

PENGARUH PESAN POLITIK JOKO WIDODO-JUSUF KALLA DALAM DEBAT CAPRES DI  
SCTV PADA 9 JUNI 2014 TERHADAP PERSEPSI MAHASISWA TELKOM UNIVERSITY  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI ANGKATAN 2011-2012

Gema Arradian Putra

Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom

Jl. Telekomunikasi terusan Buah Batu, Bandung Jawa barat 40257

E-Mail : [gemaarradian@gmail.com](mailto:gemaarradian@gmail.com)

Diah Agung Esfandari B.A, M.Si

Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom

Jl. Telekomunikasi Terusan Buah Batu, Bandung Jawa Barat 40257

### **ABSTRACT**

Presidential election debate represented the process of educational politic for the people for participate in determining presidential candidate and vice-presidential candidate. Presidential debate becomes a tool to encourage public participation to choose and no abstentions in election. Through a presidential debate that people can know the quality, mastery of the problems being faced by the nation, and concrete programs of each of the candidates for president and vice president. In this study, the researcher discusses the influence of the political message Jokowi-JK in the presidential debate on SCTV program on June 9, 2014 against Telkom University students' perceptions of Communication Studies Program 2011-2014 forces measured by indicators of sensation, attention, and interpretation. The method used in this research is quantitative research methods. Data was collected with nonprobability sampling technique. Data collected by distributing questionnaires to students of Telkom University Communication Studies Program batch 2011-2014. The sample in this study amounted to 100 respondents. Data analysis techniques used in this research is descriptive analysis techniques. These results indicate that there are significant political message Jokowi-JK in the presidential debate on SCTV on June 9, 2014 to the student's perception of Telkom University majoring in Communication Studies from batch 2011 to 2014

by 54,8% and the rest is 45,2% can be explained by the other variable not examined. Conclusions that can be drawn from this study is that there is a significant impact and significant political message to the students' perceptions.

Keyword : Political Message, Debate, Perception

### **ABSTRAK**

Debat capres merepresentasikan proses pendidikan politik bagi masyarakat untuk berpartisipasi dalam menentukan calon presiden dan calon wakil presiden. Debat capres menjadi alat untuk mendorong partisipasi publik untuk memilih dan tidak golput. Melalui debat capres masyarakat dapat mengetahui kualitas, penguasaan terhadap persoalan yang sedang dihadapi bangsa, dan program-program konkrit dari masing-masing calon presiden dan calon wakil presiden. Pada penelitian ini peneliti membahas tentang pengaruh pesan politik Jokowi-JK dalam program debat capres di SCTV pada 9 Juni 2014 terhadap persepsi mahasiswa Telkom University Program Studi Ilmu Komunikasi angkatan 2011-2014 diukur berdasarkan indikator sensasi, atensi, dan interpretasi. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan teknik nonprobability sampling. Untuk pengumpulan data yaitu dengan melakukan penyebaran kuisioner kepada mahasiswa Telkom University Program Studi Ilmu Komunikasi Angkatan 2011-2014. Sampel pada penelitian ini berjumlah 100 responden. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik analisis deskriptif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh pesan politik Jokowi-JK dalam debat capres di SCTV pada 9 Juni 2014 terhadap persepsi mahasiswa Telkom University program studi Ilmu Komunikasi angkatan 2011-2014 sebesar 54,8% dan sisanya sebesar 45,2% dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti. Simpulan yang bisa diambil dari penelitian ini adalah terdapat pengaruh yang cukup berarti dan signifikan pesan politik terhadap persepsi mahasiswa.

Kata Kunci : Pesan Politik, Debat, Persepsi

### **Pendahuluan**

Pemilihan presiden tanggal 9 Juli 2014 merupakan rangkaian pemilihan umum (pemilu) 2014 dimana masyarakat Indonesia akan memilih pemimpin yang layak untuk memimpin bangsa lima tahun ke depan. Penyelenggaraan pemilu dengan sistem multi partai pasca reformasi telah menghadirkan suasana demokrasi di Indonesia yang semakin membaik. Proses politik di Indonesia yang semakin dewasa tersebut mendapatkan empat perhatian penting yaitu untuk mengupayakan kedekatan dengan rakyat, desain program kerja yang kolaboratif, kepuasan dan loyalitas pemilih. Oleh sebab itu komunikasi politik sangat penting untuk mendapatkan suara rakyat.

Komunikasi politik yang dilakukan oleh aktor politik dalam suatu kondisi politik tertentu dapat menarik simpati publik serta mendapatkan dukungan dari publik untuk melakukan partisipasi dalam kegiatan politik. Bentuk komunikasi politik yang dilakukan dapat melalui retorica, agitasi, propaganda, kampanye politik, lobi politik, serta melalui media massa seperti talkshow, debat, dan program acara lainnya. Dalam komunikasi politik, pesan politik merupakan komponen terpenting. Mengacu kepada definisi komunikasi politik secara umum, pesan politik itu adalah pesan yang dibawa komunikator politik, baik dalam bentuk gagasan, pikiran, ide, perasaan, sikap, maupun perilaku tentang politik yang mempengaruhi komunikasi politik (Hikmat, 2011:46).

Sistem multi partai telah menjadi faktor yang mendorong kegiatan komunikasi politik sehingga menjadi pemandangan yang akan dinikmati selama proses penyelenggaraan pemilu. Salah satunya adalah Debat Calon Presiden (Capres). Pesan politik yang disampaikan melalui Debat Capres oleh kandidat pasangan calon presiden dan calon wakil presiden dapat disaksikan oleh masyarakat pedesaan, dan perkotaan.

Debat capres merupakan sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan politik kepada masyarakat. Debat Capres di Indonesia pertama kali diselenggarakan pada pemilu 2004 sebagai tanda dimulainya demokrasi langsung dalam pemilihan presiden. Pada awalnya debat capres merupakan sebuah program acara debat untuk mendiskusikan tentang suatu permasalahan yang dihadapi oleh bangsa kemudian mencari solusi dan menyimpulkan hasil dari diskusi tersebut, kemudian seiring dengan berjalannya waktu Debat Capres juga menjadi sebuah sarana bagi para pelaku politik untuk ajang pencitraan, kampanye, dan lobi politik.

Menurut Firmanzah dalam Kartika (2014:2), Debat Capres merupakan salah satu media yang digunakan tidak hanya untuk mendalami program-program yang ditawarkan para kandidat calon presiden dan calon wakil presiden tetapi juga dimanfaatkan untuk komunikasi politik. Debat Capres menjadi rangkaian komunikasi politik yang dilakukan oleh masing-masing kandidat calon presiden dan calon wakil presiden untuk mendapatkan simpati publik sehingga diharapkan dapat memperbesar peluang terpilihnya kandidat. Debat Capres juga memberikan ruang kepada masyarakat untuk menilai kapasitas dari masing-masing kandidat calon presiden dan calon wakil presiden. Selain itu Debat Capres juga sebagai referensi bagi masyarakat untuk menentukan pilihannya.

Trend Debat Capres pada saat menjelang pemilu presiden berlangsung hingga pemilu presiden 2014. Debat Capres pada pemilu 2014 telah mendapatkan legitimasi yang kuat untuk menjawab persoalan-persoalan yang menyangkut permasalahan bangsa. Penyelenggaraan Debat Capres pada pemilu

2014 telah diatur dalam Undang-undang Nomor 42 Tahun 2008. Edukasi politik kepada publik melalui Debat Capres diharapkan dapat memperluas partisipasi politik masyarakat dalam pemilu.

Menurut data Komisi Pemilihan Umum, provinsi dengan jumlah pemilih terbanyak adalah Jawa Barat dengan total 33.045.101 jiwa. Di Jawa Barat kota dengan jumlah pemilih terbanyak adalah Bandung dengan total 5.317.432 jiwa, dimana 40% dari jumlah pemilih tersebut merupakan pemilih pemula. Para pemilih pemula kebanyakan adalah *swinger voters* yang selalu ragu-ragu dan berpindah-pindah pilihan politiknya dikarenakan belum terlalu paham tentang keadaan politik, belum memiliki pengalaman voting pada pemilu, serta kurang mendapatkan informasi yang berkaitan dengan perkembangan politik di Indonesia.. Pemilih pemula merupakan pemilih yang potensial. Karena pemilih pemula adalah subjek partisipasi dan bukan objek mobilisasi.

Mahasiswa/i Telkom University program studi Ilmu Komunikasi angkatan 2011-2014 termasuk ke dalam kategori pemilih pemula, karena rata-rata berumur 19-21 tahun. Peneliti tertarik meneliti mahasiswa/i Telkom university Program Studi Ilmu Komunikasi karena Telkom University adalah kampus yang Program Studi Ilmu Komunikasi tidak ada mata kuliah Komunikasi Politik, oleh sebab itu Peneliti ingin melihat seberapa besar pengaruh pesan politik Joko Widodo-Jusuf Kalla terhadap persepsi mahasiswa/i Telkom University.

Keberadaan Debat Capres memang cukup membantu dalam proses sosialisasi dan komunikasi politik menjelang pemilu presiden 2014. Indonesia Research Centre merilis survey yang menunjukkan bahwa debat calon presiden dan calon wakil presiden yang ditayangkan di televisi ternyata membantu pemilih pemula untuk menentukan pilihan dalam pemilu 2014 (Sumber : *nasional.kompas.com diakses pada 8 Oktober 2014*).

Debat capres yang diselenggarakan melalui media massa televisi memiliki efek yang cukup kuat dalam mempengaruhi persepsi masyarakat terutama pemilih pemula. berdasarkan latar belakang di atas maka peneliti tertarik untuk meneliti **“Pengaruh Pesan Politik Joko Widodo-Jusuf Kalla Pada Debat Capres di SCTV Pada 9 Juni 2014 Terhadap Persepsi Mahasiswa Telkom University Program Studi Ilmu Komunikasi Angkatan 2011-2014”**.

## **Tinjauan Pustaka**

### **Komunikasi Politik**

Komunikasi politik lebih lazim didefinisikan sebagai suatu proses linier atau suatu sistem. Pendekatan linier berorientasi kepada efek atau pengaruh pesan politik, sedangkan

pendekatan sistem berorientasi pada kestabilan atau kesinambungan suatu sistem politik. Model atau definisi komunikasi Harold Laswell yang terkenal itu, yakni *who says what in which channel to whom with what effect* (Littlejohn, 1996:334) dianggap sebagai salah satu model utama dalam komunikasi politik bersifat linier.

Rauf dalam Hikmat (2011:36) menyebutkan bahwa komunikasi politik sebagai objek kajian ilmu politik karena pesan-pesan yang disampaikan dalam proses komunikasi bercirikan politik, yaitu berkaitan dengan kekuasaan politik negara, pemerintah, dan aktivitas komunikator sebagai pelaku kegiatan politik. Komunikasi politik dibagi dalam dua dimensi, yakni (1) sebuah kegiatan politik: penyampaian pesan-pesan yang bercirikan politik oleh aktor-aktor politik kepada pihak lain; (2) kegiatan ilmiah: kegiatan politik dalam sistem politik.

### **Pesan Politik**

Pesan adalah isi yang ingin disampaikan, yang diharapkan akan dipahami oleh penerima pesan dan membuat mereka melakukan sejenis tindakan politik. Jenis pesan politik dibagi menjadi dua jenis (Soyomukti, 2013:68-69 )

1. Pesan praktis atau pragmatis. Pesan ini disampaikan oleh komunikator kepada komunikan agar melakukan tindakan yang berguna untuk kepentingan politik sesaat, misalnya mengajak masyarakat untuk memilih partai dan calonnya pada saat pemilu.
2. Pesan ideologis. Pesan yang berisi pemahaman dan informasi tentang cita-cita politik dalam membentuk kehidupan ekonomi dan hubungan politik yang lebih baik

Sedangkan menurut Graber (1984:138) pesan komunikasi politik dalam perspektif yang sangat luas, yaitu pesan komunikasi politik dapat berupa kebiasaan-kebiasaan (*custom*), aturan-aturan (*rules*), struktur, dan faktor lingkungan yang berpengaruh terhadap kehidupan politik.

### **Persepsi**

Persepsi merupakan inti dari komunikasi yang dilakukan setiap individu. Apa yang ditangkap oleh panca indera adalah sesuatu yang nyata dan akurat, oleh sebab itu setiap individu memiliki kesan yang beragam dalam mengamati suatu objek. Persepsi menentukan individu untuk memilih suatu pesan dan mengabaikan pesan yang lain. Persepsi adalah proses internal yang memungkinkan kita memilih, mengorganisasikan, dan menafsirkan ransangan dari lingkungan kita, dan proses tersebut mempengaruhi perilaku kita (Mulyana, 2007:179).

## **Stimulus-Respons**

Teori stimulus respon atau disebut juga S-O-R (*stimulus organism respons*) semula berasal dari psikologi, yang muncul antara tahun 1930 dan 1940. Teori SOR kemudian menjadi teori komunikasi dikarenakan objek material dari psikologi dan ilmu komunikasi adalah sama, yaitu manusia, yang meliputi komponen-komponen sikap, opini, perilaku, kognisi, afeksi, konasi (Effendi, 2005:254). Teori ini dipengaruhi oleh disiplin psikologi aliran behavioristik yang menggambarkan hubungan stimulus-respons-asumsi, dari teori ini bahwa stimulus yang berupa kata-kata verbal, isyarat, non verbal, gambar, tindakan tertentu akan merangsang orang lain untuk memberikan respon-respon dengan cara tertentu, proses pemindahan atau pertukaran informasi ini bersifat timbal balik dan mempunyai efek (Winarmi, 2003:58)

## **Metodologi Penelitian**

Penelitian ini menggunakan paradigma penelitian positivisme. Menurut Sugiyono (2010:8) metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Filsafat positivisme memandang realitas/ gejala/ fenomena itu dapat diklasifikasikan, relatif tetap, konkrit, teramati, terukur, dan hubungan gejala bersifat sebab akibat. Objek pada penelitian ini adalah pesan politik Joko Widodo-Jusuf Kalla pada Debat Capres di SCTV episode 9 Juni 2014, Pesan politik adalah setiap pesan dan informasi yang berkaitan dengan politik dan kekuasaan. Penelitian ini menggunakan teknik *nonprobability sampling* karena pengambilan sampel penelitian ini tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2011:84). Dalam memperoleh data kuesioner, peneliti menggunakan sampling insidental. Sampling insidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan atau insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila orang yang ditemui cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2011:85).

## **Pembahasan**

Debat Capres menjadi rangkaian komunikasi politik yang dilakukan oleh masing-masing kandidat calon presiden dan calon wakil presiden untuk mendapatkan simpati publik sehingga diharapkan dapat mengubah persepsi publik dan mendapatkan simpati publik. Debat capres merupakan salah satu media yang digunakan tidak hanya untuk mendalami program-program yang ditawarkan para kandidat calon

presiden dan calon wakil presiden tetapi juga dimanfaatkan untuk komunikasi politik Firmanzah dalam Kartika (2014:2)

Berdasarkan hasil penelitian indikator pesan pragmatis dan pesan ideologis maka variabel pesan politik (X) mendapatkan perolehan skor sebesar 69,3%. Pesan politik tersebut diukur berdasarkan indikator pesan pragmatis dan pesan ideologis. Secara keseluruhan pesan politik Joko Widodo-Jusuf Kalla berada dalam kategori baik pada garis kontinum artinya pesan politik Joko Widodo-Jusuf Kalla dalam debat capres di SCTV pada 9 Juni 2014 dapat diterima dan dipahami oleh responden.

Berdasarkan hasil penelitian indikator sensasi, atensi, dan interpretasi maka variabel persepsi (Y) mendapatkan perolehan skor sebesar 70,0%. persepsi tersebut diukur berdasarkan indikator sensasi, atensi, dan interpretasi. Secara keseluruhan persepsi mahasiswa Telkom University jurusan Ilmu Komunikasi angkatan 2011-2012 berada dalam kategori baik pada garis kontinum. artinya persepsi mahasiswa terhadap pesan politik Joko Widodo-Jusuf Kalla dinilai baik

Untuk menghitung seberapa besar pengaruh pesan politik Joko Widodo-Jusuf Kalla dalam debat capres di SCTV pada 9 Juni 2014 terhadap persepsi mahasiswa Telkom University jurusan Ilmu Komunikasi angkatan 2011-2012, peneliti menghitungnya dengan menggunakan rumus koefisien determinasi. Berdasarkan rumus koefisien determinasi diperoleh presentase sebesar 54,8%. Artinya pesan politik Joko Widodo-Jusuf Kalla dalam debat capres di SCTV pada 9 Juni 2014 memberikan pengaruh sebesar 54,8% terhadap persepsi mahasiswa Telkom University jurusan Ilmu Komunikasi angkatan 2011-2012, sedangkan sisanya sebesar 45,2% dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti.

## **Penutup**

Berdasarkan hasil penelitian dan analisa yang telah dilakukan kepada mahasiswa Telkom University jurusan Ilmu Komunikasi angkatan 2011-2012 mengenai pesan politik Joko Widodo-Jusuf Kalla dalam debat capres di SCTV pada 9 Juni 2014, maka dapat disimpulkan bahwa Tanggapan responden terhadap pesan politik Joko Widodo-Jusuf Kalla dalam debat capres di SCTV pada 9 Juni 2014 mencapai nilai 69,3, hal tersebut menunjukkan bahwa pesan politik Joko Widodo-Jusuf Kalla dalam debat capres pada 9 Juni 2014 termasuk kedalam kategori yang tinggi. Artinya kriteria rata-rata responden mengenai pesan politik secara keseluruhan berada dalam kategori baik..

Secara keseluruhan, besarnya pengaruh pesan politik Joko Widodo-Jusuf Kalla dalam debat capres di SCTV pada 9 Juni 2014 terhadap persepsi mahasiswa Telkom University jurusan Ilmu Komunikasi angkatan 2011-2012 tergolong sangat baik dengan mencapai nilai persentase sebesar 54,8%. Sedangkan sisanya sebesar 45,2% dapat dijelaskan oleh variable lainnya yang tidak diteliti.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, E. (2010). *Metode Penelitian Untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Effendi, U. O. (2005). *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Hikmat, M. M. (2011). *Komunikasi Politik Teori dan Praktik*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Kaid, L. L. (2004). *Handbook of Political Communication Research*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Kartika, R. (2014). *Debat Capres "Analisis Isi Fungsi"*. Jakarta: DCSC Publishing.
- Mulyana, D. (2007). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Noor, J. (2011). *Metode Penelitian*. Jakarta: PT Bhuana Ilmu Populer.
- Rakhmat, J. (2003). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Riduwan. (2010). *Metode dan Teknik Menyusun tesis*. Bandung: Alfabeta.
- Riduwan, E., & Kuncoro, A. (2007). *Cara Menggunakan dan Memakai Analisis Jalur*. Bandung: Alfabeta.
- Sanusi, A. (2011). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Severin, W. J., & Tankard, J. W. (2009). *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode & Terapan di Dalam Media Massa*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Siregar, S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Soyomukti, N. (2013). *Komunikasi Politik "Kudeta Politik Media, Analisa Komunikasi Rakyat dan Penguasa"*. Malang: Intrans Publishing.
- Subiakto, H., & Ida, R. (2012). *Komunikasi, Politik, Media, dan Demokrasi*. Jakarta: Kencana.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Administrasi Dilengkapi Dengan Metode R&D*. Bandung: Alfabeta.
- \_\_\_\_\_ (2010). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- \_\_\_\_\_ (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Winarmi. (2003). *Komunikasi Massa*. Malang: UMM Press.



## Sumber Internet

<http://www.tempokini.com/2014/06/debat-pilpres-dalam-perspektif> Penulis: Rizviany Saputri (diakses pada 20 Agustus 2014)

<http://umum.kompasiana.com/2009/06/29/untuk-apa-acara-debat-itu-7809.html> Penulis : Daniel Ht (diakses pada 28 Agustus 2014)

<http://www.pemilu.com/berita/2014/02/jumlah-pemilih-pemilu-2014-pemuda-kuasai-40-persen-suara/> Penulis Ranto Nurcahyo (diakses pada 28 Agustus 2014)

[http://www.google.com/image/Survey\\_LSI\\_Denny-JA\\_perkembangan-elektabilitas-Jokowi-JK](http://www.google.com/image/Survey_LSI_Denny-JA_perkembangan-elektabilitas-Jokowi-JK) (diakses 30 Agustus 2014)

[http://www.pemilumetrotvnews.com/jadwal\\_debat\\_capres\\_2014](http://www.pemilumetrotvnews.com/jadwal_debat_capres_2014) (diakses pada 30 Agustus 2014)

<http://www.data.kpu.go.id/> jumlah suara pemilih pemula pada pemilu 2004 – 2014 di Indonesia (diakses pada 31 Agustus 2014)

[http://lsi.co.id/lsi/2013/04/07/publik\\_menilai\\_wibawa\\_hukum\\_berada\\_pada\\_titik\\_terendah/](http://lsi.co.id/lsi/2013/04/07/publik_menilai_wibawa_hukum_berada_pada_titik_terendah/) dikases pada 10 Oktober 2014)

nasional.kompas.com Survei IRC: Debat Capres-Cawapres Bantu Pemilih Muda Tentukan Pilihan, Penulis: Fathur Rochman diakses pada 8 Oktober 2014

<http://www.antaraneews.com/berita/457816/survei-lsi-mayoritas-publik-khawatir-dengan-fenomena-politik> Penulis : Ruslan Burhani diakses pada 9 Oktober 2014

(Newsletter Nielsen Media Research Oktober 2010, Jumlah penonton televisi terbanyak pada waktu primetime (diakses pada 12 September 2014)

Survey Transparency International Indonesia, *Persepsi pemilih pemula pada pemerintah dan korupsi, dan pemilu 2014*