

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pemilihan Umum Kepala Daerah (Pilkada) merupakan bentuk rangkaian pesta demokrasi langsung yang dilaksanakan dalam tata pemerintahan. Saat ini seluruh daerah provinsi, kota/kabupaten yang berada di wilayah Indonesia seluruhnya wajib melaksanakan pilkada untuk memilih kepala daerah dan wakil kepala daerah secara langsung. Dengan dilaksanakannya pilkada langsung, setidaknya masyarakat diajarkan mengenai pendidikan politik.

Pilkada tahun ini akan dilaksanakan pada bulan desember 2015, perbedaan dengan pilkada sebelumnya yakni pilkada tahun ini akan dilaksanakan oleh beberapa kota/kabupaten secara serentak. Kota/ kabupaten akan mengikuti intruksi dari KPU Provinsi atau KPU Daerah mengenai tahapan-tahapan yang harus dilaksanakan menjelang pilkada tahun ini. Keputusan pemerintah untuk melaksanakan Pilkada secara serentak, banyak memunculkan masalah karena Pilkada secara serentak tidak pernah dilakukan sebelumnya.

Ketetapan mengenai waktu Pilkada masih simpang siur, karena regulasi masih diproses di DPR, hingga pada february 2015 Peraturan Pengganti Undang-Undang (Perppu) No. 1 Tahun 2014 tentang Pemilihan Gubernur, Bupati dan Walikota resmi digunakan sebagai pengganti Undang-Undang No. 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah, dapat diketahui bahwa beberapa hal yang berubah dari pilkada sebelumnya yaitu dihapuskannya uji publik.

Uji publik dihapuskan karena dinilai banyak mengugurkan para kandidat calon kepala daerah. Uji publik kini dilakukan oleh partai politik atau gabungan partai politik yang bersangkutan lewat tahapan sosialisasi. Selain uji publik, yang berbeda dari Pilkada sebelumnya yaitu penyelenggaraan rangkaian Pilkada dari tahapan persiapan sampai pelaksanaan tak lagi dilaksanakan selama 17 bulan melainkan hanya 7 bulan.

Penyelenggaraan rangkaian Pilkada yang lebih cepat dari sebelumnya menjadikan seluruh bagian yang terlibat dalam rangkaian ini harus bekerja keras agar pelaksanaan Pilkada dapat terlaksana sesuai dengan waktu yang telah ditentukan. Pilkada ini dapat memberikan ruang bagi rakyat untuk menyuarkan aspirasinya.

Rakyat yang memiliki hak pilih aktif dapat memberikan suaranya sesuai dengan pilihannya tanpa tekanan atau pengaruh dari siapapun. Pada tingkat daerah yang di dasari oleh UU No. 22 Tahun 2007 Pemilihan umum kepala daerah dan wakil kepala daerah saat itu pertama kali dimasukkan dalam rezim pemilu.

Adanya Pilkada bisa membantu proses modernisasi politik di negara kita. Seperti yang kita ketahui Indonesia saat ini sedang mengalami dinamika politik yang cukup banyak menyedot perhatian masyarakat, mulai dari pemilihan presiden hingga pemilihan kepala daerah. Hampir di setiap pemberitaan selalu ada berita mengenai politik dan minat masyarakat untuk mengikutinya pun cukup besar. Hal ini tidak bisa dilepaskan dari demokratisasi dimana masyarakat memiliki peran sebagai pemilih dalam pemilihan umum tersebut.

Berdasarkan hasil pra penelitian Kasie hukum KPUD Kabupaten Bandung mengungkapkan bahwa selama ini pemilihan di daerah berjalan dengan lancar, KPUD menjalankan tugasnya dengan baik sesuai dengan apa yang telah menjadi tupoksinya. Sosialisasi kepada masyarakat dilakukan dengan pengumuman daftar pemilih selain itu pihak KPUD memberikan informasi mengenai tahap persiapan dan pelaksanaan pemungutan suara kepada masyarakat.

Kasie hukum KPUD menyebutkan bahwa tingkat partisipasi masyarakat Kabupaten Bandung dari setiap periode mengalami kenaikan presentase. Tingkat partisipasi masyarakat desa lebih tinggi daripada masyarakat kota. Hal ini dikarenakan rutinitas dan mobilitas masyarakat kota dan desa menjadi penyebab tingkat partisipasi masyarakat berbeda.

Pandangan lain diungkapkan oleh Masyarakat Margahayu Selatan bahwa pada saat menjelang pilkada, kandidat calon kepala daerah banyak memasang media sosialisasi politik yang mudah dikenal khalayak umum seperti pemasangan reklame,

baliho, poster, stiker bahkan kaos. Masyarakat mengeluhkan mengenai sesaknya baliho dan poster berukuran besaryang di pasang di setiap sudut sedikit merusak estetika, kenyamanan dan tata kota.

Keberadaan baliho menjelang pemilihan umum memiliki kelebihan dan kekurangan tersendiri. Baliho merupakan sebuah alat dari iklan politik yang dimaksudkan untuk mempengaruhi dan menarik partisipasi dari masyarakat untuk memilih calon atau kandidat. Promosi (*marketing*) penting dilakukan oleh setiap kandidat calon kepala daerah guna memperkenalkan diri dan menarik suara dari masyarakat.

Menjelang pilkada banyak muncul iklan politik, mayoritas iklan politik berisi hal-hal yang bersifat persuasif agar masyarakat tergugah dan mengikuti apa yang dimaksudkan di dalam iklan tersebut. Begitu pula dengan iklan politik calon kepala daerah Kabupaten Bandung, iklan politik dibuat semenarik mungkin agar menimbulkan persepsi baik dari masyarakat. Kandidat calon kepala daerah yang membuat iklan politik efektif akan mudah populer dan dapat menarik perhatian masyarakat.

Dewasa ini politik memerlukan sebuah alat yang bukan hanya sekedar sebuah pemberitahuan kepada masyarakat namun substansi dari alat tersebut dapat pula memberikan pendidikan politik terhadap masyarakat. “Negara- negara maju seperti Inggris, Jerman, Perancis dan Italia salah satu bentuk perubahan itu adalah ditinggalkannya kampanye dalam bentuk komunikasi interpersonal langsung dan digantikan dengan bentuk kampanye di media”. (Danial, 2009, hlm. 209)

Politik memerlukan tindakan promosi yang efektif karena politik memerlukan simpati dan dukungan dari banyak kalangan, maka dari itu diperlukan suatu cara marketing yang tepat pada sasaran meskipun tidak akan pernah terlepas dari persaingan. Firmanzah (2008, hlm. 340) mengatakan bahwa:

Jika masing-masing pihak lebih memfokuskan pada persaingan bukannya menjadikan cara membangun iklim demokrasi yang sehat maka tidak jarang hal tersebut hanya berorientasi pada pencapaian jangka pendek saja yaitu terpilih memenangkan pemilu dan dengan kondisi demikian akan menjauhkan substansi komunikasi politik itu sendiri.

Jika kita ingat pada pilkada periode lalu, cara atau alat yang dilakukan oleh para calon kepala daerah dalam memperkenalkan diri adalah dengan kampanye terbuka, hal ini dinilai sudah kuno dan terkadang menyedot biaya lebih tinggi. Pemilihan media baliho sebagai alat sosialisasi politik menjadi trend baru dan memiliki kelebihan tertentu.

Baliho terkadang dapat menimbulkan masalah seperti yang telah dikemukakan masyarakat mengenai sesaknya baliho jika menjelang pemilihan sehingga mengurangi estetika dan kenyamanan. Bahkan baliho terkadang dianggap tidak terlalu penting karena keberadaannya yang begitu menyesaki kota. Sejalan dengan yang diungkapkan oleh Suryadi, (2009, hlm. 112) bahwa “baliho yang dipasang kandidat disembarang tempat harus ditertibkan karena menambah kesemrawutan kota, untuk kepentingan sosialisasi foto kandidat cukup di pasang di dua atau tiga titik oleh KPUD”. Hal yang menjadi pertanyaan apakah kebijakan mengenai pemasangan reklame berbentuk besar sudah berjalan dengan baik atau belum. Dalam hal ini peneliti pun perlu melakukan wawancara terhadap pemerintah Kabupaten Bandung yang mengurus bagian tersebut.

Media baliho sangat memberikan pengaruh dan berkaitan penting dimana alat tersebut menjadi cara dari calon kepala daerah yang diusung partai politik atau independen untuk menarik perhatian dan minat masyarakat. Politik dapat dikatakan sebagai bagian dari media massa karena salah satu keunggulan dari media massa yaitu untuk membentuk persepsi dan pandangan umum mengenai berbagai peristiwa yang terjadi bahkan peristiwa politik yang hangat untuk dibicarakan. Ketika persepsi dan pandangan umum masyarakat tersebut dapat tertarik ke dalam media tersebut, maka disitulah hal yang menjadi acuan keberhasilan.

Masyarakat akan membentuk persepsi dari informasi yang didapat dan diterimanya dari media iklan politik berupa (baliho) kekuatan media baliho untuk membentuk pengetahuan politik sangat berpengaruh atau signifikan terhadap kelangsungan kehidupan politik suatu negara. Oleh karena itu media baliho seharusnya dapat menjadi sarana atau alat bantu dalam pencerahan dan transformasi

nilai-nilai kebenaran agar masyarakat dapat melihat secara nyata kehidupan politik yang terjadi di negara ini bukan malah berisi janji-janji yang akan diberikan jika kelak hendak terpilih.

Dalam psikologi sosial, persepsi secara umum merupakan proses perolehan, penafsiran, pemilihan dan pengaturan informasi indrawi. Atkinson (1991, hlm. 86) menyatakan bahwa persepsi adalah:

“penelitian bagaimana kita mengintegrasikan sensasi ke dalam *percepts* objek, dan bagaimana kita selanjutnya menggunakan *percepts* itu untuk mengenal dunia (*percepts* adalah hasil dari proses *perceptual*).”

Secara umum, persepsi sosial adalah aktifitas mempersepsikan orang lain dan apa yang membuat mereka dikenali. Melalui persepsi sosial, kita berusaha mencari tahu dan mengerti apa yang ingin disampaikan atau dimaksudkan oleh orang lain. Jika dikaitkan dengan penelitian ini yaitu apa yang di persepsikan masyarakat terhadap baliho calon kepala daerah menjelang pilkada 2015.

Persepsi masyarakat menjelang pemilihan umum kepala daerah beragam, terutama masyarakat urban yang kita kenal multi kultural seperti pada masyarakat Kabupaten Bandung. Untuk menumbuhkan persepsi yang baik di mata masyarakat sebagai pemilih tentunya seorang calon kepala daerah harus mampu memberikan sosialisasi yang baik pula tentang dirinya namun sosialisasi pun harus sesuai fakta dan tidak mengada-ada.

Sasaran dari para calon kepala daerah yang membuat media baliho sebagai sarana sosialisasi dan memperkenalkan diri agar masyarakat mengenalnya dan memilihnya pada saat pemilihan umum, selebihnya kesan dan lain-lain tidak begitu diperhatikan dalam pembuatan media baliho padahal media tersebut strategis dan dapat dimanfaatkan sebagai sarana kampanye sehat.

Hal ini yang melatar belakangi perlunya suatu alat yang penting dan efisien untuk wahana sosialisasi calon kepala daerah terhadap masyarakat. Alat disini bisa berupa iklan politik atau yang akan lebih peneliti bahas secara spesifik yaitu mengenai baliho calon kepala daerah. Peneliti ingin lebih dalam mengetahui apakah

persepsi masyarakat terhadap iklan politik dalam bentuk baliho selama ini baik, mengalami kendala atau bahkan mendapat respon negatif.

Berdasarkan pra penelitian yang dilakukan terdapat fakta bahwa para pemilih (masyarakat) sebenarnya kurang mengetahui mengenai maksud atau pesan yang disampaikan calon kepala daerah dalam suatu iklan, poster atau baliho. Masyarakat sebagai pemilih pun tidak semuanya tahu dan mengikuti kampanye dari calon kepala daerah tersebut. Terutama pada masyarakat yang berdomisili lebih dekat dengan kota. Merujuk latar belakang di atas maka peneliti ingin mengadakan penelitian lebih jauh mengenai **“PERSEPSI MASYARAKAT TENTANG BALIHO CALON KEPALA DAERAH MENJELANG PILKADA 2015” (Studi Deskriptif Analitis pada Masyarakat Kelurahan Margahayu Selatan Kabupaten Bandung)**

B. Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan pada latar belakang masalah sebagaimana yang telah diuraikan di atas, maka yang menjadi inti/ fokus dalam penelitian ini adalah Bagaimana pengaruh baliho sebagai alat untuk menarik minat masyarakat untuk memilih.

Untuk memperjelas permasalahan tersebut di atas, maka masalah pokok yang dijadikan acuan dalam penelitian dapat dijabarkan menjadi rumusan sebagai berikut:

1. Bagaimana analisis perbandingan iklan politik menggunakan media baliho dengan media lain menjelang Pilkada Kabupaten Bandung?
2. Bagaimana efektivitas baliho sebagai iklan politik mempengaruhi minat masyarakat Margahayu Selatan dalam memilih?
3. Bagaimana persepsi masyarakat Margahayu Selatan terhadap baliho kandidat calon kepala daerah?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan umum dari penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh manakah pengaruh baliho terhadap minat masyarakat dalam memilih pada Pemilihan Umum 2014. Sedangkan tujuan khusus dari penelitian ini yakni:

1. Mengetahui analisis perbandingan iklan politik menggunakan media baliho dengan media lain menjelang Pilkada Kabupaten Bandung.
2. Mengetahui efektivitas baliho sebagai iklan politik mempengaruhi minat masyarakat Margahayu Selatan dalam memilih.
3. Mengetahui persepsi masyarakat Margahayu Selatan terhadap baliho kandidat calon kepala daerah.

D. Manfaat/ Signifikansi Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, maka peneliti mengharapkan penelitian ini bermanfaat sebagai berikut:

1. Segi Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan temuan-temuan baru dalam tataran teoritis bagi pengembangan Pendidikan Kewarganegaraan dalam hal pengaruh baliho sebagai media sosialisasi politik menjelang pilkada.

2. SegiPraktis

- a. Bagi mahasiswa, penelitian dapat menjadi salah satu sumber pengetahuan tentang pengaruh baliho sebagai media sosialisasi politik menjelang pilkada. Dapat menjadi salah satu referensi untuk mengetahui perkembangan pengaruh iklan politik, tanggapan politik, masalah-masalah serta upaya yang bisa dilakukan..
- b. Bagi masyarakat, penelitian ini diharapkan dapat membuka pemahaman bagi masyarakat mengenai media baliho yang selama ini mereka lihat atau temui dalam menjelang pilkada 2015.
- c. Bagi pemerintah, penelitian ini diharapkan menjadi masukan atau bahkan dapat menjadi solusi terhadap masalah-masalah yang muncul menjelang pilkada 2015.

3. Segi Kebijakan

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan pemahaman dan masukan terhadap pemerintah untuk menyeleksi dan memperketat perijinan pemasangan baliho menjelang Pilkada 2015 di Kabupaten Bandung.

4. Segi Isu serta Aksi Sosial

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pencerahan dan mengatasi masalah-masalah yang selama ini terjadi menjelang pilkada. Karena tahapan sebelum pemilihan merupakan tahapan strategis yang sering bermunculan masalah atau penyimpangan terjadi.

E. Struktur Organisasi Skripsi

Keseluruhan penulisan isi laporan ini disusun dengan membagi ke dalam 5 bab, yang masing-masing berisikan hal-hal sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan: Dalam bab ini diuraikan mengenai latar belakang penelitian, Identifikasi masalah dan rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II Tinjauan Pustaka: Pada bab ini diuraikan dokumen-dokumen atau data-data yang berkaitan dengan fokus penelitian serta teori-teori yang mendukung penelitian penulis.

BAB III Metode Penelitian: Pada bab ini penulis menjelaskan metodologi penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis dan teknik pengujian keabsahan data serta tahapan penelitian yang digunakan dalam penelitian Persepsi Masyarakat tentang Baliho Calon Kepala Daerah Menjelang Pilkada 2015.

BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan: Dalam bab ini penulis menganalisis hasil temuan data tentang Persepsi Masyarakat tentang Baliho Calon Kepala Daerah Menjelang Pilkada 2015.

BAB V Simpulan dan Saran. Dalam bab ini penulis berusaha mencoba memberikan simpulan dan saran sebagai penutup dari hasil penelitian dan permasalahan yang telah diidentifikasi dan dikaji dalam laporan.