

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pemilihan Umum (Pemilu) serentak akan digelar pada tahun 2024 tepat pada 14 Februari 2024. Indonesia akan menggelar pesta demokrasi membuat antusiasme dikalangan para politisi berlomba-lomba dalam menggaet suara pemilih terutama pemilih pemula.. Betapa pentingnya sebuah pemerintah (negara) dalam mengatur rakyatnya dan memberikan perlindungan. Al-Qur'an memberikan beberapa landasan yang prinsipil, antara lain "asas musyawarah" dalam hubungan dengan proses pemilihan pemimpin, menuntut pertanggungjawaban dan pemberhentiannya. Hal ini seperti dijelaskan Allah dalam Al-quran:

وَالَّذِينَ اسْتَجَابُوا لِرَبِّهِمْ وَأَقَامُوا الصَّلَاةَ وَأَمْرُهُمْ شُورَىٰ بَيْنَهُمْ وَمِمَّا رَزَقْنَاهُمْ يُنفِقُونَ

"Dan bagi orang-orang yang menerima seruan Tuhan-Nya dan mendirikan shalat, sedang urusan mereka diputuskan dengan musyawarah antara mereka dan mereka menafkahkan sebagian dari rezeki yang Kami berikan kepada mereka." (QS. al-Syu'ara: 38).

Pemilu 2024 sudah di depan mata. Persiapan untuk menyambut pesta demokrasi harus disediakan sedini mungkin agar tidak salah memilih keputusan dalam memberikan hak suara kepada pemimpin bangsa. Salah satu upaya persiapan yang bisa dilakukan bersama-sama ialah menggalakan partisipasi politik bagi pemilih pemula dengan mengadakan pendidikan politik untuk mbingkai pemahaman terkait pentingnya pemilu. Komisi Pemilihan Umum (KPU) menjelaskan pendidikan pemilih diharapkan membuat masyarakat berperan lebih aktif sebagai warga negara baik dalam konteks pemilu maupun proses politik yang lebih luas. Maka itu, pendidikan untuk meningkatkan literasi politik penting diberikan kepada pemilih pemula agar mereka tumbuh jadi warga negara yang aktif, kritis, sekaligus memperkuat demokrasi. Sebagai generasi yang lahir di era digital, pemilih pemula sudah terbiasa menggunakan internet dan media sosial. Maka itu, mereka juga berpotensi lebih mudah diberi arahan untuk menangkal penyebaran hoaks, berita bohong, serta disinformasi yang kerap kali membanjiri media sosial pada periode mendekati pemilu (Maria & Marendra, 2020).

Hal ini dikarenakan minimnya pengalaman bagi pemilih pemula dalam partisipasi pemilu, sehingga terjadi ketidakmasimalan dalam memilih atau menentukan hak suara. Karena latar belakang usianya masih muda, pemilih pemula termasuk kelompok pemilih yang menjadi sasaran strategis kampanye politik. Anak muda, terutama yang baru akan mengikuti pemilu

pertama kali umumnya belum punya afiliasi kuat dengan partai maupun kandidat tertentu, sehingga lebih mudah ditarik simpatinya. Selain itu, jumlah pemilih pemula pun cukup besar karena Indonesia tengah mengalami bonus demografi. Menurut Ketua Komisi Pemilihan Umum (KPU) Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY), Hamdan Kurniawan mengatakan jumlah pemilih millennial di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) mencapai 2,8 juta orang, terdiri generasi Z berjumlah 432 ribu, millennial 757 ribu. Jika diprosentasikan maka terdapat lebih dari 40% pemilih pemula. UU nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilu Pasal 198 ayat 1 mengatur bahwa Warga Negara Indonesia yang pada hari pemungutan suara genap berumur 17 tahun atau sudah pernah kawin, mempunyai hak memilih dalam pemilihan umum. Mengingat siklus pemilihan umum di Indonesia berada dalam rentang lima tahun sekali, mayoritas pemilih pemula berusia 17-21 tahun. Kelompok ini didominasi pelajar, angkatan kerja muda lulusan Sekolah Menengah ke Atas (SMA), dan mahasiswa.

Pemilih muda sudah mempunyai kekuatan dan memiliki pengaruh besar terhadap hasil pemilu yang nantinya berpengaruh kepada kemajuan bangsa. Tapi persoalan lain yang bisa terjadi pada keikutsertaan para pemilih muda dalam pesta demokrasi itu, mereka juga bisa berpeluang menjadi penyumbang “golput” dalam pemilu 2024. Sebab, pemilih pemula yang baru akan melakukan pemilihan pertama kali cenderung memiliki kesadaran politik yang rendah dan tidak mengikuti perkembangan politik.

Hal ini telah dilakukan survey terlebih dahulu oleh *Centre for Strategic and International Studies* (CSIS) tak jarang, akhirnya banyak pemilih pemula yang memberikan hak suaranya dengan arahan orang yang lebih tua, mengikuti pilihan orang-orang disekitarnya atau bahkan tidak memilih sama sekali alias golongan putih. Oleh karena itu, pendidikan politik perlu dilakukan agar hal tersebut tidak terjadi lagi. Pentingnya mengadakan pendidikan politik bagi pemilih pemula selain demi kepentingan politik, pemilih pemula harus mulai sadar bahwa sudah saatnya diusia tersebut pemilih menjadi bagian untuk bertanggung jawab terhadap negara. Soal persentase pemilih yang akan mengubah pilihannya hingga hari pemungutan suara, Mada Sukmajati mengutip hasil survei *Centre for Strategic and International Studies* (CSIS) pada Agustus 2022, Mada menyebutkan jumlah persentase anak muda mengubah pilihan untuk pemilu presiden sekitar 51 persen dan persentase yang masih mungkin berubah pilihannya pada pemilu legislatif adalah 58,1 persen. Menurutnya naik turun itu bisa. Saya tidak yakin dengan persentase sebesar ini pilpres akan terjadi satu putaran. Dari survei tersebut juga diketahui menjadi isu strategis yang dianggap penting bagi kaum muda adalah soal ekonomi terutama tentang isu kesejahteraan masyarakat sekitar 44,4 persen, lapangan kerja 21,3 persen, isu pemberantasan korupsi 15,9 persen, Demokrasi dan kebebasan sipil 8,8 persen,

kesehatan 6,2 persen dan isu lingkungan hidup 2,3 persen. Dari survei tersebut mayoritas responden berpendapat lapangan kerja bagi pencari kerja sekarang ini masih sulit didapat dan 91,0 persen responden mengaku sulit mendapatkan lapangan pekerjaan.

Keberhasilan menggaet suara pemilih pemula berpotensi menghasilkan kemenangan bagi kandidat di Pemilu 2024. Pemilih pemula harus mulai sadar bahwa sudah saatnya diusia tersebut pemilih menjadi bagian untuk bertanggung jawab terhadap negara. Salah satu bentuk tanggung jawab pada periode pemilu adalah ikut menyuarakan atau memilih pemimpin bangsa dengan penilaian yang adil. Pemilih pemula harus bisa memilih calon pemimpin yang memiliki integritas dan moralitas tinggi yang mampu mengayomi masyarakat. Maraknya politik uang, penyebaran hoaks, hingga politik identitas yang dapat merusak demokrasi juga lebih mungkin ditangkal. Selain itu, pentingnya program kerja yang diusung oleh setiap kandidat calon presiden perlu dinilai lebih jauh mengenai dampak, manfaat, dan implementasi yang baik bagi demi kepentingan negara serta menilai latar belakang setiap kandidat yang mencalonkan mulai dari kehidupan sosial atau kedekatan kandidat bakal calon presiden dengan masyarakat, rekan kerja, serta kinerja kandidat selama proses pencalonan berlangsung yang sering kali luput dari pertimbangan pemilih pemula dalam memberikan hak suaranya. Maraknya politik uang, penyebaran hoaks, hingga politik identitas yang dapat merusak demokrasi juga lebih mungkin ditangkal.

Firmanzah dalam *Marketing Politik: Antara Pemahaman dan Realitas* (2008) membagi jenis pemilih setidaknya menjadi 4 tipe. Pertama pemilih rasional adalah pemilih yang memperhatikan kemampuan kandidat dan program partai politik. Pemilih rasional mengesampingkan aspek ideologis dan lebih menganggap penting keselarasan antara janji kampanye dengan penyelesaian masalah rakyat. Kedua, pemilih kritis adalah tipe pemilih yang memiliki perhatian kepada 2 aspek, yakni kapasitas kandidat ataupun kualitas program partai dan isu ideologis. Pemilih kritis mementingkan kesesuaian antara ideologi (sistem nilai) dan program kerja juga kualitas kandidat. Ketiga, pemilih tradisional bisa dibilang sebagai pemilih loyal. Pemilih tradisional ialah tipe pemilih dengan kecenderungan ideologi atau afiliasi politik kuat ke salah satu kelompok. Pemilih jenis ini tidak mementingkan kualitas dan program kandidat atau partai. Para pemilih dari kategori ini tidak hanya mudah dimobilisasi saat kampanye, tetapi gampang pula terkena pengaruh politik identitas. Keempat, pemilih skeptik tidak memiliki afiliasi ideologis/politik maupun perhatian besar kepada program atau kualitas kandidat. Pemilih tipe ini mudah menjadi golongan putih (golput) atau malah jadi sasaran politik uang.

Pemilih pemula juga penting untuk berperan jadi pemilih kritis dan rasional yang menolak berbagai praktik buruk perusak demokrasi, seperti penyebaran hoaks atau disinformasi, politik uang, politik identitas, dan sejenisnya. Pemilih pemula perlu aktif pula menjadi bagian dari gerakan anti-politikus korup dan busuk.

Selain itu, media massa juga ikut berpengaruh terhadap pilihan pemilih pemula. Hal ini dapat berupa berita di televisi, spanduk, brosur, poster, dan lain-lain. Media merupakan sarana atau alat untuk menyampaikan pesan atau sebagai mediator antara komunikator dengan komunikan dalam penyampaian pesan antar manusia. Media sebagai saluran atau channel penghubung pada saat proses komunikasi. Dalam perkembangannya, media telah banyak mengalami perkembangan. Perkembangan tersebut tentunya disebabkan oleh teknologi dan industri yang semakin maju dengan pesat. Sebagai alat untuk menyampaikan berita, penilaian atau gambaran umum tentang banyak hal, ia mempunyai kemampuan untuk berperan sebagai intitusi yang dapat membentuk opini publik, antara lain, karena media juga dapat berkembang menjadi kelompok penekan atas suatu ide atau gagasan, dan bahkan suatu kepentingan atau citra yang ia repressasikan untuk diletakkan dalam konteks kehidupan yang lebih empiris (Jalita, 2018).

Kemudahan penggunaan media luar ruang menjadikan saluran tradisional komunikasi ini masih marak digunakan untuk pemasaran politik. Iklan politik yang menggunakan media luar ruangan dipercaya masih mampu memberikan pengaruh pada masyarakat dan dapat menarik perhatian dengan berbagai konsep dan kemasannya yang merupakan stimuli. Iklan politik tidak selalu berisi ajakan untuk memilih tetapi juga terdapat isi yang hanya mencerminkan identitas pelaku politik seperti ucapan selamat atas pencapaian terhadap sesama pelaku politik, dan juga ada yang melakukan pendekatan secara psikologis dengan iklan yang berisi ucapan-ucapan hari besar dari para pelaku politik, ajakan untuk melakukan vaksin dan lain sebagainya. Hasilnya khalayak pasti akan memiliki beragam pandangan mengenai reklame iklan politik yang ada. Karena stimuli indrawi dari banyaknya iklan politik itu dapat dinilai dan ditangkap oleh masyarakat yang akhirnya menimbulkan pandangan. Pandangan masyarakat terhadap iklan tersebutlah yang dinamakan persepsi (Rizky Izza Ramadhan, 2022).

Meski jangkauanya tidak sejauh dengan media elektronik dan media cetak, tetapi media luar ruang seperti spanduk, baliho, reklame, iklan bus, atau kereta api, electronic board, bendera dan umbul-umbul, balon dan iklan pohon cukup memberi pengaruh pada orang yang berlalu lalang atau yang melihat media tersebut. Pembuatan media seperti ini dapat dipesan pada perusahaan reklame. Tentu saja diharapkan agar media luar ruang dibuat lebih menarik karena sifatnya visual. Untuk media luar ruang sedapat mungkin menggunakan foto yang close-up dan

tidak memuat banyak pesan tertulis, sebab media seperti ini tujuannya hanya untuk mengingatkan orang pada program atau produk yang dipromosikan.

Menurut Fandy Tjiptono, media luar ruang adalah media yang berukuran besar dipasang ditempat-tempat terbuka seperti dipinggir jalan, dipusat keramaian atau tempat-tempat khusus lainnya, seperti di dalam bus kota, gedung, pagar tembok dan sebagainya. Menurut Deddy Mulyana, iklan media luar ruang merupakan media iklan yang ditempatkan di luar ruang. Biasanya lebih banyak diletakkan di ruang kota, dengan mempertimbangkan kepadatan orang yang melalui ruang tersebut. Ide dasar keberadaan iklan MLR (media luar ruang) adalah pemanfaatan ruang publik sebagai sarana komersial yaitu mengenalkan suatu produk pada khlayak. Dibanding dengan media lainnya yang lebih menonjolkan konten. Pertimbangan lokasi penempatan menjadi hal yang paling penting, lokasi yang paling diminati adalah titik lokasi yang dilalui banyak orang (Jalita, 2018).

Media luar ruang bukan hanya pelengkap, tetapi bagian integral dari kampanye advertising multiplatform dan alternatif nyata untuk membangun citra dan kesadaran brand. Media adalah segala bentuk apapun yang bisa menghantarkan pesan dari pemilik pesan ke penerima pesan. Luar ruang adalah lokasi penempatan bentuk penghantar pesan yaitu berada di luar ruangan atau di luar rumah. Saat ini akibat arus informasi yang terjadi sedemikian rupa membuat perkembangan teknologi semakin canggih dan tidak terisolir dengan keadaan modern. Saat ini posisi iklan tangan menjadi metode atau pilihan penyampaian informasi yang paling sukses, sebab pemberitahuan berupa barang atau jasa yang dilakukan dengan saluran media begitu praktis adanya.

Perkembangan media luar ruang sangat pesat dengan kecanggihan teknologi dan strategi pasar yang semakin inovatif. Kategori politik kaum remaja dimaksud dalam pemilihan pemula, mereka adalah kelompok yang baru pertama kali menggunakan hak pilih. Hak pilih itu kaum remaja yang berusia 17 tahun atau sudah menikah ini akan mempunyai tanggung jawab kewarganegaraan yang sama dengan kaum dewasa yang lain. Pemilih pemula yang kebanyakan dari siswa dan siswi sekolah menengah atas serta mahasiswa/mahasiswi yang baru memasuki usia hak pilih pastilah belum memiliki jangkauan politik yang luas untuk menentukan ke mana mereka harus memilih. Sehingga terkadang apa yang mereka pilih tidak sesuai dengan yang di harapkan. Alasan inilah yang menyebabkan pemilih pemula sangat rawan untuk digarap dan didekati dengan pendekatan materi (Wance & La Suhu, 2019).

Tujuan utama dari pemasangan iklan politik adalah untuk membangun citra dari para pelaku politik. Pada kenyataan yang terlihat, politik saat ini mendesak para pelaku yang terlibat dalam politik untuk dapat memiliki jangkauan yang luas terhadap cara kerja membangun citra,

baik itu citra diri maupun pengusung mereka. Artinya, gaya kerja yang mengandalkan komunikasi dan informasi untuk menyebarkan ide, gagasan, serta pemikiranan dan tindakan mereka dalam ipolitik. Dari perspektif citra, politik merupakan upaya untuk mempengaruhi orang lain dengan tujuan mengubah dan mempertahankan kekuasaan dengan mengemas citra dan popularitas. Dengan mampu menunjukkan citra baik yang memenuhi harapan masyarakat, maka semakin besar juga peluang untuk berkuasa. Karena itu, pemasangan iklan media luar ruang digunakan sebagai langkah terdahulu dalam pemasaran politik untuk membuat diri dikenal dan menciptakan citra yang baik di mata khalayak luas (Rizky Izza Ramadhan, 2022).

Iklan politik lebih cenderung menysasar khalayak dan orang-orang yang masih mandiri dan belum memiliki ikatan yang kuat dengan karakter. Iklan politik sulit untuk mencoba menyampaikan nilai yang menarik jika seseorang memiliki hubungan yang kuat dengan politisi tertentu. Segmen pemilih yang masih dianggap independen juga tidak memiliki ikatan yang kuat dengan parpol atau parpol, yakni pemilih pemula (Rizky Izza Ramadhan, 2022).

Namun adapun berbagai permasalahan media luar ruang yang terjadi di masyarakat ditengah isu-isu kampanye politik yang hangat. Seperti pada permasalahan dibawah ini.



Gambar 1. Pencopotan baliho.

Sumber: *detikbali.com*

Pencopotan baliho Ganjar-Mahfud itu menuai reaksi beragam dari masyarakat. PDIP bahkan mengaku sedih atas pencopotan atribut partai itu. Adapun pencopotan baliho Ganjar-Mahfud itu menuai reaksi beragam dari masyarakat. PDIP bahkan mengaku sedih atas pencopotan atribut partai itu. Sekretaris Dewan Pimpinan Daerah (DPD) PDI Perjuangan Bali I Gusti Ngurah Jaya Negara merespons pencopotan baliho Ganjar Pranowo-Mahfud Md di sekitar area kunjungan Presiden Joko Widodo (Jokowi). Ia mengaku sakit hati dan bersedih dengan pencopotan baliho tersebut. Penjabat (Pj) Gubernur Bali Sang Made Mahendra Jaya

mengklarifikasi soal pencopotan baliho capres-cawapres itu. Mahendra mengatakan baliho dan atribut PDI Perjuangan itu dicopot karena mengurangi estetika.



Gambar 2. Editan Baliho.
Sumber: *nasional.kompas.com*

Sebuah baliho bergambar Prabowo Subianto-Gibran Rakabuming Raka di Padang, Sumatera Barat, viral di media sosial. Sosok Gibran pada baliho itu diduga merupakan hasil editan atau penyuntingan dari sosok Sandiaga Uno, mantan calon wakil presiden pendamping Prabowo pada Pilpres 2019 lalu.

Pengunggah video itu bahkan menyebut, pembuat baliho jahat karena mengganti kepala Sandiaga Uno. "Jahat sekali desainer-nya sumpah. Foto Pak Sandiaga diganti, diganti kepalanya doang," kata pengambilan video sambil tertawa. Males banget desainernya," tulis pemilik akun disertai emoji tertawa. Namun, kini berdasarkan pantauan Kompas.com, Rabu (8/11/2023) baliho yang disebut "editan" itu telah diturunkan dan diganti dengan baliho baru. Baliho baru itu berisi foto Prabowo-Gibran lengkap dengan tulisan Capres-Cawapres RI 2024, dan di sampingnya ada foto Ketua DPD Gerindra Sumbar Andre Rosiade.



Gambar 3. Penurunan Baliho.

Sumber: *liputan6.com*

Ketua DPC Partai Demokrat Kota Depok, Edi Sitorus mengatakan, penurunan baliho milik Partai Demokrat bergambar Anies Baswedan dengan AHY, merupakan bentuk kekecewaan. Seluruh kader DPC Partai Demokrat Kota Depok merasa kecewa dengan keputusan sepihak pasangan Anies dengan Muhaimin Iskandar. Sebelumnya DPC Partai Demokrat Kota Depok kerap mengikuti kegiatan yang melibatkan Anies-AHY. Namun, Demokrat justru dikhianati karena Anies Baswedan justru memilih Cak Imin. Edi menjelaskan, atas kekesalan tersebut DPC Partai Demokrat Kota Depok menginstruksikan seluruh kader termasuk caleg yang memasang baliho maupun atribut bergambar Anies diturunkan. Menurutnya, koalisi yang sudah terbentuk satu tahun lalu, terjadi pengkhianatan terhadap Partai Demokrat sebagai salah satu partai yang berkoalisi. Sebagai Kader Demokrat, Edi berharap Partai Demokrat keluar dari koalisi. Partai Demokrat dapat berkoalisi dengan PPP untuk mengusung Sandiaga Uno dengan AHY.



Gambar 4. Calon Presiden 2024.

Sumber: *www.bbc.com/indonesia*

Kelempok pemilih pemula selalu ada dalam setiap periode pemilu maka hal itu menjadi pengalaman pertama untuk terlibat secara langsung pada ranah politik dalam bentuk penggunaan hak pilih saat pemilu, karena hak pilih merupakan hak dasar setiap warga negara yang diatur dalam konstitusi maka hak pilih merupakan amunisi strategis untuk merepresentasikan pilihan dalam pemilu. Dengan berbekal pengalaman pertama yang dimiliki oleh pemilih pemula maka tidak jarang kelompok ini memberikan prospek yang menjanjikan untuk dipengaruhi oleh kandidat tertentu guna mendulang suara lebih untuk memenangkan pemilu. Berbagai ajakan digunakan, sekedar menjadi simpatisan atau berpartisipasi secara aktif, bahkan sampai dalam bentuk yang paling ekstrim yakni intimidasi politik, apapun cara yang digunakan tujuan akhirnya adalah agar pemilih pemula bersedia menggunakan hak pilihnya dalam pemilu sesuai dengan kepentingan kelompok politik tersebut (Wance & La Suhu, 2019).

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas maka dapat diidentifikasi beberapa permasalahan sebagai berikut :

1. Banyaknya pemilih pemula yang masih belum mengetahui secara jelas fungsi media luar ruang.
2. Lingkungan periklanan media luar ruang berbeda dengan lingkungan periklanan media lainnya.
3. Pemilih pemula masih belum membuka mata dan pikiran secara jelas akan adanya kampanye pemilihan presiden 2024.
4. Pesan yang disampaikan melalui media luar ruang harus jelas dan menarik.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana pengaruh komunikasi media luar ruang terhadap persepsi pemilih pemula pada pemilihan presiden 2024?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah tersebut, maka tujuan penelitian ini adalah Untuk mengetahui dan mencermati adanya pengaruh komunikasi media luar ruang terhadap persepsi pemilih pemula pada pemilihan presiden 2024.

E. Manfaat Penelitian

Berikut ini adalah manfaat penelitian dari aspek teoritis dan praktis:

1. Manfaat Teoritis: Penelitian ini diharapkan dapat menjadi kontribusi untuk media luar ruang pada pemilihan presiden 2024.

2. Manfaat Praktis:

Bagi generasi milenial: penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan pemilih pemula dalam mengamati atau melihat media luar ruang.

Bagi peneliti: menambah pengetahuan serta pengalaman dalam melakukan pemikiran maupun sebagai masukan bagi peneliti lain.