memberikan himbauan kepada massa baik melalui hubungan tatap muka ataupun melalui jenis media perantara yaitu media elektronik, media cetak, atau poster.

Pada kenyataannya kegiatan kampanye massa kali ini tidak seperti biasa, kegiatan kampanye massa kali ini diwarnai dengan beredarnya pemberitaan di media massa sebelum masa kampanye dimulai yaitu hashtag 2019 ganti presiden (#2019GantiPresiden) yang beredar di berbagai macam media massa maupun media sosial ataupun spanduk-spanduk. Hal tersebut secara tidak langsung mengungkapkan ingin adanya pergantian presiden atau propaganda diantara salah satu pihak calon presiden untuk mempengaruhi khalayak banyak.

Hashtag 2019 Ganti Presiden (#2019GantiPresiden) merupakan proporsi teks yang tersebar melalui pesan, email, media sosial, meme, spanduk, bendera, baju dan simbol lainnya. Bahkan hashtag 2019 ganti presiden (#2019gantipresiden) tidak bisa dikalahkan walaupun sudah banyak yang membuat pertandingan hastag lain. Hashtag 2019 ganti presiden merupakan bentuk aspirasi dari kelompok penentang pemegang kuasa dengan cara memperkuat pesan kepada masyarakat melalui hashtag 2019 ganti presiden yang di ramaikan di berbagai media.

Setelah proses kampanye massa dilakukan oleh para kandidat Capres dan Cawapres dengan tujuan utama yaitu untuk persuasi masa, maka dari proses tersebut akan menghasilkan sesuatu. Sesuatu tersebut adalah akibat dari kampanye massa yaitu partisipasi politik. Partisipasi politik merupakan kegiatan seseorang atau kelompok orang untuk ikut serta secara aktif dalam kehidupan politik, antara lain dengan jalan memilih pimpinan negara dan, secara langsung atau tidak langsung memengaruhi kebijakan pemerintah (*public policy*), dari partisipasi politik kita bisa melihat

sejauh mana dan sampaimana proses kampanye massa dapat mempengaruhi perilaku pemilih pemula pada Pemilu Presiden 2019. Mengingat pemilih pemula adalah golongan penduduk usia 17 tahun hingga 21 tahun atau mereka yang berstatus pelajar, mahasiswa, serta pekerja muda. atau pemilih pemula ini adalah mereka yang baru akan mempunyai pengalaman pertama kali di dalam mencoblos pada pemilu 2019 mendatang. Partisipasi politik pemilih pemula yaitu partisipasi politik para remaja yang baru memilih karena umur mereka yang baru mencukupi pada hari pemilihan, pemilih tersebut benar benar baru pertama kali memilih atau mencoblos pada Pemilu Presiden 2019.

Pemilih pemula umumnya belum memiliki pengalaman politik yang cukup dan keterikatan terhadap partai politik tertentu yang kemudian membuka peluang yang sangat besar untuk dirangkul kandidat manapun. Pemilih pemula juga dalam perilakunya rentan dipengaruhi dengan informasi yang mereka dapat dari lingkungannya baik lingkungan keluarga, pendidikan, masyarakat maupun dari sosial media. Pemberitaan media massa yang dewasa ini kurang berimbang lagi dan cenderung memihak kesalah satu elite politik tertentu di khawatirkan akan menimbulkan perilaku yang tidak diinginkan pada para pemilih pemula. Para pemilih pemula dikhawatirkan tidak menggunakan hak pilihnya atau golput pada pilpres mendatang. Hal ini disebabkan oleh pengaruh pemberitaan media massa hashtag 2019 ganti presiden yang tersebar luas di berbagai media massa.

Isu yang tersebar di media massa atau pemberitaan media massa hashtag 2019 ganti presiden (#2019GantiPresiden)

Terhadap Kecenderungan Perilaku Pemilih Pemula yang dilakukan para kandidat, tim sukses, baik simpatisan bahkan dari lingkungannya sendiri demi menjatuhkan satu sama lain dan demi sebuah kemenangan, sehingga berpengaruh bagi pemilih yang akan menggunakan hak pilihnya. Terlebih lagi terhadap pemilih pemula karena tidak bisa dipungkiri para pemilih pemula adalah orang-orang yang pemikiran politiknya masih bisa dikatakan cenderung labil dalam menganalisis fenomena-fenomena politik.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas rumusan masalah yang akan diteliti adalah apakah ada pengaruh Pemberitaan Media Massa Hashtag 2019 Ganti Presiden terhadap Kecenderungan Perilaku pemilih pemula dalam pilpres Tahun 2019.

Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini diharapkan dapat mengetahui bagaimana suatu fenomena kampanye atau pemberitaan media massa dapat mempengaruhi pemilih pemula. Sehingga kita dapat mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku para pemilih pemula dalam pilpres. Dari hal itu maka kita dapat mengetahui bagaimana pemilih pemula harus mengambil sikap untuk menyikapi kampanye atau pemberitaan yang tersebar di media massa.

TINJAUAN PUSTAKA

1. Pengertian Pemilihan Umum

Pemilihan umum menurut Indria dalam Rahman (2007: 147) disebut juga "*political market*". Artinya bahwa pemilihan umum adalah pasar politik tempat individu/masyarakat berinteraksi untuk melakukan kontak

sosial (perjanjian masyarakat) antara peserta pemilihan umum (partai politik) dengan pemilih (rakyat) yang memiliki hak pilih. Pemilihan umum merupakan sarana mewujudkan kedaulatan rakyat dalam rangka dalam penyelenggaraan pemerintahan negara. Pemilihan umum tidak hanya bertujuan untuk memilih wakil-wakil rakyat yang akan duduk dalam lembaga perwakilan, melainkan juga suatu sarana untuk mewujudkan tata kehidupan negara yang dijiwai semangat Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945 dalam negara kesatuan Republik Indonesia.

Menurut Pasal 1 ayat (1) Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2007 tentang penyelenggaraan pemilihan umum dijelaskan bahwa "pemilihan umum, selanjutnya disebut pemilu, adalah sarana pelaksanaan kedaulatan rakyat yang diselenggarakan secara langsung, umum, bebas, rahasia, jujur, dan adil dalam negara kesatuan Republik Indonesia berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar negara Republik Indonesia Tahun 1945".

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pemilihan umum merupakan salah satu kriteria penting untuk mengukur tingkat demokrasi suatu negara. Pemilihan umum secara langsung, oleh rakyat merupakan sarana-sarana perwujudan kedaulatan rakyat guna menghasilkan pemerintahan negara yang demokratis berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945.

2. Pengertian Pemberitaan Media Massa

Pemberitaan berasal dari kata dasar "berita", kata "berita" sendiri berasal

dari kata sangsekerta, *vrit* (ada atau terjadi) atau *vritta* (kejadian atau peristiwa). Menurut Purnama Kusumaningrat dalam Mustafa (2014:6) Berita merupakan sesuatu atau seseorang yang dipandang oleh media merupakan subjek yang layak untuk diberitakan. Biasanya subjek pemberitaan merupakan sesuatu atau seseorang yang memang sedang di sorot atau diperhatikan oleh masyarakat umum.

Media massa secara pasti mempengaruhi pemikiran dan tindakan khalayak. Budaya, sosial, politik dipengaruhi oleh media. Media massa di katakan sebagai kebudayaan yang bercerita. Media membentuk opini publik untuk membawanya pada perubahan yang signifikan. Pesan media tidak jadi begitu saja, tetapi dibuat dan diciptakan oleh media massa dengan tujuan tertentu. Menurut Ardianto dalam Mustafa (2014:7) media massa yaitu saluran sebagai alat atau sarana yang di pergunakan dalam proses komunikasi masa. Media massa tidak hanya sekedar memberikan informasi dan hiburan semata, tetapi juga mengajak khalayak untuk melakukan perubahan perilaku. Melalui beragam konten media yang khas dan unik sehingga pesan-pesan media itu terlihat sangat menarik, menimbulkan rasa penasaran khalayak. Pembungkahan pesan melalui teks, gambar dan suara merupakan aktivitas media untuk mempengaruhi pikiran perasaan khalayak.

Dapat disimpulkan bahwa pemberitaan media massa merupakan sesuatu atau seseorang yang di pandang oleh media massa merupakan subjek yang layak untuk

di beritakan. Hasil dari suatu pemberitaan media massa dapat menjadi suatu tanggapan atau penilaian masyarakat umum terhadap suatu objek yang berbeda beda dari setiap individu.

3. Pengertian Kampanye

Pada pemilihan umum tidak terlepas dari kegiatan kampanye. Kampanye dan pemilu bagai dua sisi mata uang yang tidak bisa dipisahkan satu sama lain. Kampanye adalah sebuah tindakan doktrin bertujuan mendapatkan pencapaian dukungan. Usaha kampanye bisa dilakukan perorangan atau sekelompok orang yang terorganisir untuk melakukan pencapaian suatu proses pengambil keputusan didalam suatu kelompok, kampanye juga bisa dilakukan guna untuk mempengaruhi, penghambatan, pembelokan pencapaian.

Menurut pasal 1 ayat 26 Undang-Undang Nomor 10 tahun 2008 tentang pemilihan umum DPR, DPD, DPRD yang disebut kampanye adalah kegiatan peserta pemilu untuk meyakinkan para pemilih dengan menawarkan visi, misi dan program peserta pemilu. Jadi berdasarkan pada definisi diatas arti kampanye adalah sebuah *purpose to something*.

Kampanye adalah aktivitas komunikasi yang ditujukan untuk memengaruhi orang lain agar ia memiliki wawasan, sikap dan perilaku sesuai dengan kehendak atau keinginan penyebar atau pemberi informasi (Cangara, 2011:223). Sedangkan menurut Imawan dalam Cangara (2011:223) mengungkapkan kampanye adalah upaya persuasif untuk mengajak orang lain yang belum sepaham atau belum yakin pada ide-ide yang kita tawarkan, agar mereka berseia bergabung dan mendukungnya.

Jadi disimpulkan bahwa, kampanye adalah suatu kegiatan atau perilaku yang dilakukan untuk mengambil simpati masyarakat dengan cara menunjukkan atau menawarkan yang baik-baik atas dirinya, dan mengumumkan apa saja visi misi mereka untuk menduduki dan memimpin pemerintahan.

4. Pengertian Propaganda

Propaganda adalah suatu penyebaran pesan yang terlebih dahulu telah direncanakan secara seksama untuk mengubah sikap, pandangan, pendapat dan tingkah laku dari penerimaan komunikan sesuai dengan pola yang telah ditetapkan oleh komunikator. Menurut Laswell dalam Zakiyuddin (2018: 42) propaganda dalam arti yang luas adalah teknik mempengaruhi tindakan manusia dengan memanipulasi representasi. Definisi ini termasuk iklan, bahkan termasuk kerja seorang guruyang mempengaruhi kelas, meskipun tindakan seperti itu oleh banyak orang tidak disebut propaganda. Laswell menilai propaganda membawa masyarakat dalam situasi kebingungan ragu-ragu dan terpaksa pada sesuatu yang licik yang tampaknya menipu dan menjatuhkan. Propaganda dianggap sebagai proses diseminasi informasi untuk mempengaruhi sikap dan tingkah laku seseorang atau kelompok masyarakat dengan motif indoktrinasi.

Disimpulkan bahwa, propaganda merupakan rangkaian pesan yang bertujuan untuk memengaruhi pendapat dan kelakuan masyarakat atau sekelompok orang. Propaganda tidak menyampaikan informasi secara obyektif, tetapi memberikan

informasi yang dirancang untuk memengaruhi pihak yang mendengar atau melihatnya. Propaganda kadang menyampaikan pesan yang benar, namun seringkali menyesatkan di mana umumnya isi propaganda hanya menyampaikan fakta-fakta pilihan yang dapat menghasilkan pengaruh tertentu, atau lebih menghasilkan reaksi emosional daripada reaksi rasional. Tujuannya adalah untuk mengubah pikiran kognitif narasi subjek dalam kelompok sasaran untuk kepentingan tertentu.

5. Pengertian Perilaku Pemilih

Perilaku Pemilih menurut Subakti dalam Kadir (2015: 3) adalah aktivitas pemberian suara oleh individu yang berkaitan erat dengan pengambilan keputusan untuk memilih dan tidak memilih (*to vote or not over*) di dalam pemilu makna voters akan memilih atau mendukung kandidat tertentu. Perilaku politik itu sendiri merupakan kegiatan yang berkenaan dengan proses pembuatan dan pelaksanaan politik, dimana kegiatan-kegiatan yang dimaksud dilakukan oleh pemerintah di satu pihak, dan oleh masyarakat di pihak lain. Memilih merupakan suatu kegiatan politik masyarakat dalam bentuk partisipasi dalam pemilihan umum. Pemilih juga target dan tujuan utama dari para kontestan untuk dipengaruhi sikapnya dengan berbagai cara yang digunakan oleh kontestan maupun partai politik. Perilaku pemilih merupakan tingkah laku seseorang dalam menentukan pilihannya yang dirasa paling disukai atau paling cocok.

6. Pengertian Pemilih Pemula

Undang-undang pilpres 2008 dalam ketentuan umum menyebutkan

bahwa pemilih pemula adalah warga negara Indonesia yang genap berumur 17 tahun atau lebih atau sudah pernah kawin. Menurut lembaga-lembaga survey internasional seperti *Pew Research Center* dan *Gallup*, pemilih pemula antara berusia 17 hingga 29 tahun, sedangkan yang dimaksud dengan pemilih pemula muda adalah mereka yang telah berusia 17-21 tahun, telah memiliki hak suara dan tercatat dalam daftar pemilih tetap (DPT) serta pertama kali mengikuti pemilihan umum, baik pemilihan legislatif maupun pemilihan presiden.

Menurut pasal 1 ayat (22) UU No 10 tahun 2008, pemilih adalah warga negara Indonesia yang telah genap berumur 17(tujuh belas) tahun atau lebih atau sudah/pernah kawin, kemudian pasal 19 ayat(1 dan 2) UU No. 10 tahun 2008 menerangkan bahwa pemilih yang mempunyai hak memilih adalah warga negara Indonesia yang terdaftar oleh penyelenggara pemilu dalam daftar pemilih dan pada hari pemungutan suara telah genap berumur 17(tujuh belas) tahun atau lebih atau sudah atau pernah kawin. Setiap akan melaksanakan pesta rakyat dalam memilih wakil rakyat atau yang kita sebut dengan pemilihan umum, sudah pasti akan adanya pemilih pemula di setiap pelaksanaan pemilu.

Jadi disimpulkan bahwa, pemilih pemula adalah warga negara Indonesia yang pada saat pemungutan suara sudah mencapai umur 17 tahun atau sudah pernah menikah maka ia akan mendapatkan hak politiknya sebagai warga negara Indonesia untuk ikut serta dalam pemilu dan dapat memberikan hak pilihnya.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif karena dalam penelitian ini mendeskripsikan keadaan yang terjadi pada saat sekarang secara sistematis dan faktual yang menuntut untuk segera mencari jalan keluar.

Populasi dalam penelitian ini adalah peserta didik kelas XII SMA Negeri 1 Way Jepara yang telah berusia 17 tahun dan telah memiliki KTP berjumlah 169 peserta didik. Menurut Sugiyono (2017:118) sampel adalah “bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut. Oleh karena itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili). Peneliti mengambil sampel dari jumlah peserta didik SMA Negeri 1 Way Jepara mencapai 169 peserta didik dengan menggunakan sampel 20%, sehingga jumlah peserta didik yang menjadi sampel berjumlah 34 orang.

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran angket (kuesioner), wawancara dan dokumentasi hasil penelitian.

Pengujian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Dalam penelitian ini peneliti melakukan analisis data dengan deskriptif kuantitatif yang menggunakan data-data berbentuk angka. Teknik analisis data merupakan pengelolaan data yang dilakukan dengan cara kritis yang bertujuan untuk mencari kebenaran data dan

mendapatkan suatu kesimpulan dan hasil penelitian yang telah dilakukan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah penulis melaksanakan penelitian, selanjutnya penulis menganalisis data yang telah diperoleh. Kemudian penulis akan mencoba menguraikan dan menjelaskan keadaan sebenarnya yang sesuai dengan data yang diperoleh mengenai pengaruh Pemberitaan Media Massa Hashtag 2019 Ganti Presiden Terhadap Kecenderungan Perilaku Pemilih Pemula Dalam Pilpres 2019 di SMA N 1 Way Jepara:

a. Pemberitaan Media Massa Hashtag 2019 Ganti Presiden X)

Pemberitaan Media Massa Hashtag 2019 Ganti Presiden (X) adalah Penuturan keadaan atau gerakan yang dilakukan oleh kelompok yang menarik perhatian dan menjelaskan urgensi keinginan untuk mengganti presiden. Dalam penelitian ini variabel Pemberitaan Media Massa Hashtag 2019 Ganti Presiden dibagi menjadi tiga indikator yakni indikator aktualitas, faktual, penting dan menarik. Setiap indikator akan dinilai berdasarkan kategori tinggi, rendah dan sedang. Setelah melaksanakan penelitian terhadap 34 siswa kelas XII SMA N 1 Way Jepara peneliti mendapatkan hasil:

1. Aktualitas yakni peristiwa terbaru, terkini, terhangat (*up to date*), sedang atau baru saja terjadi (*recent events*). Indikator aktualitas terdiri dari tiga kategori yakni tinggi, rendah dan sedang. Hal ini menunjukkan bahwa indikator aktualitas sangat mempengaruhi pemilih pemula, mereka sangat mengikuti pemberitaan media massa mengenai hashtag 2019 ganti

Presiden sehingga perilaku pemilih pemula masuk dikategori sangat terpengaruhi oleh aktualitas dari pemberitaan media massa hashtag 2019 ganti Presiden.

Berdasarkan hasil penelitian, maka peserta didik kelas XII SMAN 1 Way Jepara masuk kedalam kategori tinggi jika pemberitaan media massa hashtag 2019 ganti presiden merupakan pemberitaan yang sudah disampaikan secara aktual. Hal ini dikarenakan siswa selalu mengikuti perkembangan dari pemberitaan media massa hashtag 2019 ganti Presiden.

2. Faktual (*factual*) yakni ada faktanya (*fact*), benar-benar terjadi bukan fiksi (rekaan, khayalan, atau karangan). Fakta muncul dari sebuah kejadian nyata (*real event*), pendapat (*opinion*), dan pernyataan (*statement*). Suatu berita haruslah disampaikan dengan fakta atau dengan kata lain bahwa berita tersebut benar-benar terjadi, bukan rekayasa penulis berita. Indikator faktual terdiri dari tiga kategori yakni tinggi, rendah dan sedang.

Berdasarkan hasil penelitian dan perhitungan tersebut, maka peserta didik kelas XII SMAN 1 Way Jepara masuk kedalam kategori tinggi jika pemberitaan media massa hashtag 2019 ganti presiden merupakan pemberitaan yang sudah disampaikan secara faktual. Hal ini sudah sesuai dengan perilaku pemilih pemula yang menyatakan bahwa indikator faktual sangat mempengaruhi karena pemilih pemula yang termasuk kategori ini menyatakan pemberitaan media massa hashtag 2019 ganti Presiden sudah sangat

sesuai fakta yang sudah terjadi dalam memeritakan.

3. Menarik, artinya memunculkan rasa ingin tahu (*curiosity*) dan minat membaca (*interesting*). Peristiwa yang biasanya menarik perhatian pembaca. Berita harus mampu menarik minat pembaca atau pendengarnya, selain berindikator menarik terdiri dari tiga kategori yakni tinggi, rendah dan sedang.

Pemilih pemula yang menganggap pemberitaan media massa hashtag 2019 ganti presiden pada tingkat tinggi karena menurut pemilih pemula media massa dalam memberitakan perkembangan pemberitaan hashtag 2019 ganti presiden 2019 ganti presiden sudah menarik sehingga dapat mempengaruhi perilaku pemilih pemula dalam pilpres 2019. Berdasarkan hasil penelitian dan perhitungan tersebut, maka peserta didik kelas XII SMAN 1 Way Jepara masuk kedalam kategori tinggi jika pemberitaan media massa hashtag 2019 ganti presiden merupakan pemberitaan yang menarik. Hal ini dikarenakan sudah sesuai dengan sikap pemilih pemula yang mengalami dampak dari pengaruh pemberitaan media massa yang menurut pemilih pemula sudah sangat menarik, terutama pemberitaan yang beredar di jejaring sosial, kemudian hal ini berarti media massa sudah bisa menampilkan pemberitaan mengenai hashtag 2019 ganti presiden dengan kemasan yang menarik sehingga pemilih pemula sudah mau mengikuti perkembangannya.

4. Penting yakni besar kecilnya dampak peristiwa pada masyarakat (*consequences*), artinya peristiwa itu menyangkut kepentingan banyak atau berdampak pada masyarakat. Berita harus berisi informasi penting yang dibutuhkan oleh masyarakat selain itu berita harus bersifat edukatif atau mendidik, sehingga mudah dimengerti dan bermanfaat bagi masyarakat atau pendengarnya. Indikator penting terdiri dari tiga kategori yakni tinggi, rendah dan sedang.

Berdasarkan hasil penelitian, maka peserta didik kelas XII SMAN 1 Way Jepara masuk kedalam kategori tinggi jika pemberitaan media massa hashtag 2019 ganti presiden merupakan pemberitaan yang penting. Hal ini berarti pemilih pemula menganggap peran media massa dalam pelpres 2019 sangat penting, baik itu dalam hal sosialisasi pilpres 2019 sehingga pemilih pemula tahu akan profil calon kandidat yang akan mereka pilih.

b. Perilaku Pemilih Pemula

Kegiatan pengambilan keputusan untuk memilih atau tidak memilih (*to vote or not to vote*) didalam pilpres. Dalam penelitian ini variabel perilaku pemilih pemula dibagi menjadi tiga indikator yakni indikator modelsosiologis, model psikologis dan model rasional. Setiap indikator akan dinilai berdasarkan kategori sangat baik, cukup baik dan kurang baik. Setelah melaksanakan penelitian terhadap 34 siswa kelas XII SMA N 1 Way Jepara peneliti mendapatkan hasil:

1. Model Sosiologis merupakan

sesuatu yang sangat vital dalam memahami perilaku politik, karena kelompok-kelompok ini mempunyai peranan besar dalam membentuk sikap, persepsi dan orientasi seseorang. Model sosiologis menekankan pentingnya beberapa hal yang berkaitan dengan instrumen kemasyarakatan.

Pendekatan ini lebih menekankan kepada faktor-faktor sosiologi yang kemudian membentuk perilaku memilih seseorang. Pendekatan ini pada dasarnya menjelaskan bahwa karakteristik dan pengelompokan sosial mempunyai pengaruh dalam menentukan perilaku memilih seseorang. Perilaku pemilih tentu dapat dijelaskan akibat pengaruh seseorang terhadap suatu kelompok sosial dan norma-norma yang dianut oleh kelompok atau organisasi. Sosiologi berusaha memahami hakikat masyarakat dalam kehidupan kelompok, baik struktur, dinamika, institusi, dan interaksi sosialnya. Sosiologi dan antropologi saling menunjang dari segi teori maupun konsepnya. Konsentrasi sosiologi pada masyarakatnya, sedangkan konsentrasi antropologi pada kebudayaannya. Antara keduanya jelas-jelas tidak bisa dipisahkan, karena masyarakat dalam kelompok manusia dalam kehidupan bermasyarakat.

Berdasarkan hasil penelitian, maka disimpulkan bahwa peserta didik kelas XII SMAN 1 Way Jepara mempunyai kategori sangat setuju dalam model sosiologis, karena menurut pemilih pemula media massa dalam memberitakan hashtag 2019 ganti presiden sama dengan kepercayaan yang dimiliki

pemilih pemula, dimana saat akan menentukan pilihannya sangat memperhatikan status ekonomi dan tingkat pendidikan yang dimiliki oleh kandidat pasangan calon Presiden dan Wakil Presiden.

2. Model Psikologis menurut Afan Gaffar (1992) dalam Mazhab Michigan, pendukung Mazhab ini menentukan pilihannya karena pengaruh kekuatan karena pengaruh kekuatan psikologis yang berkembang dalam dirinya sendiri melalui proses sosialisasi politik. Pendekatan psikologi sosial menjelaskan bahwa tingkah laku pemilih akan sangat dipengaruhi oleh interaksi antara faktor internal dan eksternal individu dalam bermasyarakat. Pendekatan Psikologi sosial juga bisa menjelaskan bagaimana sikap dan harapan masyarakat dapat melahirkan tindakan serta tingkah laku yang berpegangan teguh pada tuntutan sosial. Pada model psikologi, pemilih pemula lebih cenderung menjatuhkan pilihannya karena adanya konteks ketokohan yang dominan.

Berdasarkan hasil perhitungan maka dapat disimpulkan bahwa Pemilih pemula yang dalam model sosiologis pada tingkat sangat setuju karena menurut pemilih pemula media massa dalam memberitakan hashtag 2019 ganti presiden sudah sama dengan kepercayaan yang dimiliki pemilih pemula sehingga dapat mempengaruhi perilaku pemilih pemula dalam pilpres 2019, dimana pemilih pemula dalam menentukan pilihannya di pengaruhi oleh kekuatan psikologis yang berkembang dalam dirinya sendiri

melalui proses sosialisasi politik, sehingga dalam menentukan pilihannya pemilih pemula selalu memperhatikan popularitas, orientasi isu maupun reputasi yang di miliki kandidat pasangan calon Presiden dan Wakil Presiden saat akan menentukan pilihannya.

3. Model Rasional yakni pemilih yang memperhatikan isu-isu politik dan menjadi pertimbangan penting para pemilih akan menentukan pilihannya berdasarkan penilaiannya terhadap isu-isu politik dan kandidat yang diajukan. Model rasional melihat kegiatan memilih sebagai produk kalkulasi untung dan rugi. Yang dipertimbangkan tidak hanya “ongkos” memilih dan kemungkinan suaranya dapat memengaruhi hasil yang diharapkan, tetapi ini digunakan pemilih dan kandidat yang hendak mencalonkan diri untuk terpilih sebagai wakil rakyat atau pejabat pemerintah. Bagi pemilih, pertimbangan untung dan rugi digunakan untuk membuat keputusan tentang partai atau kandidat yang dipilih, terutama untuk membuat keputusan apakah ikut memilih atau tidak.

Indikator model psikologis terdiri dari tiga kategori yakni kategori sangat baik, cukup baik dan kurang baik. Berdasarkan hasil perhitungan maka dapat disimpulkan bahwa pemilih pemula yang dalam model rasional pada tingkat sangat setuju karena menurut pemilih pemula media massa dalam memberitakan hashtag 2019 ganti presiden sudah sama dengan kepercayaan yang dimiliki pemilih pemula, hal ini dikarenakan pemilih pemula pada

umumnya ketika akan menentukan pilihannya selalu menggunakan perhitungan untuk atau rugi. Pemilih pemula dalam menentukan pilihannya tidak hanya berupa memilih alternatif yang paling menguntungkan atau yang mendatangkan kerugian yang paling sedikit, tetapi juga dalam arti memilih alternatif yang menimbulkan resiko yang paling kecil.

c. Pengaruh pemberitaan media massa hashtag 2019 ganti presiden terhadap kecenderungan perilaku pemilih pemula.

Berdasarkan hasil pengujian pengaruh menunjukkan bahwa adanya pengaruh antara pemberitaan media massa hashtag 2019 ganti presiden terhadap kecenderungan perilaku pemilih pemula dalam pilpres 2019 di SMA N 1 Way Jepara. Hal ini dibuktikan dengan hasil perhitungan menggunakan rumus Chi Kuadrat, bahwa hasil χ^2 hitung = 5,63 kemudian dikonsultasikan dengan Chi Kuadrat pada taraf signifikan 5% (0,05) dan derajat kebebasan = 4 maka diperoleh χ^2 tabel = 9,49. Dengan demikian χ^2 hitung lebih kecil dari χ^2 tabel (χ^2 hitung $\geq \chi^2$ tabel), yaitu $5,63 \geq 9,49$. Serta mempunyai derajat keeratan pengaruh yaitu 0,45 (kategori sedang) sehingga dari hasil pengujian tersebut diketahui bahwa terdapat pengaruh antara pemberitaan media massa hashtag 2019 ganti presiden terhadap kecenderungan perilaku pemilih pemula dalam pilpres 2019 di SMA N 1 Way Jepara.

Jadi, terdapat pengaruh pada perilaku pemilih pemula yang mengikuti perkembangan atau mengetahui pemberitaan media massa hashtag 2019 ganti presiden, namun pada pemilih pemula yang kurang mengetahui dan mengerti pemberitaan media massa hashtag 2019 ganti presiden mereka akan menentukan pilihannya menggunakan selera mereka sendiri tanpa memperhatikan hal apapun yang ada pada diri calon kandidat pasangan calon presiden dan wakil presiden.

Pemilih Pemula memiliki perhatian terhadap pemberitaan yang tersebar luas di berbagai media, asasa mengenai hashtag 2019 ganti Presiden. Tetapi di sisi lain pemilih pemula juga tidak dengan mentah-mentah dengan langsung menerima pemberitaan yang beredar tersebut, pemilih pemula masih mempertimbangkan beberapa hal yang akan menjadi pertimbangan bagi dirinya untuk menentukan pilihannya dalam pilpres mendatang, salah satunya pemilih pemula dengan memperhatikan kondisi sosial ekonomi yang dimiliki oleh kandidat calon capres dan cawapres yang akan maju dalam pilpres mendatang.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan yang ditemukan oleh peneliti secara umum peneliti menyimpulkan bahwa ada pengaruh yang cukup signifikan tentang pemberitaan media massa terhadap perilaku pemilih pemula. Dengan hal ini menunjukkan bahwa pemilih pemula yang melihat atau membaca serta mengikuti pemberitaan media massa dengan nilai aktualitas, faktual, menarik dan penting dapat mempengaruhi

perilaku pemilih pemula dalam menentukan pilihannya dalam pilpres 2019 (pendekatan sosiologis, pendekatan psikologis dan pendekatan rasional) pada peserta didik kelas XII di SMAN 1 Way Jepara.

DAFTAR PUSTAKA

- Cangara, Hafied. 2009. *Komunikasi Politik Konsep, Teori dan Strategi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Mustapa, Adam 2014. Pengaruh Pemberitaan Media Massa Dalam Gejolak Politik Terhadap Pembentukan Sikap Pemilih Pemula. *Jurnal Kultur Demokrasi*. Volume 2. Nomor 4.
- Rahman, A.2007. *Sistem Politik Indonesia*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sugiyono, 2015. *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan P&D*. Bandung: Alfabeta.
- Zakiyudin, Ahmad.2018. Teknik-Teknik Propaganda Politik Jalaludin Rakhmat. *Jurnal Akademika Praja*. Volume 1.