

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Komunikasi massa merupakan salah satu topik diantara sekian banyak topik lainnya dalam ilmu komunikasi. Menurut DeFleur dan Dennis (1981, hlm. 13) dalam bukunya *Understanding Mass Communication* Istilah media komunikasi masa adalah suatu proses dalam mana komunikator-komunikator menggunakan media untuk menyebarkan pesan-pesan secara luas, dan secara terus-menerus menciptakan makna-makna yang diharapkan dapat mempengaruhi khalayak yang besar dan berbeda-beda dengan melalui berbagai cara.

Bagaimanapun bentuknya pemberitaan media massa secara pasti dapat mempengaruhi pemikiran dan tindakan khalayak. Media massa memiliki peranan penting dalam kehidupan masyarakat, baik dalam bidang sosial, ekonomi, budaya, politik, dan sebagainya. Menurut Denis Mc Quail (2000), media massa memiliki sifat dasar atau karakteristik yang mampu menjangkau massa dalam jumlah besar dan luas, bersifat publik dan mampu memberikan popularitas kepada siapa saja yang muncul di media massa. Karakteristik tersebut memberikan konsekuensi bagi kehidupan politik dan budaya masyarakat kontemporer (McQuail, 2000 hlm.4).

Media sebagaimana sifat dasarnya memiliki peran besar dalam komunikasi politik di Indonesia. Persoalan media massa terkait dengan politik merupakan suatu topik yang luas cakupannya. Seperti yang diungkapkan oleh Pawito (2015, hlm. 93), aspek yang sangat menonjol berkenaan dengan media massa terkait dengan politik adalah fungsi media massa dalam kehidupan politik. Karena fungsinya yang sentral dalam politik, media massa memiliki fungsi penting dan strategis.

Mendekati masa pemilihan umum, media massa biasanya memberikan perhatian yang sangat istimewa terhadap peristiwa-peristiwa

berkenaan dengan kampanye dan pemilihan. Pada hari sebelum, saat pelaksanaannya, dan sesudahnya ketika dilakukan pemungutan suara, media massa seolah sampai pada klimaks dalam menyampaikan laporan, analisis-analisis, dan interpretasi tentang peristiwa berkenaan dengan kampanye dan pemilu publik. Dimata pemilih, media massa tiba-tiba terasa lebih dibutuhkan, karena pemilih ingin mengetahui berbagai hal mengenai kampanye dan pemilihan umum (Pawito, 2015, hlm. 196).

Pemilihan umum merupakan sarana demokrasi untuk mewujudkan sistem pemerintahan negara. Tahun 2018 disebut-sebut sebagai tahun politik Indonesia. Ini dikarenakan pada bulan Juni 2018 nanti akan diselenggarakan Pilkada secara serentak di 171 daerah. Banyaknya daerah yang akan melaksanakan Pilkada, tentu saja menarik perhatian semua partai politik untuk menjadikan Pilkada serentak tahun 2018 ini sebagai ajang pemanasan menuju “perang politik” yang sesungguhnya yaitu Pemilihan Presiden Tahun 2019.

Pemberitaan mengenai Pilpres sudah ramai dibicarakan oleh masyarakat karena pemberitaan yang dilakukan oleh media massa mengenai persaingan antara calon-calon presiden dan prediksi calon wakil presiden sudah mulai terlihat. Selain itu pemberitaan negatif yang diperuntukan untuk menjatuhkan lawan politik juga sudah mulai tersebar.

Pemberitaan negatif banyak dialami oleh kader PDI Perjuangan Joko Widodo atau Jokowi, yang juga menjabat sebagai Presiden Indonesia ke-7. Nama Jokowi sebagai calon presiden dua periode di tahun 2019 sudah lama melejit dalam suvei sejumlah lembaga sebagai kandidat calon presiden dengan elektabilitas tertinggi. Namun sejumlah pakar politik berpendapat bahwa Jokowi tidak dapat mengandalkan survei elektabilitas yang tinggi tersebut dikarenakan tingkat kepuasan masyarakat atas kinerjanya sebagai Presiden masih rendah.

Pemberitaan yang dilakukan media massa pada presiden Joko Widodo tidak selalu bersifat positif. Pemberitaan dalam media massa terkait pencalonannya sebagai presiden Indonesia untuk periode kedua

Zaenoon Rabbani, 2018

PENGARUH PEMBERITAAN NEGATIF DAN CITRA POLITIK JOKO WIDODO (STUDI KUASI EKSPERIMENTAL TERHADAP PEMILIH PEMULA SISWA SMA NEGERI DI KOTA BANDUNG
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

terkadang dapat bersifat negatif yang nantinya akan berdampak terhadap citra politik. Pemberitaan negatif biasanya akan lebih sering muncul pada saat mendekati tanggal pemilihan karena hal tersebut bisa saja dibuat oleh lawan politiknya untuk menjatuhkan.

Seperti contohnya berita yang ditulis oleh Tirto.id pada 13 April 2018 dengan judul “Politikus Gerindra: Pencitraan “Cara Ndeso” Jokowi Tak Laku di 2019”. Jika dilihat dari judulnya saja, berita tersebut sengaja dibuat oleh lawan politiknya yang berasal dari partai Gerindra. Dalam artikel berita tersebut, Andre Rosiade sebagai politikus partai Gerindra menilai bahwa strategi pencitraan yang dilakukan Joko Widodo seperti mengendarai motor Chopper tidak akan menarik perhatian pemilih di 2019 karena terlalu *ndeso*. Sebab menurut Andre rakyat lebih butuh bukti yang nyata dari lima tahun pemerintahan Jokowi-JK ketimbang pemandangan menaiki motor chopper. Terlebih, menurut Andre, saat ini pemerintahan Jokowi mulai tidak fokus memenuhi janji-janji kampanyenya di Pilpres 2014, terutama dibidang kesejahteraan ekonomi yang menjadi salah satu poin penting Nawacita. (<https://tirto.id/politikus-gerindra-pencitraan-cara-ndeso-jokowi-tak-laku-di-2019>).

Selain datang dari lawan politiknya, pemberitaan negatif terkait Joko Widodo juga beredar di masyarakat dalam kasus UU MD3. Berita mengenai hal tersebut, ditulis oleh Tirto.id pada tanggal 21 Februari 2018 dan 14 Maret 2018. Artikel berita pertama berjudul “Keanihan Jokowi Merasa Kaget Soal Isi UU MD3 yang Kontroversi” dan artikel berita kedua berjudul “Jokowi Tak Pernah Serius Tolak UU MD3”. Dalam kedua artikel tersebut dijelaskan bagaimana sikap Presiden Jokowi yang menolak menandatangani UU MD3, tapi tidak melakukan langkah nyata setelahnya. Sikap Jokowi tersebut dinilai sebagai pencitraan semata lantaran dari proses pembahasan hingga pengesahan revisi UU MD3 tidak saja melibatkan DPR tapi juga pemerintah (<https://tirto.id/jokowi-tak-pernah-serius-tolak-uu-md3>).

Dari beberapa contoh artikel berita diatas, pemberitaan negatif yang beredar di masyarakat dapat berpotensi untuk menurunkan citra politik

Jokowi. Banyaknya pemberitaan negatif yang tersebar di media daring sebagai bagian dari media massa dipilih karena memiliki kemampuan untuk menyampaikan berita politik negatif yang dapat dibaca oleh massa dalam jumlah besar secara cepat. Sehingga hal tersebut dapat berpengaruh terhadap citra politik seseorang. Selain itu, berita politik negatif yang tersebar juga akan berpengaruh untuk membentuk opini di masyarakat secara cepat.

Selain itu, media daring juga dipilih oleh peneliti dikarenakan dekat dengan para pemilih pemula. Sifat pemilih pemula yang pada umumnya masih belum dapat menentukan pilihan, atau dalam pemilihan umum termasuk kedalam jenis pemilih *floating mass* atau *swing voters*. *Swing voters* diketahui merupakan jenis tipologi pemilih yang belum secara pasti menentukan pilihan politiknya kepada salah satu kandidat. Sedangkan dalam istilah ilmu politik, mereka ini disebut sebagai kelompok non-partisan atau jenis massa mengambang (*floating mass*) yang biasanya tidak mengidentifikasi dirinya dengan parpol manapun, tidak berafiliasi dengan kekuatan politik apapun, sehingga keberadaan jenis ini hanya bisa diukur pada waktu pencoblosan nanti di bilik suara.

Pemilih mengambang membutuhkan setidaknya informasi yang menyentuh hati, pikiran dan nalurinya. Hingga demikian sangat rentan sekali mendapat informasi yang salah mengenai seorang kontestan/partai politik. Biasanya ini terjadi pada pemilih yang baru menggunakan hak pilihnya seperti pemilih pemula. Perilaku pemilih pemula memiliki karakteristik yang biasanya masih labil dan apatis, pengetahuan politiknya kurang, cenderung mengikuti kelompok sepermainan dan mereka baru belajar politik khususnya dalam pemilihan umum. Pemilih pemula memiliki antusiasme yang tinggi sementara keputusan pilihan yang belum bulat, sebenarnya menempatkan pemilih pemula sebagai *swing voters* yang sesungguhnya. Pilihan politik mereka belum dipengaruhi motivasi ideologis tertentu dan lebih didorong oleh konteks dinamika lingkungan politik lokal.

Penelitian mengenai pengaruh media lebih banyak dipengaruhi oleh sosiolog dan psikologi sosial. Penelitian oleh Lazarsfeld dan rekan-

rekannya (dari Columbia University) di Erie County berkesimpulan bahwa pengaruh media terhadap khalayak, terutama berkenaan dengan sikap-sikap dan keputusan memilih, ternyata bersifat tidak langsung dan sangat terbatas. Semula Lazarsfeld berharap agar penelitiannya menemukan fakta bahwa media massa memiliki pengaruh yang langsung dan kuat dalam mempengaruhi khalayak mengenai bagaimana harus memilih di antara kandidat (Pawito, 2015, hlm. 123).

Harrop dalam Pawito (2015, hlm. 125) mengungkapkan bahwa seberapa kuat pengaruh media terhadap khalayak tergantung pada beberapa hal: (a) kondisi pemilih, (b) karakter masyarakat, (c) pesan-pesan yang disampaikan, (d) jenis pengaruh yang dimaksudkan.

Media massa memiliki pengaruh-pengaruh tertentu terhadap para pemilih. Studi mengenai pengaruh media terhadap khalayak dalam konteks politik sudah banyak dilakukan. Harrop dalam Pawito (2015, hlm. 45-62) mengamati sebenarnya pengaruh media massa sangat ditentukan oleh beberapa hal, yakni (a) karakter pemilih secara individual, (b) karakter masyarakat dalam cakupan yang lebih luas, (c) karakter pesan, dan (d) karakter atau jenis pengaruh. Harrop memberikan penegasan bahwa pengaruh media terhadap pemilih lebih menonjol pada pemilih yang memang tergolong jarang melakukan komunikasi dengan orang lain mengenai persoalan politik.

Dalam konteks pemilihan di Indonesia, Pawito menemukan fakta bahwa secara umum media massa memang kurang berpengaruh terhadap pembentukan sikap-sikap khalayak pemilih terhadap partai dan kandidat serta terhadap keputusan memilih. Secara khusus, media massa tetap berpengaruh dalam dua hal: sikap-sikap dan keputusan memilih khususnya. Bagi khalayak pemilih golongan menengah perkotaan yang relatif terpelajar, jenis pemilih ini adalah pemilih yang aktif mencari informasi tentang pemilihan melalui media massa dan mencermati penampilan para kandidat, program-program yang ditawarkan, dan posisi kandidat berkenaan dengan berbagai isu atau persoalan penting. Pawito selanjutnya

juga mengungkapkan bahwa berkenaan dengan karakter, pesan-pesan politik dengan karakter yang berbeda cenderung membawa pengaruh yang berbeda pula di kalangan pemilih (Pawito, 2015, hlm. 184).

Berbeda dengan Pawito, June Woong Rhee (1997, hlm. 26-48) pernah melakukan penelitian berkenaan dengan pengaruh pemberitaan media massa dengan frame-frame tertentu semasa kampanye terhadap interpretasi individu mengenai kampanye. Penelitian ini menggunakan metode eksperimen yang dimana mencapai kesimpulan antara lain, pemberitaan dengan frame-frame tertentu dapat mengubah tidak hanya pemahaman pemilih mengenai pesan-pesan, tetapi juga pengetahuan yang digunakan pemilih dalam memberikan interpretasi terhadap berita. Pemberitaan kampanye dengan frame strategi kampanye berpengaruh terhadap interpretasi pemilih mengenai kampanye. Sedangkan pemberitaan yang dibingkai dalam orientasi isu mempengaruhi interpretasi pemilih mengenai kampanye.

Penelitian mengenai pengaruh pemberitaan negatif terhadap citra politik belum banyak dikaji di studi-studi sebelumnya. Kebanyakan studi mengangkat tema kampanye negatif yang berorientasi pada dampak dan efek kampanye negatif pada pemilih. Banyaknya kajian komunikasi politik yang berfokus pada dampak kampanye negatif dikarenakan menyadari strategisnya informasi kampanye negatif. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Patterson (2002) yang meneliti adanya keterkaitan antara kampanye negatif dengan sinisme politik dan menurunnya partisipasi pemilih. Jennifer van Heerde (2005) meneliti bahwa iklan kampanye negatif digunakan untuk membandingkan partai politik dan kandidat terkait dengan posisi kebijakan dan referensi kedepan bagi pemilih terhadap partai politik dan kandidat. King dan McConnell (2002) menemukan adanya efek parabola terhadap para pemilih karena adanya terpaan iklan kampanye negatif. Dari sekian banyak kajian yang dilakukan para peneliti tersebut, belum banyak ditemukan penelitian pengaruh pemberitaan negatif terhadap citra politik.

Di Indonesia, penelitian terkait pengaruh pemberitaan negatif masih sangat jarang dilakukan terlebih lagi yang memiliki dampak terhadap citra politik dihadapan pemilih pemula yang masih belum memiliki pilihan. Penelitian ini juga nantinya akan menggunakan metode penelitian kuasi eksperimental yang masih sangat jarang dilakukan. Metode kuasi eksperimental dirasa sangat cocok untuk menguji dampak pemberitaan negatif terhadap citra politik. Nantinya dalam penelitian ini akan dibagi dua kelompok dengan perlakuan yang berbeda. Pada Kelompok Kontrol, pemilih pemula akan diberikan pre-test dan post-test tanpa ada pemberian berita negatif. Berbeda dengan Kelompok Eksperimen, pemilih pemula di kelompok ini awalnya akan diberikan pre-test, kemudian setelah menyelesaikan pretest, para pemilih pemula akan diberikan perlakuan yaitu berupa berita negatif dalam bentuk cetak sambil dibacakan oleh peneliti sebagai stimulus, kemudian terakhir Kelompok Eksperimen akan diberikan post-test untuk melihat pengaruh yang diberikan oleh pemberitaan negatif terhadap citra dengan komponen proses pembentukan citra yaitu: kognitif, afektif, dan konatif.

Selain itu pada saat penelitian ini dilakukan, Indonesia sedang mengalami tahun politik. Jadi penulis tertarik untuk melakukan penelitian ini karena banyaknya pemberitaan negatif yang dapat mempengaruhi citra politik Joko Widodo yang sedang beredar di masyarakat. Penelitian ini berjudul “PEMBERITAAN NEGATIF DAN CITRA POLITIK JOKO WIDODO (Studi Kuasi Eksperimental Terhadap Pemilih Pemula Siswa SMA Negeri di Kota Bandung)”

1.2 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan pada latar belakang masalah di atas, maka penulis mengajukan rumusan masalah pokok penelitian yaitu: “Apakah ada pengaruh pemberitaan negatif terhadap citra

Zaenoon Rabbani, 2018

PENGARUH PEMBERITAAN NEGATIF DAN CITRA POLITIK JOKO WIDODO (STUDI KUASI EKSPERIMENTAL TERHADAP PEMILIH PEMULA SISWA SMA NEGERI DI KOTA BANDUNG
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

politik?” Agar penelitian ini lebih terarah dan terfokus, maka masalah pokok tersebut penulis jabarkan dalam beberapa sub-sub masalah sebagai berikut:

- 1.2.1 Apakah ada perbedaan citra politik Joko Widodo pada pemilih pemula di kelompok kontrol ketika diberikan pre test dan post test?
- 1.2.2 Apakah ada perbedaan citra politik Joko Widodo pada pemilih pemula di kelompok eksperimen sebelum dan setelah diberikan perlakuan berupa pemberitaan negatif?
- 1.2.3 Apakah ada perbedaan citra politik Joko Widodo pada kelompok kontrol dan kelompok eksperimen setelah diberikan perlakuan berupa pemberitaan negatif?

1.3 TUJUAN PENELITIAN

Adapun penelitian ini bertujuan sebagai berikut:

- 1.3.1 Mengetahui seberapa besar perbedaan pengaruh pemberitaan negatif terhadap citra politik Joko Widodo pada pemilih pemula di kelompok kontrol ketika diberikan pre test dan post test.
- 1.3.2 Mengetahui seberapa besar perbedaan pengaruh pemberitaan negatif terhadap citra politik Joko Widodo pada pemilih pemula di kelompok eksperimen ketika sebelum dan setelah diberikan perlakuan berupa pemberitaan negatif.
- 1.3.3 Apakah ada perbedaan citra politik pada kelompok kontrol dan kelompok eksperimen setelah diberikan perlakuan berupa pemberitaan negatif.

1.4 MANFAAT PENELITIAN

Memberikan penjelasan dan pemahaman tentang pengaruh pemberitaan negatif terhadap citra politik dihadapan pemilih pemula yang sudah memiliki pilihan dan pemilih pemula yang pilihannya masih mengambang.

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran, manfaat dan masukan bagi ilmu komunikasi terutama dalam aspek pemberitaan politik khususnya yang berkaitan dengan dampak dari pemberitaan negatif. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi bahan perbandingan antara teori yang penulis peroleh dari literatur maupun perkuliahan dengan aplikasinya pada lembaga tempat penulis melakukan penelitian.

1.4.2 Manfaat Praktis

Diharapkan menambah referensi penelitian yang dilakukan tentang pengaruh pemberitaan negatif terhadap citra politik. Mengingat penelitian terkait pengaruh pemberitaan negatif masih sangat jarang dilakukan di Indonesia.

1.4.3 Manfaat Kebijakan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi penelitian yang dilakukan tentang dampak pemberitaan negatif terhadap citra politik dihadapan pemilih pemula dengan menggunakan metode kuasi ekperimental. Kemudian penelitian mengenai pengaruh pemberitaan negatif ini dapat mejadi tolak ukur bagi para politisi untuk mencegah terjadinya pemberitaan negatif agar tidak menurunkan citra politik.

1.4.4 Manfaat Isu Serta Aksi Sosial

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi para pemilih pemula mengenai pemberitaan politik yang beredar ditengah masyarakat serta bagaimana pengaruh dari pemberitaan negatif yang beredar tersebut.

Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan dampak positif bagi para pemilih pemula yang awam terhadap pemberitaan negatif di media saat ini.

1.5 BATASAN PENELITIAN

Agar penelitian lebih terfokus dan tidak melewati dari pembahasan yang dimaksud, dalam penelitian ini penulis membatasi ruang lingkup penelitian. Menyadari adanya keterbatasan waktu dan kemampuan, maka penulis memandang perlu memberi batasan masalah secara lebih jelas sebagai berikut:

1.5.1 Penelitian ini hanya sebatas penelitian kuasi eksperimental yang menguji pengaruh pemberitaan negatif terhadap citra politik dihadapan pemilih pemula.

1.5.2 Penulis ingin melihat seberapa besar pengaruh pemberitaan negatif terhadap citra politik calon presiden 2019 Joko Widodo dihadapan pemilih yang sedang dalam masa mengambang (pemilih pemula).

1.6 SISTEMATIKA SKRIPSI

1.6.1 BAB I, Bab ini berisikan uraian tentang pendahuluan, pada bab ini terdiri dari enam sub bab antara lain: latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan penelitian, dan struktur organisasi skripsi.

1.6.2 BAB II, Bab ini merupakan bagian dari landasan teoritis yang terdiri dari sub bab antara lain: Konsep Pengaruh Pemberitaan Media Massa, Konsep Citra, serta Konsep Pengaruh Media Massa Pada Pembentukan Citra Politik.

1.6.3 BAB III, Bab ini merupakan bagian dari metode penelitian, terdiri atas sembilan sub bab antara lain: desain penelitian, partisipan, populasi dan sampel, instrumen penelitian, operasionalisasi konsep, kategorisasi, prosedur penelitian data, kategorisasi, dan analisis data.

1.6.4 BAB IV, Bab ini merupakan hasil dan pembahasan yang memuat dua hal utama, yakni hasil dari penelitian kuasi eksperimental dan

hasil analisis seberapa besar pemberitaan negatif terhadap citra tersebut.

- 1.6.5** BAB V, Bab ini adalah penutup yang merupakan bab akhir dalam penelitian. Bab ini berisi simpulan, implikasi, dan rekomendasi, yang menyajikan penafsiran dan pemaknaan peneliti terhadap hasil analisis temuan penelitian sekaligus mengajukan hal-hal penting yang dapat dimanfaatkan dari hasil penelitian tersebut. Ada dua cara penulisan simpulan, yakni dengan cara butir demi butir atau dengan cara uraian padat.