



**Hubungan Terpaan Informasi Politik Partai NasDem di Televisi  
dan Komunikasi di dalam Kelompok Referensi Terhadap  
Preferensi Memilih Partai NasDem**

**Skripsi**

**Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan**

**Pendidikan Strata 1**

**Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

**Universitas Diponegoro**

**Penyusun**

**Nama : Zulfikar Mufti**

**NIM : D2C607054**

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

**2013**

## **PENDAHULUAN**

Saat ini, kehidupan masyarakat seakan tidak bisa luput dari informasi. Dimanapun tempat beraktivitas, akan selalu ditemui informasi baik dengan sengaja ataupun tidak. Informasi hadir dengan beragam bentuk kepada masyarakat, baik yang melalui media cetak, elektronik, maupun konvensional.

Dari sekian banyak pilihan saluran komunikasi yang ada, televisi adalah salah satu media yang menjadi pilihan favorit masyarakat. Hal itu tidak bisa dilepaskan dari kelebihan – kelebihan media televisi yakni dalam segi audio visual, baik suara, gerak, dan gambar. Kelebihan inilah yang kemudian membuat informasi yang disampaikan melalui televisi menjadi lebih menarik dan memiliki dampak yang lebih besar kepada audiencenya.

Seiring perkembangan zaman, media televisi tidak hanya menjadi saluran komunikasi bagi pesan – pesan komersil, tetapi juga pesan – pesan yang mengandung informasi politik pun kini sudah banyak menghiasi layar televisi kita. Pesan – pesan politik yang sering muncul di televisi paling sering dikemas dalam bentuk iklan dan berita.

Informasi politik yang sering hadir di televisi saat ini adalah informasi tentang partai Nasional Demokrat atau yang sering disingkat NasDem, informasi yang ditampilkan dikemas dalam dua bentuk yaitu berita dan iklan politik.

Menariknya, partai ini di danai oleh Surya Paloh yang juga merupakan pemilik dari stasiun televisi MetroTV. Bahkan belakangan Harie Tanoesodibyo yang juga pemilik MNC Group yang terdiri dari RCTI, Global TV, dan MNC TV pun merapat ke partai Nasdem dengan jabatan sebagai ketua dewan pakar. Oleh sebab itu, tak dapat dihindari bagaimana informasi politik tentang partai NasDem kerap kali bermunculan di beberapa stasiun televisi yang telah disebutkan di atas.

Perubahan yang sangat signifikan pada pemilu di era reformasi adalah rakyat langsung bisa memilih para calon wakil – wakilnya yang akan duduk di

DPR, kemudian Presiden, Gubernur, Bupati maupun walikota. Sayangnya dilain pihak, angka partisipasi masyarakat dalam setiap perhelatan politik lima tahunan tersebut selalu mengalami penurunan. Individu - individu yang tidak ikut berpartisipasi dalam pemilihan umum ini sering disebut dengan sebutan “golput” atau golongan putih. (<http://kanalpemilu.net/?q=node/800>).\

Salah satu kelompok sosial di masyarakat yang rentan untuk menjadi golput adalah mahasiswa, hal ini karena tingkat pendidikan yang dimiliki mahasiswa untuk cenderung bertindak secara rasional dalam menentukan sikap politiknya, sikap golput ini karena tidak ada pilihan calon yang layak dan bersih untuk dipilih sehingga mahasiswa menentukan untuk golput, selain itu mahasiswa cenderung bersikap apatis, apolitis dan kritis terhadap pemilu, serta merupakan kelompok yang biasanya teralienasi dari sistem atau proses politik yang ada.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengkaji hubungan terpaan informasi politik partai NasDem di televisi dan komunikasi di dalam kelompok referensi terhadap preferensi memilih.

Tipe yang digunakan dalam penelitian ini adalah tipe explanatory (penjelasan) yang dimaksudkan untuk mengetahui hubungan diantara variabel bebas dan variabel terikat dari tema penelitian. Penelitian explanatory digunakan untuk menjelaskan hubungan atau korelasi antara terpaan informasi politik partai NasDem di televisi sebagai variabel independen pertama, dan komunikasi dalam kelompok referensi sebagai variabel independen kedua, dengan preferensi memilih sebagai variabel dependen.

## PEMBAHASAN

Dalam berkomunikasi minimal akan tiga unsur yang langsung terlibat, yakni communicator, message, dan communicant. Komunikasi yang dilakukan akan selalu menimbulkan effect seperti apa yang dijabarkan oleh Harold Laswell bahwa komunikasi adalah siapa mengatakan apa, melalui apa, kepada siapa, dan apa akibatnya ( Cangara, 2009 : 19). Efek terjadi sebagai dampak atau timbal balik atas pesan yang diterima individu baik secara sengaja maupun tidak disengaja. Efek pada komunikasi massa dapat dilihat dari adanya suatu perubahan yang terjadi sebagaimana yang diinginkan komunikator, seperti pengetahuan, sikap, dan perilaku, atau bahkan ketiganya ( Wiryanto, 2000 : 39).

Karena dalam penelitian ini media massa tidak menjadi variabel tunggal dalam mempengaruhi sikap, maka diperlukan model efek terbatas yang menjelaskan ada hubungan faktor lain secara psikologis dan sosial yang mempengaruhi sikap. Penelitian Joseph Klapper melaporkan tentang efek media massa dalam hubungannya dengan pembentukan dan perubahan sikap, yaitu :

1. Pengaruh komunikasi massa dikarenakan oleh faktor – faktor seperti predisposisi persona, proses selektif, keanggotaan kelompok atau disebut juga faktor personal.
2. Karena faktor – faktor ini, komunikasi massa biasanya berfungsi memperkokoh sikap dan pendapat yang ada , walaupun kadang – kadang berfungsi sebagai media pengubah (agent of change)

3. Bila komunikasi massa menimbulkan perubahan sikap, perubahan kecil pada intensitas sikap lebih umum terjadi daripada "konversi" (perubahan pada seluruh sikap) dari satu sisi masalah ke sisi yang lain.
4. Komunikasi massa cukup efektif dalam mengubah sikap bidang – bidang di mana pendapat orang lemah.
5. Komunikasi massa cukup efektif dalam menciptakan pendapat tentang masalah – masalah baru bila tidak ada predisposisi yang harus dipengaruhi (Rakhmat, 2005 : 232).

Joseph Klapper dalam buku *The Effect of Mass Communication* menunjukkan temuan yang menarik, bahwa faktor psikologis dan sosial ikut berpengaruh dalam proses penerimaan pesan dari media massa. Faktor – faktor tersebut antara lain proses seleksi, proses kelompok, norma kelompok, dan keberadaan pemimpin opini (Nurudin, 2003 : 208). Media massa bukan hanya faktor tunggal dalam perubahan sikap, kelompok adalah psikologis yang dapat mempengaruhi individu.

Dari hasil uji statistik korelasi Rank Kendal diketahui bahwa hipotesis yang menyatakan terdapat hubungan antara terpaan informasi politik partai NasDem di televisi (X1) terhadap preferensi memilih partai NasDem (Y) **di tolak**. Artinya bahwa tinggi rendahnya terpaan informasi politik partai NasDem di televisi yang menerpa responden, tidak semata – merta membuat responden cenderung untuk memilih partai NasDem.

Bittner ( dalam Nurudin, 2007 : 211) mengungkapkan fokus utama efek media adalah tidak hanya bagaimana media mempengaruhi audience, tetapi

bagaimana juga audience mereaksi pesan – pesan media yang sampai pada dirinya. Faktor interaksi yang terjadi antar individu akan mempengaruhi pesan yang diterima. Dalam kaitannya dengan penelitian ini adalah bagaimana responden memberikan respon terhadap informasi politik partai NasDem yang diterimanya melalui media televisi, responden sebagai individu juga tidak terlepas dari interaksi dengan kelompok referensinya yang membentuk sikap responden dalam mengurai terpaan informasi partai NasDem yang diterimannya.

Nurudin ( 2007 : 225 – 226) menyatakan ada dua alasan yang mengakibatkan efek terbatas media massa bisa terjadi, yaitu :

1. Rendahnya terpaan media massa

McQuail (dalam Rakhmat, 2004 : 199) mengatakan bahwa makin sempurna monopoli komunikasi massa, makin besar kemungkinan perubahan pendapat dapat ditimbulkan pada arah yang dikehendaki.

2. Perlawanan individu dalam menerima pesan media

McQuail (dalam Rakhmat, 2004 : 199) mengatakan bahwa pemilihan dan penafsiran isi oleh khalayak dipengaruhi oleh pendapat dan kepentingan yang ada dan oleh norma – norma kelompok.

Setelah dilakukan pengujian, dapat diinterpretasikan bahwa hipotesis yang menyatakan terdapat hubungan komunikasi di dalam kelompok referensi (X2) terhadap preferensi memilih partai NasDem (Y) **diterima**. Artinya bahwa tinggi rendahnya komunikasi di dalam kelompok referensi akan ikut mempengaruhi preferensi memilih partai NasDem.

Kelompok rujukan adalah alat ukur yang digunakan untuk menilai diri sendiri atau untuk membentuk sikap. konformitas di dalam kelompok membuat kelompok rujukan menjadi sangat efektif dalam membentuk sikap individu (Rakhmat, 2004: 149).

Selain media massa, saluran informasi politik dapat melalui komunikasi di dalam kelompok (Maran, 2001 : 165). Interaksi yang sering terjadi membuat hubungan mereka menjadi lebih akrab satu sama lain. Komunikasi yang terjadi dalam kelompok ini adalah menggunakan dua arus komunikasi, yang pada tahap pertama pemimpin – pemimpin opini di kelompok akan menguraikan dan menyaring pesan – pesan yang masuk, kemudian disebarkan kepada kelompoknya.

Saluran informal dalam kelompok penting karena tiga hal, yaitu pertama : sebagai saluran informasi yang aktual; kedua, sebagai sumber tekanan sosial atas individu untuk mematuhi berbagai norma tingkah laku; dan ketiga, sebagai sumber dukungan atas norma – norma yang berguna bagi keutuhan dalam kelompok (Maran, 2001 : 166).

Setelah dilakukan uji korelasi, dapat diinterpretasikan bahwa hipotesis yang menyatakan terdapat hubungan antara terpaan informasi politik partai NasDem di televisi (X1) dan komunikasi didalam kelompok referensi (X2) terhadap preferensi memilih partai NasDem (Y) **di terima**. Artinya bahwa terpaan informasi politik partai NasDem dan komunikasi dalam kelompok referensi dapat mempengaruhi preferensi memilih partai NasDem, sekalipun kedua variabel tersebut tidak dapat secara mutlak membentuk preferensi memilih.

Preferensi memilih dalam pemilihan umum, selain dipengaruhi oleh Informasi Politik juga dipengaruhi oleh hubungan interpersonal yang membentuk komunikasi dalam kelompok.

Terpaan informasi politik partai NasDem dan komunikasi di dalam kelompok referensi membutuhkan sebuah tahapan atau proses agar sampai pada sikap preferensi memilih partai NasDem. Kelman (dalam Azwar, 2005 : 55) mengungkapkan teorinya mengenai organisasi sikap dengan menekankan konsepnya mengenai proses yang sangat berguna dalam memahami fungsi pengaruh sosial terhadap perubahan sikap. Tiga proses sosial yang berperan dalam perubahan sikap adalah kesediaan, identifikasi, dan internalisasi.

Pada akhirnya, penelitian ini menunjukkan bahwa variabel terpaan informasi politik partai NasDem di televisi dan variabel komunikasi di dalam kelompok referensi bahwa memiliki hubungan dengan variabel memilih partai NasDem, namun kedua variabel tersebut tidak secara mutlak menjadi faktor penentu bagi individu untuk memilih partai NasDem. Masih terdapat faktor lain juga yang dapat mempengaruhi preferensi seseorang, yakni sikap, nilai, kepercayaan, bidang – bidang pengalaman dan hubungan – hubungan interpersonal pada proses penerimaan, pengelolaan, dan penyampaian informasi. Hal ini sejalan dengan apa yang diungkapkan Klapper (dalam McQuail, 1987 : 236) sebagai pendekatan fenomenistik yaitu pendekatan yang memandang media sebagai pengaruh yang berfungsi di tengah – tengah pengaruh lainnya di dalam suatu situasi menyeluruh.



## PENUTUP

Kesimpulan :

1. Tidak terdapat hubungan antara terpaan informasi politik partai NasDem di televisi terhadap preferensi memilih partai NasDem.
2. Terdapat hubungan positif antara komunikasi di dalam kelompok referensi (terhadap preferensi memilih partai NasDem.
3. Terdapat hubungan positif antara terpaan informasi politik partai NasDem di televisi dan komunikasi di dalam kelompok referensi terhadap preferensi memilih partai NasDem.

Saran :

1. Partai NasDem harus bisa mendesain ruang komunikasi politik selain melalui media televisi, agar informasi politik yang disampaikan dapat mempengaruhi preferensi memilih partai NasDem.
2. Partai NasDem perlu mentransfer informasi politik kedalam jaringan komunikasi kelompok, karena dari kelompok – kelompok itulah yang terbukti sangat berpengaruh terhadap preferensi individu memilih partai NasDem.

## Daftar Pustaka

Azwar, Saifuddin. 2005. Sikap Manusia Teori dan Pengukurannya. Yogyakarta :

Pustaka Pelajar.

Cangara, Hafied. 2009. Komunikasi Politik : Konsep, Teori, dan Praktek. Jakarta :

Raja Grafindo Persada.

Maran, Rafael Raga. 2001. Pengantar Sosiologi Politik. Jakarta : Rineka Cipta.

Mc Quail, Denis. 1987. Teori Komunikasi Massa. Jakarta : Erlangga.

Nurudin. 2007. Komunikassi Massa. Malang : Gespur.

Rakhmat, Jalaludin. 2005. Psikologi Komunikasi. Bandung : Remaja Rosdakarya.

Wiryanto. 2000. Teori Komunikasi. Jakarta : Grasindo.