



**Pengaruh Terpaan Kampanye Cagub-Cawagub,
Intensitas Komunikasi Politik di dalam Keluarga, dan Kelompok Referensi
terhadap Partisipasi Politik Pemilih Pemula pada Pilgub Jateng 2013**

Penyusun

Nama : Awang Asmoro

NIM : D2C009015

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG**

2013

ABSTRACT

On May 26th, 2013, people of Central Java implemented the Gubernatorial Election. Various campaigns conducted to gain public sympathy. However, the number of abstentions was very high, reaching 44 percent. On the other hand, youth voters have a significant impact to the success of the elections, or the victory of candidate, based on the relatively large amount. Adolescents at 17-18 years old, which when the Central Java Gubernatorial Election 2013, they vote for the first time, most of them live with a family and at that age are also often involved in some reference groups.

This study used quantitative research methods and the type is explanatory research, which examines the relationship between variables through hypothesis testing. The population used in this study were high school students, Madrasah Aliyah, and vocational high schools in Semarang city, with multistage random sampling technique. This study used logistic regression as statistical test. This test is used when the dependent variabel have dichotomous scale.

The results showed that exposure to the candidates' campaigns has no effect on youth voters political participation, while political communication intencity in the family and political communication intencity in the reference group both has influence on youth voters political participation. Opened campaign or through the media can't reach youth voters effectively. On the other side, youth voters need some party (but not political party) to mobilize their political participation. So, this study suggested that the target of the campaign are families or groups who have access to the youth voters. Family and reference group had a significant influence on the political socialization process to the youth voters, so that will be more effective when the politic or campaign informations delivered through the socialization agents.

Keywords : campaign, family, reference group, youth voters

ABSTRAKSI

Pada tanggal 26 Mei 2013, masyarakat Jawa Tengah melaksanakan pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur secara langsung. Namun, angka golput ternyata sangat tinggi, yaitu mencapai angka 44 persen. Di sisi lain, pemilih pemula memiliki pengaruh yang cukup signifikan bagi kesuksesan pemilihan umum, ataupun bagi kemenangan salah satu kandidat, mengingat jumlah yang relatif besar. Remaja pada usia 17-18 tahun, di mana pada saat Pilgub Jateng 2013 menjadi pemilih untuk pertama kalinya, sebagian besar tinggal dengan keluarga dan pada usia tersebut juga sering terlibat dalam suatu kelompok referensi.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan tipe penelitian eksplanatori, yaitu mengkaji hubungan antar variabel melalui pengujian hipotesis. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah siswa SMA, MA, dan SMK di Kota Semarang, dengan teknik *multistage random sampling*. Uji statistik yang digunakan adalah uji regresi logistik. Uji ini digunakan ketika variabel tetap berskala dikotomi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terpaan kampanye Cagub-Cawagub tidak mempunyai pengaruh terhadap partisipasi politik pemilih pemula, sedangkan intensitas komunikasi politik di dalam keluarga dan intensitas komunikasi politik di dalam kelompok referensi memiliki pengaruh terhadap partisipasi politik pemilih pemula. Kampanye terbuka atau melalui media tidak dapat menjangkau pemilih pemula dengan efektif. Di sisi lain, pemilih pemula membutuhkan pihak-pihak untuk memobilisasi partisipasi politik mereka. Untuk itu, disarankan agar kampanye dilakukan untuk menysasar keluarga atau kelompok-kelompok yang memiliki akses kepada pemilih pemula. Keluarga dan kelompok referensi memiliki pengaruh yang signifikan dalam proses sosialisasi politik kepada pemilih pemula sehingga akan lebih efektif ketika informasi politik atau informasi kampanye disampaikan melalui agen-agen sosialisasi tersebut.

Kata kunci: kampanye, keluarga, kelompok, pemilih pemula

PENDAHULUAN

Komunikasi merupakan aspek penting dalam kehidupan manusia. Pertukaran pesan dilakukan di antara manusia melalui komunikasi. Fungsi komunikasi untuk mempersuasi banyak dijumpai dalam dunia politik. Komunikasi berperan sebagai penghubung antara pemerintah dengan rakyat. Di Indonesia, dengan sistem pemerintahan yang republik, di mana republik dengan Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan Perwakilan Daerah dan Presiden yang dipilih langsung oleh rakyat, maka komunikasi digunakan sebagai alat untuk mempersuasi masyarakat agar memberi dukungan kepada suatu pihak atau golongan. Salah satu bentuk nyata dukungan masyarakat terhadap suatu pihak atau golongan adalah melalui pemilihan umum (pemilu). Dalam pemilu, para kandidat berlomba-lomba memperoleh suara rakyat untuk bisa menduduki jabatan tertentu dalam pemerintahan. Komunikasi dalam kegiatan ini berperan penting untuk mempersuasi masyarakat. Salah satu strategi komunikasi untuk mempersuasi masyarakat adalah kampanye. Upaya perubahan yang dilakukan kampanye selalu berkaitan dengan aspek kognitif, afektif, dan behavior. Namun, di tengah maraknya kampanye politik yang dilakukan partai politik dalam pemilu di tahun 1999, 2004, dan 2009, didapat data bahwa partisipasi politik masyarakat Indonesia dalam pemilu justru mengalami penurunan. Tidak hanya dalam Pemilu, rendahnya partisipasi politik masyarakat dalam Pilgub juga terasa. Data hasil Pilgub di beberapa daerah juga menunjukkan bahwa tingkat Golput masyarakat sangat tinggi, yaitu Jawa Tengah dengan tingkat Golput paling tinggi dari provinsi lain dengan 45,25 persen (<http://ugm.ac.id/index.php?page=rilis&artikel=1432>).

Keluarga sebagai lingkungan terdekat bagi seseorang memiliki peran yang cukup penting bagi perkembangan seseorang. Dalam dunia politik, keluarga, terutama orang tua memiliki peranan untuk mengedukasi anaknya tentang politik. Tidak hanya melalui keluarga, pemilih pemula yang masih berusia remaja cenderung terlibat dengan kelompok referensi dalam pergaulannya. Kelompok referensi dalam bentuk kelompok teman sebaya, kelompok diskusi, dan komunitas memiliki peran penting juga dalam kesuksesan pemilihan umum. Sosialisasi tentang politik juga dapat terjadi dalam kelompok referensi, di mana dengan keberadaan kelompok referensi, informasi, dalam hal ini informasi politik yang diperoleh masing-masing anggota dapat dibagikan kepada anggota lain, sehingga menambah pengetahuan bagi anggota, sehingga anggota dapat menentukan sikapnya terhadap politik.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh terpaan kampanye Cagub-Cawagub Jateng 2013, intensitas komunikasi politik di dalam keluarga, dan intensitas komunikasi politik di dalam kelompok referensi terhadap partisipasi politik pemilih pemula dalam Pilgub Jateng 2013.

Tipe penelitian ini adalah eksplanatori. Tipe penelitian ini digunakan untuk menjelaskan hubungan (korelasi) antar variabel melalui pengujian hipotesis. Populasi dalam penelitian ini adalah siswa SMA, MA, dan SMK di Kota Semarang. Data diambil dari Profil Pendidikan Kota Semarang Tahun 2012 dengan mengambil data kelompok usia 16-18 tahun. Pada tahun 2013, usia terkecil dalam kelompok usia tersebut akan memenuhi syarat usia sebagai pemilih dalam pemilihan umum, maka anggota kelompok usia tersebut pada Pemilihan Gubernur Jawa Tengah 2013 dianggap sebagai pemilih pemula. Jumlah anggota populasi ini adalah 50.419 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah multistage random sampling.

Kerangka Teori

Beberapa studi menunjukkan bagaimana agenda kampanye mempengaruhi isu yang menonjol di kalangan pemilih (Iyengar & Simon; Togeby, dalam Hansen, 2008: 8). Kampanye sebagai sarana komunikasi persuasi kandidat digunakan untuk mengarahkan isu yang menonjol

di kalangan pemilih sesuai dengan keinginannya. Misalnya, De Vreese (dalam Hansen, 2008: 9) menunjukkan bagaimana isu dari kampanye jajak pendapat menyebabkan pemilih mengevaluasi kinerja politisi terhadap isu kampanye. Johnston dkk. (dalam Hansen, 2008: 9) menunjukkan bagaimana isu perdagangan bebas meningkatkan isu yang menonjol selama kampanye dan bagaimana pemilih mengevaluasi kandidat berdasar pengaruh yang kuat terhadap perdagangan bebas pada pilihan mereka. Freedman dkk (dalam Hansen, 2008: 7) menemukan bahwa terpaan kampanye meningkatkan ketertarikan politik, kesadaran, pengetahuan, dan kecenderungan untuk memilih.

Para peneliti secara tradisional berkonsentrasi pada keluarga sebagai agen sosialisasi utama, menemukan bahwa diskusi politik di dalam rumah, partisipasi orang tua dalam pemilihan, dan sumber daya politik secara signifikan berdampak pada partisipasi politik remaja (Verba dkk; Brady dkk, dalam Pacheco, 2008: 415). Menurut beberapa ilmuwan, anak muda hanya memilih seperti pilihan orang tua mereka (Rundio; dalam Armstrong, dkk, 2008: 1). Misalnya, jika orang tua mereka Partai Republik, mereka cenderung memilih Partai Republik juga. Studi telah menunjukkan bahwa arah politik dikalahkan oleh paksaan orang tua yang lebih banyak pada tahun-tahun awal seseorang bergabung dalam pemilihan umum dan perlahan-lahan berkurang, selalu tersisa sedikit pengaruh (Jennings; dalam Gross, 2007: 6).

Kelompok referensi adalah seseorang atau sekelompok orang yang mempengaruhi perilaku individu secara signifikan (Bearden dan Etzel, 2001: 184). Dalam studi merek pilihan konsumen, Witt (dalam Bearden dan Etzel, 2001: 183-184) menegaskan studi *nonmarketing* pada awalnya mengindikasikan bahwa kohesivitas kelompok mempengaruhi perilaku. Baron dan Byrne (dalam Rakhmat, 2009: 149) berpendapat bahwa pengaruh sosial terjadi ketika perilaku, perasaan, atau sikap kita diubah oleh apa yang orang lain katakan atau lakukan.

Hipotesis

1. Terpaan kampanye Cagub-Cawagub Jateng 2013 (X1) secara signifikan berpengaruh terhadap partisipasi politik pemilih pemula (Y).
2. Intensitas komunikasi politik di dalam keluarga (X2) secara signifikan berpengaruh terhadap partisipasi politik pemilih pemula (Y).
3. Intensitas komunikasi politik di dalam kelompok referensi (X3) secara signifikan berpengaruh terhadap partisipasi politik pemilih pemula (Y).

PEMBAHASAN

Regresi logistik merupakan pendekatan untuk memprediksi, seperti regresi *Ordinary Least Square* (OLS). Namun, dengan regresi logistik, peneliti memprediksi hasil yang dikotomi, dalam penelitian ini adalah partisipasi politik pemilih pemula, dengan nilai 1 untuk kategori berpartisipasi dan nilai 0 untuk kategori tidak berpartisipasi. Situasi ini menimbulkan masalah bagi asumsi OLS yang mengharuskan varians error (nilai residual) terdistribusi normal.

Uji parsial dilakukan untuk mengetahui apakah variabel bebas secara individu mempengaruhi variabel terikat.

Tabel
Partial Test

	B	Sig.	Exp(B)
x1	-.085	.633	.918
x2	1.085	.000	2.959
x3	1.239	.000	3.454
Constant	-6.209	.000	.002

Ho : $\beta = 0$ (Variabel x tidak signifikan mempengaruhi variabel dependen)

Ha : $\beta \neq 0$ (Variabel x signifikan mempengaruhi variabel dependen)

Kriteria pengujian:

- Jika nilai signifikansi < 0,05, maka Ho ditolak, Ha diterima.
- Jika nilai signifikansi > 0,05, maka Ho diterima, Ha ditolak.

Hasil pengujian :

Nilai signifikansi X1 = 0,633, berarti > 0,05

Nilai signifikansi X2 = 0,000, berarti < 0,05

Nilai signifikansi X3 = 0,000, berarti < 0,05

Karena ada satu variabel yang tidak signifikan, maka dilakukan penghitungan ulang dengan membuang variabel yang tidak signifikan. Hasilnya sebagai berikut:

Tabel
Partial Test

	B	Sig.	Exp(B)
x2	1.078	.000	2.938
x3	1.226	.000	3.409
Constant	-6.526	.000	.001

Interpretasi Odds Ratio

Koefisien regresi pada regresi logistik sulit diinterpretasikan karena regresi logistik berbicara mengenai probabilitas. Maka digunakan angka odds ratio, di mana nilai odds ratio ditunjukkan pada kolom Exp(B).

1. $Exp(B1) = 2,938$

Artinya, semakin tinggi intensitas komunikasi politik di dalam keluarga yang dilakukan pemilih pemula, maka kecenderungannya untuk ikut berpartisipasi politik meningkat.

Atau,

Kecenderungan pemilih pemula yang mengalami intensitas komunikasi politik di dalam keluarga yang tinggi untuk berpartisipasi politik dalam Pilgub Jateng 2013 meningkat 2,938 kali lipat lebih tinggi dibanding pemilih pemula yang memiliki intensitas komunikasi politik di dalam keluarga yang lebih rendah.

2. $Exp(B2) = 3,409$

Artinya, semakin tinggi intensitas komunikasi politik di dalam kelompok referensi yang dilakukan pemilih pemula, maka kecenderungannya untuk ikut berpartisipasi politik meningkat.

Atau,

Kecenderungan pemilih pemula yang mengalami intensitas komunikasi politik di dalam kelompok referensi yang tinggi untuk berpartisipasi politik dalam Pilgub Jateng 2013 meningkat 3,409 kali lipat lebih tinggi dibanding pemilih pemula yang memiliki intensitas komunikasi politik di dalam keluarga yang lebih rendah.

Pengaruh Terpaan Kampanye Cagub-Cawagub Jateng 2013, Intensitas Komunikasi Politik di dalam Keluarga, dan Kelompok Referensi terhadap Partisipasi Politik Pemilih Pemula dalam Pilgub Jateng 2013

Berdasarkan hasil analisis statistik, diketahui bahwa dari tiga variabel bebas yaitu terpaan kampanye Cagub-Cawagub Jateng 2013, intensitas komunikasi politik di dalam keluarga, dan intensitas komunikasi politik di dalam kelompok referensi, variabel terpaan kampanye Cagub-Cawagub Jateng 2013 tidak berpengaruh terhadap partisipasi politik pemilih pemula. Dari hasil perhitungan, tidak terdapat cukup bukti untuk menerima hipotesis yang menyatakan bahwa terpaan kampanye Cagub-Cawagub Jateng 2013 berpengaruh positif terhadap partisipasi politik pemilih pemula.

Zaller (dalam Evans, 2004: 201) berpendapat bahwa dari sudut pandang statistika, meskipun kita tahu dari perspektif dunia nyata bahwa terpaan kampanye memiliki efek pada bagaimana orang-orang memilih (pemilu), belum ada yang formalisasi nyata dari efek kampanye karena survey dengan ribuan responden pun tidak cukup besar untuk mendeteksi efeknya. Selaras dengan hasil penelitian ini, bahwa terpaan kampanye yang diterima oleh kelompok pemilih pemula ternyata tidak memiliki pengaruh terhadap partisipasi politik pada pemilihan umum. Efek kampanye pada Pilgub Jateng 2013 tidak terlihat pada kelompok pemilih pemula, karena tidak mendapat cukup bukti yang mendukung hipotesis yang diajukan. Lebih lanjut, Newton (dalam Farrell dan Beck, 2004: 184) berpendapat, pemilih membentuk preferensi mereka atas dasar informasi selain yang disediakan dalam kampanye, dan terhadap informasi ini, pesan bias yang dipikirkan oleh spesialis pemasaran tidak bisa menang. Artinya adalah bahwa pemilih, memutuskan pilihan mereka pada pemilihan umum bukan berdasar informasi yang diberikan dalam kampanye. Sedangkan pesan-pesan yang telah disusun oleh tim sukses kampanye, tidak dapat menang melawan informasi yang diperoleh di luar kampanye. Dalam penelitian ini, sumber informasi lain diperoleh melalui diskusi politik dalam keluarga dan kelompok referensi, di mana keduanya memberikan pengaruh yang signifikan terhadap partisipasi politik kelompok pemilih pemula. Semakin intensif diskusi yang dilakukan, baik di dalam keluarga maupun kelompok referensi, maka akan semakin tertanam dalam benak pemilih pemula, yang kemudian mempengaruhi pandangan politiknya, sehingga partisipasi politiknya sebagai pengamat terbentuk berdasarkan pandangan keluarga maupun kelompok referensi.

Berdasarkan seminar "Voting" (1954), oleh Bernard Berelson, Paul F. Lazarsfeld, dan William N. McPhee, dan "The American Voter" (1960), oleh Angus Campbell, Philip E. Converse, Warren E. Miller, dan Donald E. Stokes, pada penelitian terbaru, banyak ahli berpendapat bahwa keputusan pemilihan bergantung pada identifikasi partisan dan sosiologi yang sudah ada sebelum kampanye dimulai dan kampanye hanya mengaktifkan preferensi yang tersembunyi ini (dalam Mayer, 2008: 59). Jadi, dalam sebuah keputusan partisipasi pemilih, kampanye tidak memiliki pengaruh yang berarti, namun keputusan lebih dipengaruhi oleh misalnya faktor lingkungan dan pandangan pribadi terhadap kandidat, di mana hal ini sudah mulai berkembang di dalam benak kalangan pemilih sebelum dilakukannya kampanye. Kegiatan kampanye diperlukan untuk hanya mengaktifkan ingatan tentang pandangan pribadi dan lingkungan yang mempengaruhinya saat sebelum dilakukannya pemungutan suara. Kampanye dalam hal ini tidak lebih sebagai pengingat saja tentang kegiatan pemilihan umum, hal ini menggambarkan tidak adanya pengaruh yang diberikan kepada keputusan pemilih.

Kelompok yang menolak perlunya kampanye politik, berpendapat bahwa hasil pemilu ditentukan oleh kinerja pemerintah dan bahwa kampanye hanya berarti sedikit dalam menentukan hasil pemilu. Mengikuti tradisi klasik dari V.O. Key (dalam Maisel dkk, 2007: 3),

peneliti tersebut menekankan model *reward* atau hukuman berdasarkan indikator pemerintahan yang sebenarnya, seperti perekonomian atau perang dan damai. Jika perekonomian berjalan dengan baik dan masyarakat puas dengan kinerja keseluruhan pemerintahan saat ini, mereka harus memilih anggota partai tersebut, dan jika mereka tidak puas, mereka harus menghukum partai tersebut dengan menolak memilih partai tersebut. Model demokrasi ini, menurut Popkin (dalam Maisel dkk, 2007: 3) hanya membutuhkan informasi dan pilihan yang minim sebagai bagian dari pemilihan umum. Pemilih tidak diharuskan mengikuti debat dengan sangat hati-hati atau mencari detail dari program kerja kandidat. Sebaliknya, mereka hanya harus mampu menilai yang telah dilakukan pemerintah saat ini. Sesuai dengan konsep tersebut, analisis berbasis kinerja cenderung berpikir bahwa kualitas kampanye, janji-janji kandidat, dan liputan media massa tidak berarti dalam menentukan hasil pemilihan umum. Permasalahan yang menonjol (seperti tingkat pengangguran, inflasi, dan lain-lain) adalah yang menggerakkan pemilih (Beck dan Nadeau, dalam Maisel dkk, 2007: 3). Kegiatan kampanye, ditujukan untuk meraih simpati masyarakat agar memilih suatu partai atau kandidat dalam pemilihan umum, namun, berdasarkan uraian di atas, kampanye politik tidak berpengaruh terhadap keputusan pemilih dikarenakan pemilih mengambil keputusan berdasarkan kinerja kandidat. Kegiatan kampanye yang lebih berfokus pada penyampaian program kerja atau hiburan-hiburan tidak memiliki dampak signifikan terhadap keputusan pemilih. Pemilih pemula, yang sebagian besar pelajar, memiliki cenderung memiliki sedikit waktu untuk mengakses informasi mengenai kinerja kandidat. Namun dengan adanya keluarga dan kelompok referensi, di mana di antaranya memiliki pengetahuan dan penilaian terhadap kandidat, maka dalam diskusi yang melibatkan pemilih pemula, pemilih pemula akan dapat menilai kinerja kandidat berdasarkan informasi yang diperoleh dari keluarga ataupun kelompok referensi. Semakin banyak pemilih pemula memperoleh informasi, maka pemilih pemula akan lebih obyektif dalam menentukan pilihan.

Chaffe dkk (dalam Nimmo 2006: 112-113) berpendapat anak dari keluarga yang mendorong pengungkapan diri dan penyingkapan gagasan politik yang bertentangan; sementara mengecilkan hubungan sosial yang berupa penghormatan dan yang konformis, cenderung lebih berpengetahuan tentang politik, lebih besar kemungkinannya terlibat dalam politik, lebih percaya kepada politik, lebih realistis dalam mengagumi pemimpin politik, dan lebih menaruh minat terhadap politik dibandingkan dengan anak dari keluarga tipe yang lain. Dalam diskusi keluarga, semakin intensif komunikasi yang dilakukan dalam rangka membahas masalah politik dan melibatkan pemilih pemula, maka pemilih pemula yang cenderung aktif dalam diskusi, misalnya dengan mengutarakan pandangan politiknya, akan cenderung berpartisipasi dalam politik.

Hirsch (dalam Nimmo, 2006: 113) menyebutkan bahwa kelompok sebaya memiliki pengaruh yang memperkuat dan mendukung pandangan politik anak sehingga politik benar-benar menjadi masalah pembahasan yang relevan. Nimmo (2006: 113) berpendapat bahwa kelompok sebaya juga mempengaruhi belajar politik sehingga mereka memberikan bimbingan melalui keanggotaan dalam asosiasi sukarela, perhimpunan kewarganegaraan, atau dengan rekan kerja di perusahaan, serikat, buruh, atau tempat kerja yang lain. Karena orang biasanya masuk dalam pandangan sendiri, maka kemungkinan asosiasi seperti itu mengubah opini politik menjadi berkurang. Meskipun tidak selalu demikian, kecenderungan yang umum ialah bahwa orang menyesuaikan kepercayaan, nilai, dan pengharapan politiknya dengan kawan sebaya untuk memelihara persahabatan yang ditunjukkan dengan menjadi kawan sebaya.

Menurut Huntington dan Nelson (dalam Arifin, 2011: 213), sifat partisipasi politik yang terlihat berdasarkan hasil penelitian cenderung kepada partisipasi politik yang dimobilisasi atau digerakan oleh pihak lain (*mobilized participation*). Namun, berbeda dengan pendapat

Huntington dan Nelson, penggerak partisipasi politik kelompok pemilih pemula bukan oleh partai politik, kandidat, tim sukses, atau pejabat pemerintah, karena terpaan kampanye tidak mempengaruhi partisipasi politik kelompok ini. Penggerak yang berpengaruh terhadap kelompok pemilih pemula adalah keluarga dan kelompok referensi. Keluarga dan kelompok referensi termasuk dalam lingkungan terdekat bagi kelompok pemilih pemula. Ini artinya bahwa keputusan kelompok pemilih pemula dalam pemilihan umum dipengaruhi oleh lingkungan yang ada di dekatnya. Dengan intensitas komunikasi yang tinggi di dalam keluarga maupun kelompok, pemilih pemula mendapat pengetahuan politik yang mana pengetahuan tersebut berdasar pada perspektif masing-masing keluarga atau kelompok, artinya pengetahuan yang diberikan bersifat subjektif. Berdasarkan hal tersebut, menurut Dan Nimmo (dalam Arifin 2011: 223-224) kelompok pemilih pemula ini cenderung masuk dalam tipe pemilih rasional. Kelompok pemilih pemula yang berpartisipasi cenderung melakukan diskusi mendalam tentang politik baik dengan keluarga maupun kelompok referensi. Pemberi suara rasional berminat secara aktif terhadap politik, rasa ingin tahu yang dimiliki kelompok pemilih pemula menjadikan diskusi dengan lingkungan terdekat sebagai sarana mendapatkan informasi, dalam hal ini adalah informasi politik. Melalui diskusi, pemilih pemula dapat memperoleh cukup informasi untuk menentukan alternatif yang dihadapkan padanya, alternatif pemimpin Jawa Tengah periode 2013-2018. Motif partisipasi yang terlihat dalam penelitian ini, menurut Dan Nimmo (2006: 129-130) yaitu sengaja, diarahkan dari dalam, dan diarahkan dari luar. Motif sengaja, artinya bahwa pemilih pemula secara sengaja terlibat dalam diskusi politik yang kemudian akan meningkatkan pengetahuan politiknya dan dapat mempengaruhi pandangan politiknya. Motif diarahkan dari dalam, artinya bahwa orientasi atau kecenderungan partisipasi politiknya diperoleh melalui bimbingan orang tuanya. Pemilih pemula dengan intensitas komunikasi politik yang tinggi di dalam keluarga cenderung terpengaruh untuk berpartisipasi dalam pemilihan umum. Yang ketiga, motif diarahkan dari luar, artinya bahwa kecenderungan partisipasi pemilih pemula, selain dipengaruhi oleh keluarga, juga dipengaruhi lingkungan yang lebih luas, dalam hal ini adalah kelompok referensi. Diskusi politik yang terjadi dalam kelompok yang melibatkan pemilih pemula, cenderung mempengaruhi partisipasi pemilih pemula dalam pemilihan umum.

Partisipasi pemilih pemula dalam Pilgub Jateng 2013 ini termasuk rendah, di mana sebanyak 59% menyatakan tidak berpartisipasi dalam pemilihan umum. Ini menunjukkan bahwa motif yang ada dalam diri pemilih pemula kurang dibangun. Jika intensitas komunikasi politik di dalam keluarga dan kelompok referensi berpengaruh secara signifikan terhadap kecenderungan partisipasi dalam pemilihan umum, maka ketika intensitas komunikasi politik di dalam keluarga dan kelompok referensi rendah, pemilih pemula cenderung tidak berpartisipasi. Ini berarti motif diarahkan dari dalam dan luar, kurang berkembang dalam diri pemilih pemula. Keluarga dan kelompok referensi kurang bisa memaksimalkan perannya sebagai agen sosialisasi politik kepada pemilih pemula. Sedangkan pemilih pemula, juga kurang termotivasi untuk secara aktif mencari informasi politik sehingga kecenderungan partisipasinya rendah.

PENUTUP

Berdasarkan hasil analisis data menggunakan regresi logistik, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Tidak terdapat pengaruh terpaan kampanye Cagub-Cawagub terhadap partisipasi politik pemilih pemula. Beberapa jawaban atas temuan ini yaitu antara lain, kegiatan kampanye yang ditujukan kepada kelompok pemilih pemula sedikit, hal ini menyebabkan terpaan yang diperoleh cenderung rendah, sehingga pengetahuan yang dimiliki pemilih pemula tentang

kandidat juga minim. Kegiatan kampanye yang umum dilakukan seperti kampanye terbuka dan melalui media massa maupun media luar ruang tidak dapat menjangkau kalangan remaja.

2. Terdapat pengaruh yang signifikan dari intensitas komunikasi politik di dalam keluarga terhadap partisipasi politik pemilih pemula.
3. Terdapat pengaruh yang signifikan dari intensitas komunikasi politik di dalam kelompok referensi terhadap partisipasi politik pemilih pemula.
4. Partisipasi politik pemilih pemula cenderung rendah dan hal itu lebih dipengaruhi pada intensitas komunikasi politik di dalam keluarga dan kelompok referensi yang cenderung rendah juga.

Berdasarkan kesimpulan di atas, peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Para calon yang tampil dalam pemilihan umum, agar melakukan kampanye dengan cara lain untuk menysasar pemilih pemula, hal ini karena dengan kegiatan kampanye yang telah dilakukan seperti kampanye terbuka, melalui media massa maupun media luar ruang, tidak dapat mempengaruhi partisipasi mereka. Untuk itu, disarankan agar melakukan kampanye melalui agen sosialisasi bagi pemilih pemula atau remaja, yaitu keluarga dan kelompok referensi, hal tersebut bisa menjadi alternatif yang efektif untuk menjangkau pemilih pemula atau remaja.
2. Komisi Pemilihan Umum (KPU) sebagai pihak penyelenggara pemilihan umum bersama pemerintah, agar memberikan sosialisasi kepada masyarakat mengenai pentingnya pendidikan politik bagi anak muda.
3. Keberadaan keluarga dan kelompok referensi, sebagai lingkungan terdekat dan sebagai agen sosialisasi bagi pemilih pemula, berpengaruh terhadap partisipasi politik pemilih pemula. Maka, keluarga dan kelompok referensi sebaiknya lebih aktif mengajak anak berkomunikasi dan berdiskusi tentang politik, sehingga terjadi keterbukaan antar anggota keluarga dan pemilih pemula dapat meningkatkan pengetahuan politik.
4. Keberadaan pemilih pemula sebagai bagian baru dalam dunia politik memiliki peran penting untuk ikut membangun bangsa, maka pemilih pemula sebaiknya lebih aktif dan tertarik pada dunia politik. Pemilih pemula sebaiknya terbuka terhadap informasi politik yang diterima baik melalui media massa maupun dari orang lain. Hal ini sangat berguna untuk mengembangkan pengetahuan politik para pemilih pemula.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Anwar. 2011. *Komunikasi Politik: Filsafat-Paradigma-Teori-Tujuan-Strategi dan Komunikasi Politik Indonesia*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Armstrong, Abigail dkk. 2008. *Examining Trends in Youth Voting: The Effect of Turnout, Competition, and Candidate Attributes on 18-24 Voters from 1974-2004*. University of Evansville.
- Bearden, William O. dan Michael J. Etzel. 1982. *Reference Group Influence on Product and Brand Purchase Decisions*. Journal of Consumer Research: Volume 9.
- Evans, Jocelyn A.J. 2004. *Voter & Voting: an Introduction*. London: Sage Publications.
- Farrell, David M. dan Rudiger Schmitt-Beck. 2004. *Do Political Campaigns Matter? Campaign Effects in Elections and Referendums*. New York: Routledge.
- Gross, John. 2007. *The Influence of Parents in the Voting Behavior of Young People: A Look at the National Civic and Political Engagement of Young People Survey and the 2008 Presidential Election*. Public Opinion and Survey Research.
- Hansen, Kasper M. 2008. *The Effect of Political Campaigns: Overview of the Research Online Panel of Electoral Campaigning (OPEC)*. University of Copenhagen.
- Maisel, L. Sandy, Darrell M. West, dan Brett M. Clifton. 2007. *Evaluating Campaign Quality: Can the Electoral Process be Improved*. New York: Cambridge University Press.
- Mayer, William G. 2008. *The Swing Voter in American Politics*. Washington: The Brookings Institution.
- Nimmo, Dan. 2006. *Komunikasi Politik: Khalayak dan Efek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Pacheco, Julianna Sandell. 2008. *Political Socialization in Context: The Effect of Political Competition on Youth Voter Turnout*. USA: Springer Science+Business Media.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2009. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
<http://ugm.ac.id/index.php?page=rilis&artikel=1432>