

Pengaruh Sosialisasi Media Ruang KPU Kota Pematangsiantar terhadap Minat Kelompok PEMILU pada PEMILU Legislatif 2014

Rudi Samosir*

* Magister Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sumatera Utara, Indonesia

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bentuk-bentuk sosialisasi yang dilakukan oleh Komisi Pemilihan Umum Kota Pematangsiantar; Mengetahui saluran komunikasi yang dilakukan Komisi Pemilihan Umum Kota pematangsiantar untuk sosialisasi; Mengetahui factor-faktor yang mempengaruhi minat pemilih; dan Mengetahui pengaruh sosialisasi media ruang pemilu Komisi Pemilihan Umum Legislatif tahun 2014 di Kota Pematangsiantar. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode korelasial. Populasi dalam penelitian ini adalah peserta sosialisasi yang dilakukn oleh Komisi Pemilihan Umum Kota Pematangsiantar. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 615 responden. Teknik penarikan sampel penelitian ini menggunakan teknik slovin. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 85 responden. Teknik penggunaan data dalam penelitian ini menggunakan teknik kuesioner. Hasil penelitian ini menunjukkan bentuk – bentuk sosialisasi yang dilakukan Komisi Pemilihan Umum Kota Pematangsiantar pada Pemilihan Umum Legislatif 2014 adalah dengan menggunakan metode komunikasi kelompok. Saluran komunikasi yang digunakan Komisi Pemilihan Umum Kota Pematangsiantar untuk sosialisasi Pemilihan Umum Legislatif 2014 adalah dengan saluran komunikasi langsung (tatap muka). Faktor – faktor yang mempengaruhi minat pemilih pada Pemilihan Umum 2014 di Kota Pematangsiantar adalah gaya bahasa yang digunakan dalam sosialisasi, frekuensi responden dalam menerima pesan pemilihan umum setelah proses sosialisasi dan waktu yang dibutuhkan Komisi Pemilihan Umum dalam menyampaikan materi sosialisasi.

Kata Kunci: Sosialisasi Pemilihan Umum; Komisi Pemilihan Umum; Komunikasi Kelompok; Minat Memilih.

Abstract

The aims of this research are to understand the forms of socialization held by General Election Commission (KPU) of Pematangsiantar City; to understand the communication channels conducted by KPU of Pematangsiantar City for socialization; to understand the factors affecting voters for electing; and to understand effect of socialization of spatial media of general election by General Election Commission of Pematangsiantar City in 2014 in Pematangsiantar City. The research method using in the research is correlation method. Population of the research is participant of socialization held by KPU of Pematangsiantar City. Its amount is 615 respondent. Technique for electing the sample in this research uses technique of slovin. Sample of the research amount of 85 respondent. Technique of collecting data in the research uses technique of questionnaire. The result of this research shows the forms of socialization held by KPU of Pematangsiantar City in legislative general election of 2014 is by using method of group communication. Communication channel which was used by KPU of Pematangsiantar City for socialization on the Legislative General Election of 2014 is by using direct communication (face to face). The factors are affecting the voters interest on 2014 General Election in Pematangsiantar City is language style which is used in socialization, frequency in accepting the message of general election by respondent after socialization and timing which is needed by KPU in conveying socialization matters.

Keywords: Socialization for General Election; General Election Commission; Group Communication; Voter interest.

*Corresponding author:

E-mail: rudisamosirruudi@gmail.com

PENDAHULUAN

Indonesia adalah negara demokrasi. Salah satu perwujudan demokrasi di Indonesia ialah dengan dilaksanakan pemilihan umum. Pasal 1 ayat (1) Undang-undang No. 22 Tahun 2007 tentang Penyelenggaraan Pemilihan Umum disebutkan dan dijelaskan tentang pengertian pemilihan umum, selanjutnya disebut pemilu, adalah : “Sarana pelaksanaan kedaulatan rakyat diselenggarakan secara langsung, umum, bebas, rahasia, jujur, adil dalam NKRI berdasarkan Pancasila dan UUD 1945”

Sistem pemilu dipilih didasarkan atas pertimbangan yang dianggap mampu mengakomodir partisipasi masyarakat serta dapat menciptakan pemilu yang jujur, adil dan terbuka. Sistem pemilihan umum yang dipilih negara Indonesia ialah pemilihan umum langsung. Pemilihan umum langsung memungkinkan masyarakat Indonesia untuk memilih secara langsung wakil rakyat di DPR RI, DPR I, DPR II dan Presiden. Sistem pemilihan ini pertama kali dilaksanakan di Indonesia pada tahun 2004.

Pemilihan umum memiliki fungsi: (1) Sebagai sarana legitimasi politik, melalui pemilihan umum, keabsahan pemerintahan yang berkuasa dapat ditegakkan, begitu pula program dan kebijakan yang dihasilkannya; (2) Fungsi Perwakilan Politik, menjadi kebutuhan rakyat, baik untuk mengevaluasi maupun mengontrol perilaku pemerintahan dan program serta kebijakan yang dihasilkannya; (3) Pemilihan umum sebagai mekanisme bagi pergantian atau sirkulasi elit penguasa, keterkaitan pemilihan umum dengan sirkulasi elit didasarkan pada asumsi bahwa elit berasal dari dan bertugas mewakili masyarakat luas atau rakyat; (4) Sebagai sarana pendidikan politik bagi rakyat, Pemilihan umum merupakan salah satu bentuk pendidikan politik bagi rakyat yang bersifat langsung, terbuka dan massal, yang diharapkan bisa mencerdaskan pemahaman politik dan meningkatkan kesadaran masyarakat tentang demokrasi (Haris, 1998: 7-10).

Pemilihan umum memerlukan partisipasi yang tinggi dari masyarakat. Partisipasi politik masyarakat menjadi bagian penting dalam konteks legitimasi dari sebuah pemerintahan yang demokratis. Secara umum partisipasi politik masyarakat dapat dilihat pada pelaksanaan pemilihan umum. Robert Dahl, seorang teoritis politik berpendapat bahwa pemilihan umum merupakan gambaran ideal dan maksimal bagi suatu pemerintahan demokrasi di zaman modern (Dahl, 1992: 33).

Undang-undang Nomor 22 Tahun 2007 tentang Penyelenggara Pemilu diatur mengenai penyelenggara Pemilihan Umum yang dilaksanakan oleh suatu Komisi Pemilihan Umum (KPU) yang bersifat nasional, tetap, dan mandiri. Sifat nasional mencerminkan bahwa wilayah kerja dan tanggung jawab Komisi Pemilihan Umum sebagai penyelenggara Pemilihan Umum mencakup seluruh wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia.

Amanat undang - undang memberikan wewenang kepada Komisi Pemilihan Umum (KPU) sebagai penyelenggara Pemilu. Komisi Pemilihan Umum berperan penting dalam mensukseskan Pemilu. Salah satu indikator dari kesuksesan Pemilu adalah partisipasi yang tinggi dari masyarakat. Untuk mendapatkan partisipasi yang tinggi, Komisi Pemilihan Umum perlu melakukan pendidikan politik kepada masyarakat. Pendidikan politik menjadi sebuah kebutuhan untuk meningkatkan pengetahuan politik rakyat agar dapat berpartisipasi secara maksimal dalam penyelenggaraan kehidupan bernegara. Berkaitan dengan hal ini, Komisi Pemilihan Umum juga harus melakukan sosialisasi politik kepada masyarakat agar bersedia menggunakan hak pilihnya pada saat pemungutan suara dilaksanakan.

Herbert H. Hyman mendefinisikan sosialisasi politik sebagai proses belajar dari pengalaman warga masyarakat atau sub-kelompok, yang semula menghasilkan keteraturan, keseragaman yang secara langsung relevan bagi stabilitas sistem politik dan kemudian menghasilkan keragaman bentuk institusional dari pengawasan (Subiakto dan Rahma, 2013: 63).

Peran Komisi Pemilihan Umum dalam sosialisasi politik ditegaskan dalam UU Pemilu No. 22 Tahun 2007 tentang Penyelenggara Pemilihan Umum pada pasal 8 ayat (1) huruf q: melaksanakan sosialisasi mengenai penyelenggaraan pemilu dan atau yang berkenaan dengan tugas dan wewenang Komisi Pemilihan Umum kepada masyarakat. Khusus untuk Komisi Pemilihan Umum Daerah Kabupaten/Kota, perannya dalam sosialisasi ditegaskan dalam pasal 10 huruf o: melaksanakan sosialisasi mengenai penyelenggaraan pemilu dan atau yang berkenaan dengan tugas dan wewenang Komisi Pemilihan Umum Kabupaten/Kota kepada masyarakat.

Untuk menjalankan tugas di bidang sosialisasi tersebut, secara struktural Komisi Pemilihan Umum telah menjangkau semua tingkatan wilayah dan geografis karena di setiap wilayah dibentuk kepanjangan tangan Komisi Pemilihan Umum. Pada wilayah propinsi terdapat Komisi Pemilihan Umum Daerah Propinsi, di wilayah Kabupaten/kota dibentuk Komisi Pemilihan Umum Daerah Kabupaten/Kota, di tingkat wilayah kecamatan dibentuk PPK (Panitia Pemilihan Kecamatan), di tingkat Desa/Kelurahan terdapat PPS (Panitia pemungutan Suara). Pada saat pemungutan suara, di tiap-tiap TPS terdapat KPPS (Kelompok Penyelenggara Pemungutan Suara).

Pada pemilihan umum Legislatif 2014, Komisi Pemilihan Umum Kota Pematangsiantar melakukan beberapa kegiatan sosialisasi yang bertujuan untuk meningkatkan partisipasi masyarakat khususnya di Kota Pematangsiantar.

Michael Burgoon (dalam Wiryanto,2005: 46) mendefinisikan komunikasi kelompok sebagai interaksi secara tatap muka antara tiga orang atau lebih, dengan tujuan yang telah diketahui, seperti berbagi informasi, menjaga diri, pemecahan masalah, yang mana anggota-anggotanya dapat mengingat karakteristik pribadi anggota-anggota yang lain secara tepat.

Sosialisasi berbentuk komunikasi kelompok ini dibagi dalam berbagai kategori.

Mulai dari kelompok pemilih pemula, pemilih perempuan, pemilih berbasis tokoh agama dan kepada pimpinan partai politik. Pemilihan metode ini ditujukan untuk meningkatkan pemahaman terhadap pesan yang disampaikan.

Salah satu elemen penting dalam komunikasi yaitu pesan. Pesan yang disampaikan oleh Komisi Pemilihan Umum sebagai komunikator, dipahami secara sama oleh komunikan yaitu pemilih di Kota Pematangsiantar. Pesan yang baik dirancang dan disusun dengan baik agar mudah diterima oleh komunikan.

Program sosialisasi yang dilakukan Komisi Pemilihan Umum ini merancang beberapa bentuk pesan yaitu: pesan metode/tata cara pemilihan, tanggal pemilihan dan ajakan untuk tidak menjadi golongan putih (golput). Pesan/tata cara pemilihan lebih banyak digunakan dalam metode komunikasi kelompok. Sedangkan pesan tanggal pemilihan dan ajakan untuk tidak golput banyak menggunakan sarana media luar.

Peningkatan pemilih di Kota Pematangsiantar meningkat jika dibandingkan dengan Pemilihan Umum Legislatif 2009. Pada Pemilihan Umum Legislatif tahun 2009, Daftar Pemilih Tetap yang ditetapkan Komisi Pemilihan Umum Kota Pematangsiantar berjumlah 177.971 pemilih. Pemilih yang menggunakan hak suara pada Pemilihan Umum Legislatif 2009 berjumlah 115.657 suara. Sedangkan pada Pemilihan Umum Legislatif tahun 2014, Daftar Pemilih Tetap yang ditetapkan Komisi Pemilihan Umum Kota Pematangsiantar berjumlah 189.855 pemilih. Sedangkan pemilih yang menggunakan hak suara pada Pemilihan Umum Legislatif 2014 berjumlah 123.934 suara. Pemilihan Umum Legislatif 2014 menunjukkan kenaikan sebesar 0.3% dari pemilu sebelumnya (sumber : Komisi Pemilihan Umum Kota Pematangsiantar).

Minat merupakan kelanjutan dari perhatian yang merupakan titik tolak timbulnya hasrat untuk melakukan kegiatan. Minat dapat menyebabkan seseorang giat melakukan sesuatu yang telah menarik perhatiannya (Effendy,2003:103). Minat yang menjadi hasrat

untuk melakukan kegiatan dalam penelitian ini adalah minat untuk memilih. Minat untuk memilih bisa kita sederhanakan sebagai timbulnya hasrat untuk datang ke Tempat Pemungutan Suara (TPS) dan memilih partai atau calon anggota legislatif tahun 2014.

Tahap selanjutnya setelah munculnya minat untuk memilih adalah munculnya hasrat untuk memilih atau biasa disebut dengan *desire*. Hasrat yang muncul karena adanya stimulus pesan yang menimbulkan motivasi. Motif mendorong seseorang untuk mencari kepuasan berdasarkan pengalaman dan pengetahuan yang ada di dalam dirinya dibandingkan dengan keadaan lingkungan sekitar. Perhatian terhadap suatu hal akan melahirkan minat, dengan informasi dan pengetahuan yang dimilikinya akan membangun pengertian hingga mencapai penerimaan sebagai perubahan sikap yang menggambarkan respons (R) di dalam diri akibat terpapar sosialisasi yang disebarkan secara luas melalui media ruang dan media luar ruang.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti tertarik untuk meneliti 'sejauh mana pengaruh sosialisasi media ruang Komisi Pemilihan Umum Kota Pematangsiantar terhadap minat pemilih Pemilihan Umum Legislatif tahun 2014'.

METODE PENELITIAN

Kriyantono (2009: 57) menyatakan paradigma penelitian yang digunakan dalam penelitian sosial ini adalah positivistik dengan jenis penelitian kuantitatif. Riset kuantitatif adalah riset yang menggambarkan atau menjelaskan suatu masalah yang hasilnya dapat digeneralisasikan. Riset ini tidak terlalu mementingkan kedalaman data, tetapi lebih kepada mementingkan aspek keluasan data sehingga hasil riset dianggap merupakan representasi dari seluruh populasi yang diteliti.

Dalam melakukan penelitian, diperlukan metode-metode tertentu yang disesuaikan dengan kebutuhan penelitian itu sendiri yang dinamakan dengan metode penelitian. Metode penelitian adalah cara yang digunakan oleh

peneliti dalam mengumpulkan data penelitiannya (Arikunto,2002: 136).

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono,2010: 8).

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode korelasional. Penelitian korelasional adalah penelitian yang bertujuan untuk menemukan ada tidaknya hubungan antar variabel, dan jika ada seberapa eratkah, serta berarti atau tidak hubungan itu (Arikunto,2002: 215). Metode korelasional digunakan untuk : (1) mengukur hubungan diantara berbagai variabel, (2) meramalkan variabel tak bebas dari pengetahuan kita tentang variabel bebas, dan (3) meratakan jumlah untuk membuat rancangan penelitian eksperimental (Rakhmat,2002: 31).

Populasi adalah jumlah keseluruhan dari unit analisa yang ciri-cirinya akan diduga, kata populasi amat populer digunakan untuk menyebutkan sekelompok objek yang menjadi sasaran penelitian. Oleh karenanya, populasi penelitian merupakan keseluruhan dari objek penelitian (Bungin, 2006: 99).

Berdasarkan data yang diperoleh, populasi dalam penelitian ini adalah peserta sosialisasi pemilihan umum legislatif yang dilakukan Komisi Pemilihan Umum Kota Pematangsiantar. Adapun jumlah populasi berjumlah 615 orang.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila polulasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representative (Sugiyono, 2010: 81).

Jumlah responden dalam penelitian ini didapat dari kalkulasi rumus Slovin, total jumlah populasi penelitian ini adalah 615 orang. Penentuan jumlah sampel yang dijadikan responden menggunakan Rumus Slovin. Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 86 responden.

Teknik penarikan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik acak stratifikasi proporsional (*stratified proportional random sampling*). Dalam acak stratifikasi, sebelum sampel diambil dari populasi, peneliti melakukan stratifikasi populasi terlebih dahulu berdasarkan karakteristik tertentu. Sampel yang diambil disesuaikan dengan proporsi dari populasi (Eriyanto, 2011: 99).

Pada penelitian kuantitatif, teknik pengumpulan data yang utama adalah kuesioner, sedangkan wawancara dan dokumenter adalah teknik penunjang data saja. Terdapat dua teknik pengumpulan data yaitu :

Kuesioner, Sugiyono (2010: 142) menyatakan kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Kuesioner dapat berupa pertanyaan atau pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos atau internet.

Pada kuesioner yang akan diberikan kepada responden, skala yang digunakan adalah skala ordinal. Skala ordinal merupakan skala yang membedakan kategori berdasarkan tingkatan atau urutan. Pengukuran ordinal memungkinkan segala sesuatu disusun menurut peringkatnya masing-masing.

Tujuan penyebaran angket adalah mencari informasi yang lengkap mengenai suatu masalah dari responden tanpa merasa khawatir bila responden memberikan jawaban yang tidak sesuai dengan kenyataan dalam pengisian daftar pertanyaan (Kriyantono, 2009: 93).

Pada penelitian yang dilakukan oleh peneliti, kuesioner yang diberikan kepada responden berupa pertanyaan tentang data responden serta pernyataan yang akan diisi oleh responden sebagai data penelitian. Hasil dari kuesioner ini nantinya akan diolah oleh peneliti untuk mengetahui hasil penelitian.

Validitas berasal dari kata *validity* yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur itu mengukur sesuatu. Validitas memiliki beberapa jenis, seperti validitas konstruk, validitas isi, validitas eksternal, validitas prediktif, validitas budaya, dan validitas rupa (Ardianto, 2010: 188).

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid memiliki validitas tinggi. Sebaliknya instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah (Arikunto, 2002: 144). Hasil penelitian dikatakan valid apabila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti. Valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama (Sugiyono, 2010: 121).

Validitas menunjukkan sejauh mana relevansi pertanyaan terhadap apa yang ditanyakan atau apa yang ingin diukur dalam penelitian. Uji validitas dilakukan untuk menguji ketepatan suatu item dalam pengukuran instrumennya. Sekiranya peneliti menggunakan kuesioner di dalam pengumpulan data penelitian, maka kuesioner yang disusunnya harus mengukur apa yang ingin diukurnya.

Pengujian *rank spearman* menggunakan instrumen atau kuesioner, dilakukan penghitungan korelasi antara masing-masing pernyataan dengan skor total dengan menggunakan rumus teknik korelasi Rank Spearman yang dapat dipergunakan jika tidak terdapat data kembar dari data yang diperoleh. Namun apabila dua subjek atau lebih

memperoleh skor yang sama maka kita perlu mengoreksi jumlah kuadratnya terlebih dahulu dengan mempertimbangkan angka yang sama. Dasar pengambilan keputusan : a. Jika r positif, serta $r \geq 0,30$ maka pertanyaan tersebut valid; b. Jika r negatif, serta $r < 0,30$ maka pertanyaan tersebut tidak valid.

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauhmana suatu alat ukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Bila suatu alat ukur dipakai dua kali-untuk mengukur gejala yang sama dan hasil pengukuran yang diperoleh relatif konsisten, alat ukur tersebut reliabel. Dengan kata lain, reliabilitas menunjukkan konsistensi suatu alat ukur dalam mengukur gejala yang sama (Ardianto, 2010: 189).

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Bila suatu alat pengukur dipakai dua kali untuk mengukur gejala yang sama dan hasil pengukuran yang diperoleh relative konsisten, maka alat pengukur tersebut reliabel. Dengan kata lain reliabilitas menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur di dalam mengukur gejala yang sama. Uji reliabilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana alat pengukurannya dapat dipercaya atau dapat diandalkan (Singarimbun, 2011: 140).

Dalam penelitian ini uji reliabilitas menggunakan tehnik *Alpha Cronbach*, dimana suatu instrumen dapat dikatakan reliabel apabila memiliki koefisien keandalan (α) $> 0,8$. Uji reabilitas menggunakan bantuan sistem SPSS versi 15.0. Hasil uji reabilitas menunjukkan angka *Cronbach's Alpha* 0.990. angka ini menunjukkan bahwa item pertanyaan penelitian ini reliabel. Reabilitas ditunjukkan dengan $R_{hitung} > R_{tabel}$. Hasil uji reabilitas $0.990 > 0.80$.

Data yang diperoleh dari penelitian kemudian dianalisa dengan analisa deskriptif, sedangkan pengujian hipotesis menggunakan analisis inferensial, yaitu melalui uji statistik korelasi Rank Spearman.

Data yang diperoleh dalam penelitian akan dianalisa dalam beberapa tahap analisa

yaitu yang pertama adalah Analisa Statistik Univariat, merupakan suatu analisa yang dilakukan dengan membagi-bagikan variabel penelitian ke dalam kategori-kategori yang dilakukan atas dasar frekuensi. Tabel tunggal merupakan langkah awal dalam menganalisa data yang terdiri dari 2 kolom yaitu sejumlah frekuensi dan kolom persentase untuk setiap kategori (Singarimbun, 2011: 266).

Kedua adalah Analisa Bivariat, yaitu Teknik yang digunakan untuk menganalisa dan mengetahui variabel yang satu memiliki hubungan dengan variabel yang lainnya, sehingga dapat diketahui apakah variabel tersebut positif atau negatif (Singarimbun, 2011: 273).

Ketiga adalah uji hipotesa, yaitu pengujian data statistik untuk mengetahui apakah data hipotesis yang diajukan dapat diterima atau ditolak. Untuk mengukur tingkat hubungan diantara dua variabel, maka peneliti menggunakan rumus koefisien tata jenjang (*Rank Order Correlation Coeficient*) oleh Spearman atau *Spearman Rho Koefisien*. *Spearman Rho* menunjukkan hubungan antara variable X dan variable Y yang tidak diketahui sebaran datanya.

Untuk menguji hubungan antara kedua variabel yang dikorelasikan digunakan koefisien korelasi tata jenjang (*Rank Order Correlation Coeficient*) oleh Spearman. Uji hipotesis ini menggunakan korelasi Spearman Rank karena jenis data yang dikorelasikan karena adanya jenjang dari kedua variabel tidak harus membentuk distribusi normal. Jadi korelasi Spearman Rank bekerja dengan data ordinal atau berjenjang atau ranking.

Jika tabel $t_{tabel} > t_{hitung}$, maka hubungan signifikan (H_a diterima) dan jika tabel $t_{tabel} < t_{hitung}$, maka hubungan tidak signifikan (H_0 diterima). Selanjutnya untuk melihat tinggi rendahnya korelasi (derajat hubungan) digunakan skala *Guildford* atau koefisien asosiasi, sebagai berikut :

$< 0,20$: hubungan rendah sekali ; lemah sekali
 $0,20 - 0,40$: hubungan rendah tapi pasti
 $0,41 - 0,70$: hubungan yang cukup berarti
 $0,71 - 0,90$: hubungan yang tinggi kuat ; kuat

> 0,91 : hubungan yang sangat tinggi ; kuat sekali (Kriyantono, 2009: 169)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Menurut Vander Zanden, sosialisasi adalah proses interaksi sosial melalui mana kita mengenal cara-cara berpikir, berperasaan dan berperilaku, sehingga dapat berperan serta secara efektif dalam masyarakat (Ihromi,1999:75). Seorang bayi lahir ke dunia ini sebagai suatu organisme kecil yang egois yang penuh dengan segala macam kebutuhan fisik, kemudian ia menjadi seorang manusia dengan seperangkat sikap dan nilai, kesukaan, dan ketidaksukaan, tujuan serta maksud, pola reaksi dan konsep yang mendalam serta konsisten tentang dirinya (Horton, 1993: 99-100).

Setelah berinteraksi dengan individu lain yang berada disekitarnya atau bersosialisasi dengan lingkungannya barulah individu tadi dapat berkembang. Dalam keadaan yang normal, maka lingkungan pertama yang berhubungan dengan anaknya adalah orang tuanya. Melalui lingkungan itulah anak mengenal dunia sekitarnya dan pola pergaulan hidup yang berlaku sehari-hari; melalui lingkungan itulah anak mengalami proses sosialisasi awal.

Tanpa mengalami proses sosialisasi yang memadai tidak mungkin seorang warga masyarakat akan dapat hidup normal tanpa menjumpai kesulitan dalam masyarakat. Jelas, bahwa hanya dengan menjalani proses sosialisasi yang cukup banyak sajalah seorang individu warga masyarakat akan dapat menyesuaikan segala tingkah pekertinya dengan segala keharusan norma-norma sosial. Hanya lewat proses-proses sosialisasi ini sajalah generasi-generasi muda akan dapat belajar bagaimana seharusnya bertingkah laku di dalam kondisi-kondisi tertentu. Bagaimanapun juga proses sosialisasi adalah suatu porses yang dilakukan secara aktif oleh dua pihak; pihak pertama adalah pihak yang mensosialisasi atau disebut dengan aktivitas melaksanakan sosialisasi dan; pihak yang kedua adalah

aktivitas pihak yang disosialisasi atau aktivitas internalisasi.

Menurut Rosenberg (dalam Rush: 2010) ada 3 alasan mengapa orang enggan sekali berpartisipasi politik : *Pertama*, bahwa individu memandang aktivitas politik merupakan ancaman terhadap beberapa aspek kehidupannya. Ia beranggapan bahwa mengikuti kegiatan politik dapat merusak hubungan sosial, dengan lawannya dan dengan pekerjaannya karena kedekatannya dengan partai-partai politik tertentu. *Kedua*, bahwa konsekuensi yang ditanggung dari suatu aktivitas politik mereka sebagai pekerjaan sia-sia. Mungkin disini individu merasa adanya jurang pemisah antara cita-citanya dengan realitas politik. Karena jurang pemisah begitu besarnya sehingga dianggap tiada lagi aktifitas politik yang kiranya dapat menjembatani. *Ketiga*, beranggapan bahwa memacu diri untuk tidak terlibat atau sebagai perangsang politik adalah sebagai faktor yang sangat penting untuk mendorong aktifitas politik. Maka dengan tidak adanya perangsang politik yang sedemikian, hal itu membuat atau mendorong kearah perasaan yang semakin besar bagi dorongan apati. Disini individu merasa bahwa kegiatan bidang politik diterima sebagai yang bersifat pribadi sekali daripada sifat politiknya. Dan dalam hubungan ini, individu merasa bahwa kegiatan-kegiatan politik tidak dirasakan secara langsung menyajikan kepuasan yang relative kecil. Dengan demikian partisipasi politik diterima sebagai suatu hal yang sama sekali tidak dapat dianggap sebagai suatu yang dapat memenuhi kebutuhan pribadi dan kebutuhan material individu itu.

Pemimpin produk Pemilu harus memiliki *sense of crisis*, ikut merasakan penderitaan rakyat sehingga melahirkan kebijakan dan keputusan yang *propoor*, *projob* dan *prodevelopment*. Maka, yang diperlukan adalah kepekaan etis untuk mengutamakan hajat hidup orang banyak diatas pamrih kekuasaan individu maupun kelompok dan menjalankan kekuasaan secara jujur dan tulus. Namun yang terjadi sungguh mengerikan, saat nasib rakyat tak terurus kepemimpinan politik telah melahirkan

banalitas dan binalitas politik, dimana politik itu akan menjadi dangkal, tawar dan sia-sia karena mengedepankan nafsu dan kepentingan pragmatis.

Sosialisasi memiliki pola dalam aplikasinya, yaitu sosialisasi represif yang menekankan pada kepatuhan peserta dan sosialisasi partisipatif yang menekankan pada otonomi pada peserta. Sosialisasi yang dilakukan oleh komisi pemilihan umum kota Pematangsiantar termasuk dalam pola partisipatif. Sosialisasi yang dilakukan tidak memaksa peserta sosialisasi untuk memilih pada pemilu legislatif 2014. Pola sosialisasi lebih kepada bentuk partisipatif dengan menjadikan peserta sebagai subjek dari sosialisasi tersebut.

Peserta sosialisasi sebagai subjek dimaksudkan agar peserta sosialisasi dapat berpartisipasi dalam menyadarkan orang di sekitarnya untuk memilih pada pemilu legislatif 2014. Pemilihan peserta yang berasal dari tokoh-tokoh dalam kelompok bertujuan untuk menjadikan peserta sosialisasi sebagai agen gerakan memilih pemilu legislatif 2014.

Sosialisasi yang dilakukan komisi pemilihan umum kota Pematangsiantar memberi pengaruh kepada pemilih pada pemilu legislatif tahun 2014. Pengaruh sosialisasi dalam penelitian ini ditunjukkan hasil uji hipotesis antara variabel sosialisasi dan variabel minat memilih. Hasil uji hipotesis menunjukkan angka + 0,530 yang menunjukkan arah hubungan yang sama antara variabel X dan variabel Y. Dengan kata lain, hal ini berarti semakin baik sosialisasi pemilihan umum komisi pemilihan umum kota Pematangsiantar maka semakin tinggi minat memilih pemilihan umum legislatif 2014. Sebaliknya semakin buruk sosialisasi pemilihan umum komisi pemilihan umum kota Pematangsiantar maka semakin rendah minat memilih pemilihan umum legislatif 2014.

Variabel independen dalam penelitian ini adalah minat memilih. (Effendy, 2005: 70) menyatakan minat dipengaruhi oleh beberapa faktor: (1) Perhatian terhadap stimulus; (2) Mengerti atau tidaknya audiens terhadap

stimulus; (3) Penerimaan terhadap stimulus itu serta frekuensi.

Minat merupakan keinginan, kesukaan, atau kehendak terhadap sesuatu. Proses pembentukan minat didalam diri peserta sosialisasi tidak dapat dipisahkan dari berfikir rasional, emosional, dan penilaian dalam arti khusus, dari isi pesan sebagaimana disajikan oleh komunikator. Sederhanya, sosialisasi merupakan kegiatan menarik perhatian yang positif terhadap isi pesan yang disampaikan, jika ada perhatian negatif menunjukkan perlunya evaluasi terhadap isi pesan yang disampaikan kepada khalayak hingga komunikasi yang dimaksud tidak dapat menarik minat mereka dengan ketersediaan informasi memadai dalam pemenuhan keingintahuan terhadap keuntungan dan kemungkinan terburuk dari apa yang akan dihadapi konsumen termasuk pemilih pemula sebagai konsumen.

Minat merupakan “kelanjutan dari perhatian yang merupakan titik tolak timbulnya hasrat untuk melakukan kegiatan. Minat dapat menyebabkan seseorang giat melakukan sesuatu yang telah menarik perhatiannya” (Effendy, 2005:103). Minat dan sikap sangat erat hubungannya, dan kedua hal tersebut merupakan dasar dalam mengambil keputusan. (Effendy, 2005: 70) menyatakan minat akan timbul apabila disertai dengan unsur-unsur sebagai berikut: (1) Terjadinya sesuatu hal yang menarik; (2) Terdapatnya kontras, yakni hal yang menonjol yang membedakan sesuatu dengan hal lain, sehingga apa yang menonjol itu menimbulkan perhatian; (3) Adanya harapan mendapatkan keuntungan atau mungkin gangguan dari hal yang dimaksud.

Minat muncul dari sesuatu hal yang menarik dalam penelitian ini terjadi pada pemilih pemula. Pemilih pemula melihat pemilu sebagai sesuatu hal yang menarik. Pemilu 2014 sebagai pengalaman pertama masuk ke bilik suara menarik perhatian para pemilih pemula. Pemilih pemula antusias untuk mencari tahu secara mendalam mengenai pemilu. Pencarian mendalam mengenai pemilu tersebut muncul

sebagai minat yang menyatakan bahwa pemilu sebagai sesuatu hal yang menarik.

Minat memilih sebagai harapan akan mendapat keuntungan dapat terlihat dari minat para peserta sosialisasi yang berasal dari kalangan partai politik. Kalangan partai politik memiliki kepentingan luas dalam menghadapi pemilu 2014. Minat untuk mencari tahu mengenai pemilu 2014 dibutuhkan agar secara maksimal menempatkan kader partai politik untuk duduk menjadi anggota legislatif. Sementara itu pemilihan umum sebagai hal yang kontras sama sekali tidak tergambar dalam penelitian ini. Metode pemilihan umum 2014 bukan merupakan hal yang baru, metode pemilihan umum 2014 merupakan penyempurnaan dari pemilu 2004 dan 2009.

Minat muncul karena adanya stimulus (S) motif yang menimbulkan motivasi. Motif mendorong seseorang untuk mencari kepuasan berdasarkan pengalaman dan pengetahuan yang ada di dalam dirinya dibandingkan dengan keadaan lingkungan sekitar. Perhatian terhadap suatu hal akan melahirkan minat, dengan informasi dan pengetahuan yang dimilikinya akan membangun pengertian hingga mencapai penerimaan sebagai perubahan sikap yang menggambarkan respons (R) di dalam diri akibat terpapar sosialisasi yang disebarkan secara luas melalui media ruang dan media luar ruang.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa komisi pemilihan umum memiliki peran dalam mensosialisasikan tentang pemilihan umum. Peran Komisi Pemilihan Umum sebagai penyelenggara pemilu dianggap sangat mempengaruhi tingkat partisipasi pemilih. Sosialisasi yang dilakukan komisi pemilihan umum menarik minat untuk memilih. Bentuk komunikasi yang digunakan komisi pemilihan umum kota Pematangsiantar menggunakan komunikasi kelompok. Komunikasi kelompok dimaksudkan untuk memaksimalkan waktu sosialisasi yang diperlukan. Dengan bentuk Komunikasi Kelompok dianggap bisa lebih efektif mengingat perbandingan jumlah Daftar Pemilih Tetap di kota Siantar Yang cukup banyak.

Komisi pemilihan umum mendatangi kelompok-kelompok masyarakat dan memberikan pendidikan politik mengenai pemilihan umum. Hal ini merupakan kewajiban komisi pemilihan umum kota Pematangsiantar dalam melakukan sosialisasi pemilu demi mensukseskan pemilu di kota Pematangsiantar.

Hasil analisis tabel silang menunjukkan bahwa gaya bahasa yang digunakan komisi pemilihan umum menumbuhkan keinginan, minat dan pemahaman responden mengenai pemilihan umum. Gaya bahasa yang digunakan berbeda-beda pada setiap kelompok. Pada kelompok anak muda dan mahasiswa misalnya, komisi pemilihan umum menggunakan pendekatan dengan bahasa yang sederhana dan mudah dimengerti anak muda. Gaya bahasa ini berbeda dengan yang digunakan untuk kelompok Pegawai Negeri Sipil dan anggota Partai Politik, pendekatan sosialisasi lebih pada peraturan dan petunjuk teknis yang menggunakan bahasa formal.

Waktu yang digunakan dalam proses sosialisasi juga memiliki pengaruh pada pemahaman mengenai pemilihan umum. Waktu yang digunakan komisi pemilihan umum dianggap sesuai oleh mayoritas responden. Waktu yang tidak terlalu panjang namun efektif memudahkan responden untuk mencerna informasi mengenai pemilihan umum. Sebagai proses komunikasi kelompok, waktu yang dibutuhkan untuk berinteraksi dengan anggota kelompok lain juga sesuai. Metode komunikasi kelompok memberi kesempatan responden untuk berbagi pengalaman seputar pemilihan umum.

Minat merupakan variabel yang diteliti dalam penelitian ini. Minat responden untuk datang ke TPS dipengaruhi faktor lain di luar sosialisasi yang dilakukan oleh Komisi Pemilihan Umum. Peneliti menemukan terdapat beberapa faktor yaitu: (1) Adanya hubungan keluarga antara pemilih dengan calon anggota legislatif tertentu. Hubungan keluarga ini biasanya adalah hubungan satu marga dan satu desa asal (2) Adanya iming-iming/janji berupa uang atau sembako yang akan diberikan calon anggota legislatif kepada responden; (3)

Responden merupakan anggota partai politik tertentu.

Sementara itu, terdapat beberapa faktor-faktor responden untuk tidak memilih dalam pemilu legislatif 2014, yaitu (1) Adanya kekecewaan dari responden terhadap kinerja pemerintah. Responden tidak mempercayai secara utuh pemilihan umum dapat membuat perubahan kehidupan dirinya dan masyarakat di sekitarnya. Responden berpendapat bahwa pemilihan umum hanya menguntungkan pihak-pihak tertentu dan sangat sedikit memberi keuntungan kepada rakyat; (2) Adanya perasaan malas datang ke tempat pemungutan suara, lebih memanfaatkan waktu hari libur saat pemilu untuk sekedar berjalan-jalan bersama keluarga. Responden berpendapat libur pemilihan umum sebagai bonus bagi dirinya dan keluarga untuk menghabiskan waktu bersama. Rutinitas sehari-hari yang sangat padat membuat waktu kebersamaan dengan keluarga menjadi sedikit. Libur pemilu lebih dipilih untuk memaksimalkan waktu bersama keluarga. Kesimpulan dan saran dalam penelitian ini, dibahas dalam bab selanjutnya.

KESIMPULAN

Bentuk-bentuk sosialisasi yang dilakukan komisi pemilihan umum kota Pematangsiantar pada Pemilihan Umum Legislatif 2014 adalah dengan menggunakan metode komunikasi kelompok. Komunikasi kelompok ditujukan kepada kelompok masyarakat di kota Pematangsiantar, antara lain: kelompok pelajar/mahasiswa, kelompok perempuan, kelompok pemuka agama, kelompok pegawai negeri sipil, dan kelompok partai politik. Saluran komunikasi yang digunakan komisi pemilihan umum kota Pematangsiantar untuk sosialisasi pemilihan umum legislatif 2014 adalah dengan saluran komunikasi langsung (tatap muka).

Faktor-faktor yang mempengaruhi minat memilih pada pemilihan umum legislatif 2014 di kota Pematangsiantar adalah gaya bahasa yang digunakan dalam sosialisasi, frekuensi responden dalam menerima pesan pemilihan umum setelah proses sosialisasi dan waktu

yang dibutuhkan komisi pemilihan umum dalam menyampaikan materi sosialisasi. Sementara faktor-faktor lain yang menghalangi minat memilih seperti kekecewaan terhadap pemerintah dan ketidakpercayaan kepada pemilihan umum dapat mengubah kondisi saat ini.

Terdapat pengaruh sosialisasi Komisi Pemilihan Umum Kota Pematangsiantar terhadap minat memilih pemilihan umum legislatif tahun 2014. Hal ini diketahui berdasarkan besaran korelasi koefisien Spearman (*rho*) yang di dapat dan Menurut skala Guilford, hasil tersebut menunjukkan hubungan yang cukup berarti, maka semakin baik sosialisasi pemilihan umum komisi pemilihan umum kota Pematangsiantar maka semakin tinggi minat memilih pemilihan umum legislatif 2014. Sebaliknya semakin buruk sosialisasi pemilihan umum komisi pemilihan umum kota Pematangsiantar maka semakin rendah minat memilih pemilihan umum legislatif 2014.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfian. 1993. Komunikasi Politik dan Sistem Politik Indonesia. Jakarta: Gramedia Pustaka.
- Ardianto, E. 2010. Metode Penelitian Untuk Public Relations. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Ardianto, E dan Lukiati K. E. 2004. Komunikasi Massa Suatu Pengantar. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Arifin, A. 1984. Strategi Komunikasi Sebuah Pengantar Ringkas. Bandung: ARMICO
- Arikunto, S. 2002. Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktek. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Birowo, M. A. 2004. Metode Penelitian Komunikasi. Yogyakarta: Gitanyali.
- Budiarjo, M. 1992). Dasar-dasar Ilmu Politik. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- _____. 1982) Partisipasi dan Partai Politik, Jakarta: PT. Gramedia.
- Bungin, B. 2006. Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat. Jakarta: Kencana.
- Dahl, R.A. 1992. Demokrasi dan Para Pengkritiknya. Jakarta: Yayasan Obor.
- Damsar. 2010. Pengantar Sosiologi Politik. Jakarta: Kencana

- Dhuroradin, M. 2004. *Andai Aku Jadi Presiden, Menuju Format Indonesia Baru*. Jakarta: KHALIFA (Pustaka Al-Kautsar Grup).
- Effendy, O. U. 2002. *Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- _____. 2003. *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra AdityaBakti.
- _____. 2005. *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra AdityaBakti.
- Eriyanto. 2007. *Teknik Sampling: Analisis Opini Publik*. Yogyakarta: LKIS
- Haris, S. 1998. *Menggugat Pemilihan Umum Orde Baru, Sebuah Bunga Rampai*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia dan PPW-LIPI.
- Hermawan, E. 2001. *Politik Membela Yang Benar, Teori Kritik dan Nalar*. Yogyakarta: Yayasan Kajian dan Layanan Informasi untuk Kedaulatan Rakyat (KLIK) bersama DKN Garda Bangsa.
- Horton, P dan Chester L. H. 1993. *Sosiologi*. Jakarta: Erlangga.
- Ihromi, T.O. 1999. *Bunga Rampai Sosiologi Keluarga*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Kansil, CST. 1986. *Memilih dan Dipilih*. Jakarta: Pradnya Paramita
- Kartono, K. 1996. *Pendidikan Politik Sebagai Bagian dari Pendidikan Orang Dewasa*. Bandung: Mandar Maju.
- Khairuddin. 1997. *Sosiologi Keluarga*. Yogyakarta: Liberty.
- Kriyantono, R. 2009. *Teknik Praktis, Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Littlejhon, S W, dan Karen A. F. 2011. *Teori Komunikasi*, Jakarta: Salemba.
- Louw, E. 2006. *The Media and Political Process*. London: Sage Publication.
- Mahfud, M. 1999. *Di dalam Buku Hukum dan Pilar-pilar Demokrasi*. Yogyakarta: Gama Media.
- Maran, R.R. 1999. *Pengantar Sosiologi Politik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Mas'oed. 2001. *Perbandingan Sistem Politik*, Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Mashudi. 1993. *Pengertian-pengertian Mendasar Tentang Kedudukan Hukum Pemilihan Umum di Indonesia Uenurut UUD 1945*. Bandung : Mandar Maju.
- McQuail, D. 2006. *Mass Communication Theory, 6th Edition*. London (UK): Sage Publication.
- Morissan, M.A. 2010. *Psikologi Komunikasi*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Mulyana, D. 2005. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar (cetakan kedelapan)*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nawawi, H. 2001. *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta : Gajahmada Press.
- Nurudin. 2007. *Komunikasi Massa*. Malang: Cespur
- Rahman, A. 2002. *Sistem politik Indonesia struktural fungsional*. Surabaya: SIC.
- Rakhmat, J. 2002. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- _____. (2004). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Ritzerr, G. 2007. *Teori Sosiologi Modern*. Jakarta: Kencana Prenada
- Rush, A, 2010. *Pengantar Sosoogi Politik dalam Pengantar Sosiologi Politik oleh Damsar*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Sastroadmodjo, S. 1995. *Perilaku Politik*, Semarang: IKIP Semarang Press.
- Sendjaja, S. D. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Singarimbun, M. 2011. *Metodologii penelitian survey*. Jakarta: LP3ES.
- Slameto. 2003. *Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sorensen, G., 2003. *Demokrasi dan Demokratisasi*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Subiakto, H & Ida R. 2013. *Komunikasi Politik, Media & Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Alfabeta
- Sunarto, K. 1993. *Pengantar Sosiologi*. Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Surbakti, R. 1992. *Memahami Ilmu Politik*. Jakarta: Gramedia.
- Suyatno, B. 2004. *Memahami Remaja Dari Berbagai Perspektif Kajian Sosiologis*.
- Syarbaini, S, A. Rahman, Monang D. 2004. *Sosiologi Dan Politik*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Tapscott, D. 2013. *Grow Up Digital : Yang Muda Yang Mengubah Dunia*. Jakarta: Gramedia.
- Wiryanto.2005. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Gramedia.
- Adhani, Y. 2012. *Sosialisasi Peraturan Dan Mekanisme Pemilukada Dalam Membentuk Kompetensi Kewarganegaraan Pemilih Pemul: Studi Kasus Sosialisasi Politik pada KPU Provinsi DKI Jakarta*. S2 thesis: Universitas Pendidikan Indonesia.