

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Demokrasi di Indonesia semakin hari semakin menjadi topik yang menarik untuk dibahas dan diamati, masyarakat sudah dianggap semakin dewasa dalam menyikapi perkembangan demokrasi di Indonesia. Saat ini bangsa Indonesia telah melewati suatu babak baru dalam pelaksanaan demokrasi, di mana pemilihan umum mulai dari pemilihan legislatif sampai pada pemilihan Presiden dan Wakil Presiden boleh terlaksana dengan aman, jujur dan adil. Pemilu yang dilaksanakan secara langsung dengan memilih kandidat-kandidat yang baik dari calon legislatif maupun calon eksekutif, memberikan kebebasan kepada rakyat untuk memilih sendiri kandidatnya.

Di dalam praktek kehidupan kenegaraan sejak masa awal kemerdekaan hingga saat ini, ternyata paham demokrasi perwakilan yang dijalankan di Indonesia terdiri dari beberapa model demokrasi perwakilan yang saling berbeda satu dengan lainnya.

Perkembangan demokrasi di Indonesia dapat dilihat dari Pelaksanaan Demokrasi yang pernah ada di Indonesia ini. Pelaksanaan Demokrasi di Indonesia dapat dibagi menjadi beberapa periodisasi seperti terlihat pada tabel 1.1.

Tabel 1.1 Perkembangan Demokrasi di Indonesia

PERIODESASI DEMOKRASI	TAHUN
Masa Revolusi	1945-1950
Masa Demokrasi Liberal	1950-1959
Masa Demokrasi Terpimpin	1959-1966
Masa Demokrasi Orde Baru	1966-1998
Masa Demokrasi Reformasi	1998-Sekarang

Sumber : hilalfarisy.wordpress.com

Ciri Negara demokratis diantaranya adalah dapat terselenggaranya kegiatan pemilihan umum yang bebas. Pemilihan umum merupakan sarana politik untuk mewujudkan kehendak rakyat dalam hal memilih wakil-wakil mereka di lembaga legislatif serta memilih pemegang kekuasaan eksekutif baik itu presiden/wakil presiden maupun kepala daerah. Pemilihan umum bagi suatu Negara demokrasi berkedudukan sebagai sarana untuk menyalurkan hak asasi politik rakyat. Dapat dikatakan pemilu merupakan syarat minimal bagi adanya demokrasi.

(Sumber: <https://hilalfarisy.wordpress.com/2012/03/21/sejarahperkembangan-demokrasi-di-indonesia/>)

Pemilihan Umum tahun 1955 merupakan pemilu yang pertama dalam sejarah bangsa Indonesia. Waktu itu Republik Indonesia berusia 10 tahun. Pemilihan Umum yang diadakan sebanyak dua kali yaitu pertama pada tanggal 29 September 1955 untuk memilih anggota DPR dan kedua pada tanggal 15 Desember 1955 untuk memilih anggota konstituante.

Setelah pemilu pertama tahun 1955, Indonesia baru melakukan pemilu kembali pada tanggal 5 Juli 1971, pertama di jaman Orde Baru dibawah pemerintahan Presiden Kedua Indonesia Soeharto. Pada pemilu kali ini, terdapat 9 partai politik dan 1 organisasi masyarakat yang berpartisipasi. *(Sumber : www.kpu.go.id)*

Pemilihan Umum Legislatif di Indonesia telah dilaksanakan sebanyak sebelas kali. Jumlah partai politik yang menjadi peserta pada setiap Pemilu yang telah dilaksanakan selalu berbeda-beda. Terkecuali pada tahun 1977-1997 hanya ada 3 partai politik yang menjadi peserta Pemilu yaitu Partai Golkar, PDI dan PPP. Hal tersebut merupakan akibat dari dikeluarkannya Undang-Undang Nomor 3 Tahun 1975 tentang Partai Politik dan Golkar, diadakanlah fusi (penggabungan) partai-partai politik, menjadi hanya dua partai politik (yaitu Partai Persatuan Pembangunan dan Partai Demokrasi Indonesia) dan satu Golongan Karya.

(Sumber: <http://vivinnagi.blogspot.sg/p/sejarah-pemilu.html>)

Tabel 1.2 Jumlah Partai Politik peserta Pemilu Legislatif di setiap Periode

Tahun	Jumlah
1955	29
1971	10
1977	3
1982	3
1987	3
1992	3
1997	3
1999	48
2004	24
2009	38
2014	12

Sumber: www.kpu.go.id

Pasca reformasi tahun 1998 Pemilihan Umum (Pemilu) di Indonesia banyak mengalami perubahan mendasar yang terjadi dalam sistim ketatanegaraan Indonesia, diantaranya Pemilu tahun 1999 yang bersifat multipartai, dimana dibukanya kembali kesempatan untuk bergeraknya partai politik secara bebas termasuk mendirikan partai baru. Kemudian yang sangat signifikan lagi terjadi dalam Pemilu tahun 2004 yang lalu, selain multipartai, Pemilu 2004 yang lalu merupakan Pemilu pertama dimana rakyat memilih secara langsung presiden dan wakil presiden. Pemilihan umum di tahun 2004 itu tentulah merupakan pemilihan umum pertama bagi rakyat Indonesia yang memberikan kebebasan kepada rakyat untuk memilih secara langsung. Sebuah kehidupan bangsa yang demokratis selalu dilandasi prinsip bahwa rakyatlah yang berdaulat sehingga rakyat berhak terlibat dalam aktivitas politik dan menentukan pilihannya sendiri tanpa campur tangan dan pengaruh dari orang lain.

Setelah itu perubahan juga terjadi dalam proses pemilihan Presiden dan Wakil Presiden dimana rakyat pun diberi kesempatan untuk dapat memilih secara langsung Presiden dan wakilnya dengan pertimbangan-pertimbangan dari masing-masing pemilih, pemilihan umum Presiden dan Wakil Presiden tersebut dilakukan dengan sistim dua putaran.

Pemilihan Presiden secara langsung ini juga berdampak dalam proses pemilihan kepala daerah dan wakil kepala daerah seperti yang diamanatkan UU NO. 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah. Dalam undang-undang ini ditegaskan bahwa proses pemilihan Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah pun dilakukan secara langsung sebagaimana proses pemilihan Presiden dalam pemilu 2004 yang lalu, sehingga tingkat keterlibatan publik dalam proses politik kenegaraan semakin lengkap.

Pemilihan kepala daerah dan wakil kepala daerah secara langsung juga merupakan sebuah peluang menciptakan pemerintahan daerah yang akuntabel dan terbuka untuk masyarakat luas, agar masyarakat pun dapat merasakan perubahan yang mendasar untuk kemajuan pembangunan daerah itu sendiri, seperti dalam hal infrasturktur, pendidikan, pelayanan kesehatan di daerah tersebut.

Perkembangan politik di Indonesia yang begitu pesat ini mengakibatkan tingkat persaingan di antara kandidat maupun partai politik semakin ketat dalam menghadapi Pemilihan Umum (Pemilu). Para kandidat ataupun partai politik berlomba-lomba untuk memperkenalkan diri dan menunjukkan kredibilitasnya kepada masyarakat melalui berbagai kampanye atau kegiatan lainnya sehingga akhirnya dapat menarik simpati masyarakat dan kemudian memilih kandidat atau partai politik tersebut pada Pemilu yang akan dilaksanakan.

Tabel 1.3 Partai Politik Pemenang Pemilu Legislatif

Tahun	Pemenang		Tempat kedua		Tempat ketiga	
	Partai politik	Jumlah kursi	Partai politik	Jumlah kursi	Partai politik	Jumlah kursi
1955	PNI	57	Masyumi	57	NU	45
1971	Golkar	360	NU	56	Parsumi	24
1977	Golkar	232	PPP	99	PDI	29
1982	Golkar	242	PPP	94	PDI	24
1987	Golkar	299	PPP	61	PDI	40
1992	Golkar	282	PPP	62	PDI	56
1997	Golkar	325	PPP	89	PDI	11
1999	PDIP	153	Golkar	120	PPP	58
2004	Golkar	128	PDIP	109	Demokrat	55
2009	Demokrat	150	Golkar	107	PDIP	95
2014	PDIP	109	Golkar	91	Gerinda	73

Sumber: www.kpu.go.id

Dari Tabel 1.3 dapat dilihat peringkat 3 besar partai politik yang memperoleh kursi anggota DPR atau dengan kata lain merupakan partai yang memperoleh suara terbanyak dalam setiap Pemilu Legislatif. Partai Golkar merupakan partai yang paling sering menjadi pemenang dalam Pemilu Legislatif yaitu sebanyak 7 kali. Partai Golkar menjadi partai yang mendominasi pada era Orde Baru ketika Soeharto menjabat sebagai Presiden Indonesia dan merupakan tokoh utama di partai Golkar. Akan tetapi setelah berakhirnya era Orde Baru pada tahun 1998 yang disebabkan oleh adanya gerakan reformasi yang memaksa Soeharto mengundurkan diri, partai Golkar tidak lagi menjadi partai yang mendominasi seperti pada

era Orde Baru, walaupun begitu partai Golkar tetap menjadi salah satu partai besar karena memiliki basis pendukung yang cukup banyak.

Tabel 1.4 Data Perolehan Suara Partai Golkar Pada Skala Nasional

TAHUN	JUMLAH SUARA	PRESENTASE
1999	23.741.749	22,44%
2004	22.480.757	21,58%
2009	15.037.757	14,45%
2014	18.432.312	14,75%

Sumber : www.indobarometer.com

Setelah Presiden Soeharto mengundurkan diri dari jabatannya pada tahun 1998 Indonesia melaksanakan Pemilihan Umum ke 8 nya Pada Tahun 1999, pada saat itu Partai Golkar pertama kali mengalami kekalahan dari Partai PDIP setelah dalam Pemilu sebelumnya selalu memenangkan Pemilu, pada Pemilu tahun 1999 Golkar menduduki peringkat kedua setelah PDIP dengan mendapatkan 22,44% suara, lalu pada Pemilu 2004 lalu, Partai Golkar berhasil memperoleh 21,58% suara. Namun di pemilu 2009, suara Golkar turun signifikan dengan mendapatkan 14,45% suara berada di posisi kedua. Kali ini posisinya berada di bawah Partai Demokrat.

Pada Pemilu 2014 yang telah dilaksanakan, Partai Golkar mengantongi 14,75% suara, kali ini posisinya berada di bawah Partai PDI-P partai yang menjadi oposisi selama 10 tahun dalam pemerintahan. Penurunan suara Partai Golkar ini memperlihatkan Partai Golkar tidak mampu bersaing dengan para partai pesaing lainnya setelah berakhirnya masa Orde Baru, padahal ketika masa Orde Baru Partai Golkar selalu menang dalam setiap Pemilu yang dilaksanakan.

Suara Pemilih bagi partai politik dianggap sebagai potensi besar untuk meraih suara partai politik itu sendiri, untuk itu parpol saling berkompetisi merebut hati pemilih agar mereka bisa dipilih ketika Pemilu nantinya. Untuk itu partai politik harus menggunakan strategi politik dan pemasaran politik yang baik agar para pemilih tertarik untuk memilih. Menurut UU Nomor 8 Tahun 2012 tentang Pemilihan Umum Anggota DPR, DPD dan DPRD Nomor 18, pemilih pemula adalah Warga Negara Indonesia yang telah genap berumur 17 (tujuh belas) tahun atau lebih atau sudah atau pernah kawin berdasarkan undang-undang tersebut.

Pemilihan Umum 2014 yang lalu diselenggarakan pada 9 April 2014 untuk memilih 560 anggota Dewan Perwakilan Rakyat (DPR), 132 anggota Dewan Perwakilan Daerah (DPD), serta anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD Provinsi maupun DPRD Kabupaten/Kota) se-Indonesia periode 2014-2019. Pemilihan ini dilaksanakan pada tanggal 9 April 2014 serentak di seluruh wilayah Indonesia. Namun untuk warga negara Indonesia di luar negeri, hari pemilihan ditetapkan oleh panitia pemilihan setempat di masing-masing negara domisili pemilih sebelum tanggal 9 April 2014. Pemilihan di luar negeri hanya terbatas untuk anggota DPR di daerah pemilihan DKI Jakarta II, dan tidak ada pemilihan anggota perwakilan daerah.

Tabel 1.5 Perolehan Suara Partai Politik dalam Pemilu Legislatif 2014

Peringkat	Partai Politik	Perolehan Suara Sah	Dalam persen (%)
1	PDIP	23.681.471	18,95 %
2	GOLKAR	18.432.312	14,75 %
3	GERINDRA	14.760.371	11,81 %
4	DEMOKRAT	12.728.913	10,19 %
5	PKB	11.298.957	9,04 %
6	PAN	9.481.621	7,59 %
7	PKS	8.480.204	6,79 %
8	NASDEM	8.402.812	6,72 %
9	PPP	8.157.488	6,53 %
10	HANURA	6.579.498	5,26 %
11	PBB	1.825.750	1,46 %
12	PKPI	1.143.094	0,91 %
Total Jumlah Suara Sah		124.972.491	100 %

Sumber: SK KPU NOMOR 411/Kpts/KPU/TAHUN 2014

Dari tabel 1.5 Komisi Pemilihan Umum akhirnya mengumumkan perolehan suara partai politik dalam Pemilu Legislatif 2014 pada tanggal 9 Mei 2014 di Gedung KPU, Jakarta Pusat. Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan menempati urutan teratas dengan 23.681.471 suara atau 18,95 persen. Di urutan kedua, Partai Golkar dengan 18.432.312 (14,75 persen), dan di urutan ketiga, Partai Gerindra dengan 14.760.371 (11,81 persen). Partai Golkar kembali kalah dalam Pemilu 2014 yang lalu dengan perbedaan 4,20% suara dari Partai PDIP, lalu Partai Demokat yang pada

Pemilu 2009 yang lalu menang, pada Pemilu 2014 ini justru hanya menempati posisi 4, kalah dari Partai Gerindra yang masih termasuk partai baru di dalam dunia politik di Indonesia

Untuk memenangkan Pemilu Partai Politik perlu mengadakan kampanye ataupun sosialisasi program kerja yang menarik kepada calon pemilihnya. Salah satu cara bentuk kampanye dan sosialisasi program kerja tersebut diantaranya seperti melalui iklan politik melalui baliho, televisi, radio, media cetak, Internet dan media lainnya yang dapat mempengaruhi keputusan memilih dari calon pemilih itu sendiri.

Iklan politik pertama dalam sejarah Pemilu di Indonesia selain di TV juga dimuat dalam versi cetak di berbagai media cetak. Partai yang melakukan periklanan melalui media cetak pada saat itu antara lain PKB, PDI Perjuangan, Golkar, PAN, Partai Daulat Rakyat dan Partai Republik. Dari sisi *content* kebanyakan iklan-iklan politik TV pertama itu berisi visi dan *platform* serta sosialisasi nomor partai. (Sumber : Cakram, Februari 1999:20)

Jaringan Suara Indonesia (JSI) mencatat tingkat kesukaan masyarakat pada iklan kampanye partai politik. Menurut survei ini, iklan kampanye Partai Demokrat paling tidak disukai masyarakat. Iklan Partai Demokrat menempati posisi pertama yang paling tidak disukai dengan 12,1 persen, diikuti Golkar dengan 6,3 persen, Hanura 3,2 persen, PDIP 3 persen dan Nasdem 2,9 persen. (Sumber: <http://pemilu.tempo.co/read/news/2014/04/07/269568411/IklanPartai-Demokrat-Paling-Tak-Disukai>)

Menurut Jaringan Suara Indonesia (JSI) Iklan Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP) lebih disukai dibanding iklan yang petinggi partainya masuk ke dalam dunia media massa, seperti Golkar, Hanura, dan Nasional Demokrat. Presentase masyarakat yang menyukai iklan PDI Perjuangan sebesar 76,8 persen, sedangkan Golkar hanya 71,5 persen, Hanura 71,8 persen, dan Nasdem 65,6 persen. Setelah PDIP, iklan partai yang juga disukai adalah iklan Prabowo dan Gerindra dengan 76,3. Sedangkan iklan yang dinilai tak sesuai dengan kinerja, adalah Partai

Demokrat menempati urutan pertama dengan 19,0 persen. Survey ini di dapatkan dari 12 ribu responden dalam survei selama 24-30 Maret 2014, tingkat kesukaan iklan PDIP mencapai 16,4 persen yang diikuti Golkar sebesar 14,4 persen, Gerindra 11,9 persen, Hanura 11,5 persen, dan Nasdem 6,1 persen.

Menurut Pakar Komunikasi Politik Universitas Indonesia Universitas Indonesia, Effendi Ghazali untuk mengambil simpati kalangan pemilih pemula atau pemilih muda harus ditentukan pada kemasan iklan yang menarik. Sebab kalangan muda atau pemilih pemula sangat tertarik terhadap popularitas seseorang yang kerap muncul di media massa khususnya televisi. Pemilih pemula atau pemilih muda itu sangat tergantung pada kemasan iklan, seperti iklan-iklan di tengah kota dan televisi sehingga kalangan muda menjadi sangat tertarik untuk memilihnya. (Sumber: <http://politik.rmol.co/read/2013/03/16/102556/Pakar-Komunikasi:-Pemilih-Pemula-Sangat-Tergantung-Pada-Kemasan-Iklan->)

Mantan ketua DPP Partai Golkar Priyo Budi Santoso mengakui Partai Golkar kurang memperhatikan segmen pemilih muda yang mayoritas merupakan pemilih pemula yang potensial dan juga termasuk pemilih yang baru pertama kali akan mengikuti Pemilu ataupun pernah sekali atau dua kali mengikuti Pemilu. Segmen pemuda ini merupakan pemilih yang masih duduk di bangku SMU, mahasiswa dan pekerja muda yang berusia 30 tahun ke bawah. Beliau juga mengakui bahwa Partai Golkar sampai saat ini memang berfokus pada segmen pemilih yang ditinggalkan Orde Baru, seperti tentara, kalangan Birokrat, masyarakat simpatisan Golkar.

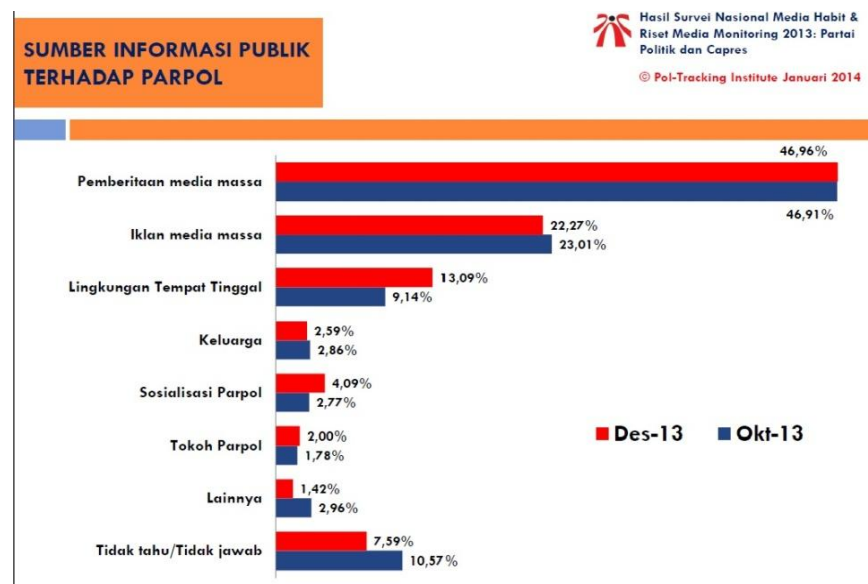
Segmen pemilih pemula merupakan segmen yang sangat potensial karena selalu bertambah setiap tahunnya dan belum memiliki pengetahuan yang cukup tentang partai politik sehingga masih dalam proses penilaian terhadap partai politik dan pemilih pemula merupakan peluang yang sangat bagus bagi partai politik untuk meningkatkan perolehan suara apabila partai politik jeli melihat peluang tersebut dan dapat memanfaatkannya. Apalagi sebentar lagi Pemilihan Kepala Daerah

(Pilkada) serentak akan dilaksanakan. Partai Politik diharuskan bisa menerapkan strategi pemasaran yang baik, karena pemilih pemula yang berada di daerah-daerah pun sudah sangat terbuka akan informasi yang ada karena adanya perkembangan teknologi yang sangat cepat dan sudah menjangkau ke daerah-daerah.

Jumlah pemilih kelompok pemula di Indonesia dari pemilu ke pemilu terus bertambah. Berdasarkan catatan Komisi Pemilihan Umum (KPU), jumlah pemilih pemula pada Pemilu 2014 mencapai 11% dari total 186 juta jiwa pemilih. Jumlah ini meningkat dibandingkan dua pemilu sebelumnya. Pada tahun 2004, jumlah pemilih pemula sekitar 27 juta dari 147 juta pemilih (18,4%). Sementara pada Pemilu 2009, ada sekitar 36 juta pemilih dari 171 juta pemilih (21%). Kelompok pemilih pemula ini adalah mereka yang berusia 17-22 tahun, yang untuk pertama kalinya akan berpartisipasi dalam pemilu. Mayoritas mereka adalah pelajar, dan mahasiswa. (Sumber: <http://nasional.kompas.com/read/2014/04/08/1946582/Antusiasme.Pemilih.Muda>)

Seperti yang diungkapkan oleh mantan ketua mahkamah konstitusi Mahfud MD para pemilih pemula yang umumnya lebih terbuka soal teknologi, tentu sangat paham dengan perkembangan partai politik yang ada. Akses pada internet makin luas, media sosial mudah diakses, membuat para pemilih pemula bisa mendapatkan berbagai informasi dengan mudah. Perlu diketahui, pada 2045 nanti, para pemilih pemula ini masih dalam usia sangat produktif antara 48-54 tahun. Mereka jadi segmen yang sangat strategis untuk dilibatkan partisipasinya dalam memberikan kontribusi bagi Indonesia. (sumber: <http://politik.kompasiana.com/2013/11/06/pentingnya-para-pemilih-pemula-dalam-pemilu-605729.html>)

Menurut survei Pol Tracking pada Januari 2014 Peran media dan iklan melalui media cukup efektif dalam mempengaruhi opini dan persepsi publik. Iklan menempati urutan kedua setelah pemberitaan media massa sebagai sumber informasi publik terhadap parpol. Menurut Hamad (2004) dalam kerangka pembentukan opini dan persepsi publik, media melakukan tiga kegiatan sekaligus; menggunakan simbol-simbol politik (*language politic*), melaksanakan strategi pengemasan pesan (*framing strategies*), dan fungsi agenda media (*agenda setting function*). Ketiga inilah yang pada akhirnya nanti akan menghasilkan citra bagi partai atau aktor politik.



Gambar 1.1 Sumber Informasi Publik Terhadap Parpol

Sumber: Pol Tracking Indonesia Januari 2014

Berdasarkan hasil survei Transparency International Indonesia, televisi merupakan sumber informasi dan cara untuk mengiklankan janji para calon anggota legislatif yang dinilai paling penting dan paling diminati oleh para pemilih pemula, dibandingkan media-media lainnya.

Sebanyak 87% responden menilai televisi penting untuk mengetahui semua hal mengenai pemilu, hanya 13% yang menganggap tidak penting.

Surat kabar merupakan medium tertinggi kedua yang dijadikan sumber pencarian oleh para responden. Mengikuti perkembangan pemilu melalui surat kabar dinilai penting oleh 74% responden, dan hanya 26% responden yang menilai tidak penting. Surat kabar menjadi tempat informasi yang dinilai memadai dalam memberikan semua informasi mengenai pemilu. Termasuk dalam menyediakan informasi yang rinci mengenai calon anggota legislatif dan capres/cawapres lewat iklan.

Menurut hasil survei Transparency International Indonesia juga pada Pemilu para Caleg atau Capres mayoritas masih menggunakan media *billboard* (baliho), surat kabar, radio dan televisi. Melalui iklan politik para calon bisa mengkomunikasikan pesan-pesannya, idenya, programnya kepada para calon pemilih.

Kita masih sering jumpai pada saat Pemilu baik itu Pemilu Legislatif maupun Pemilu Presiden dan Wakil Presiden banyak iklan-iklan kampanye para calon pejabat negara ini di jalan-jalan melalui baliho yang besar. Seperti gambar di bawah ini adalah contoh iklan para Caleg dari Partai Golkar melalui baliho yang ada di berbagai daerah di Indonesia.





Gambar 1.2 Iklan Caleg Partai Golkar Pada Pemilu Legislatif 2014

Sumber: www.partaigolkar.or.id

Mahasiswa merupakan bagian dari pemilih pemula yang memiliki tingkat pendidikan yang tinggi dan selalu berpikir kritis dalam menanggapi suatu hal. Untuk dapat menarik simpati dari kalangan mahasiswa, partai politik atau kandidat perlu melakukan pemasaran politik yang tepat sehingga dapat disukai oleh kalangan pemilih pemula, khususnya Mahasiswa UPI yang merupakan para pemilih pemula yang memiliki tingkat antusiasme yang tinggi terhadap perkembangan politik di Indonesia yang bergerak melalui Badan Eksekutif Mahasiswa REMA UPI yang banyak melakukan aksi dan memperlihatkan kepeduliannya terhadap perkembangan politik di Indonesia, lalu UPI sendiri menjadi universitas yang merupakan basis organisasi Kesatuan Aksi Mahasiswa Muslim Indonesia yang sangat aktif sebagai organisasi kritis yang selalu memantau dan mengkritik pemerintah.

Menurut Pakar Komunikasi Politik Universitas Indonesia, Effendi Gazali untuk menarik dukungan dari pemilih pemula partai politik harus bisa menentukan kemasan iklan yang menarik, sebab kalangan pemilih pemula terutama mahasiswa sangat tertarik terhadap popularitas seseorang yang kerap muncul di media massa khususnya televisi ataupun juga iklan melalui media sosial yang sangat diperhatikan oleh mahasiswa. Dengan pengemasan dan penempatan iklan politik yang baik, partai politik akan bisa menarik perhatian dan mempengaruhi keputusan memilih para pemilih pemula terutama kalangan mahasiswa.

Menurut Moriarty dalam Melissa (2014), iklan yang baik dan komunikasi *marketing* yang baik adalah efektif jika menimbulkan respon

Ramadhan Wengku Arizal, 2015

PENGARUH IKLAN POLITIK TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH PARTAI GOLKAR PADA PEMILU LEGISLATIF

Universitas Pendidikan Indonesia | \ .upi.edu perpustakaan.upi.edu

yang diinginkan pengiklan. Respon yang diharapkan tersebut merupakan tujuan dari pesan, dan pesan menjadi efektif jika mencapai tujuannya.

Sedangkan menurut Dudek (2007:2) iklan politik secara singkat dideskripsikan sebagai penyiaran yang bersifat informatif dan persuasif dengan tujuan untuk meraih pemberi suara dan memberikan mereka pilihan politik yang meliputi partai politik, kandidat dan program yang ditawarkan. Tujuan yang ingin dicapai oleh siaran ini tidak hanya untuk menaikkan popularitas kandidat tetapi lebih kepada untuk membuat pemberi suara mau memilih kandidat yang menjadi sponsor dari iklan. Bentuk dan isi dari iklan yang mampu meraih audiens melalui media ini di bawah kendali dari aktor politik, media (TV, radio, surat kabar, internet) dan saluran transmisi lainnya

Berdasarkan permasalahan diatas, maka penelitian ini diberi judul **“Pengaruh Iklan Politik terhadap Keputusan Memilih Partai Golkar pada Pemilu Legislatif di Kalangan Pemilih Pemula Mahasiswa UPI Angkatan 2014”**

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Dilihat dari latar belakang penelitian di atas, tingkat raihan suara Partai Golkar cenderung menurun semenjak Orde Baru runtuh, hal ini membuat Partai Golkar selalu kalah dalam raihan suara dalam Pemilu yang lalu, Partai Golkar harus bisa menyusun strategi baru agar kembali menang dalam Pemilu yang akan datang apalagi para pemilih pemula semakin meningkat setiap tahunnya.

Untuk itu Partai Golkar harus menerapkan strategi pemasaran politik yang tepat sasaran dan harus peka melihat perkembangan masyarakat saat ini terutama pemilih pemula terutama pada kemas iklan yang menarik. Sebab kalangan muda atau pemilih pemula sangat tertarik terhadap popularitas seseorang yang kerap muncul di media massa khususnya televisi melalui pengemasan iklan yang menarik.

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka permasalahannya dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana deskripsi Iklan Politik Partai Golkar menurut Mahasiswa UPI ?
2. Bagaimana gambaran Keputusan Memilih di kalangan Mahasiswa UPI ?
3. Sejauh mana pengaruh Iklan Politik Partai Golkar terhadap keputusan pemilih pada Mahasiswa UPI ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui deskripsi Iklan Politik Partai Golkar menurut pemilih pemula Mahasiswa UPI.
2. Mengetahui gambaran Keputusan Memilih pada pemilih pemula Mahasiswa UPI.
3. Mengetahui sejauh mana pengaruh Iklan Politik terhadap Keputusan Memilih pada pemilih pemula Mahasiswa UPI.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini sangat berguna, terutama dalam pengembangan ilmu pengetahuan manajemen pemasaran dalam cangkupan yang berkaitan dengan pemasaran politik , khususnya tentang iklan politik dan keputusan memilih.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Untuk memberikan masukan bagi partai politik khususnya Partai Golkar tentang upaya-upaya meningkatkan raihan suara partai politik melalui Iklan Politik serta cara pengembangannya.