

PENGARUH MEDIA MASSA TERHADAP PERILAKU PEMILIH PEMULA PADA PEMILU 2024 DI KOTA MATARAM

¹Jihadul Islami, ² Ilham Zitri

Program Studi Ilmu Pemerintahan

Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Mataram

Corresponding Author : jihadhad991@gmail.com

Abstrak

Di dalam demokrasi media merupakan sesuatu yang tidak bisa dielakan. Media merupakan agen penting dalam komunikasi dan sosialisasi politik, yang dapat mempengaruhi sikap politik seseorang. Media tentunya dapat memberikan pengaruh terhadap sikap memilih pemilih pemula yang baru pertama kali mengikuti pemilihan umum. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh media terhadap perilaku memilih pemilih pemula pada pemilu kota mataram pada tahun 2024. Pendekatan teori yang digunakan adalah teori uses an gratifications dalam teori komunikasi politik dan teori perilaku memilih. Metode yang digunakan adalah metode Kuantitatif dan Metode analisis data dengan menggunakan Uji Validitas, Uji Realibilitas dan Uji Hipotesis. Responden dalam penelitian ini sebanyak 30 orang yaitu pemilih pemula yang merupakan DPT di Kota Mataram yang tersebar pada 8 kecamatan. Berdasarkan hasil dari analisis dan pembahasan penelitian yang dilakukan bahwa tidak terdapatnya pengaruh dari media terhadap perilaku memilih pada pemilih pemula pemilu di kota mataram dengan variabel Pengamatan, Penilaian, dan Penggunaan Informasi untuk Referensi.

Kata Kunci : Pengaruh Media, Perilaku Memilih, Partisipasi Politik

PENDAHULUAN

Demokrasi merupakan konsep yang menekankan pentingnya partisipasi warga negara. Nilai dan fungsi yang ada dalam partisipasi, memainkan peran penting bagi tegaknya sendi-sendi demokratisasi yang berupa kontrol, kritisisme, dan pengawasan.(Rahma Bachtiar, 2014)

Partisipasi warga negara adalah cara mereka untuk melakukan kontrol dan pengawasan terhadap jalannya pemerintahan. Partisipasi bisa berbentuk kritik dan, bisa juga berbentuk dukungan terhadap sebuah pemerintahan. (Purwaneni, 2013) Partisipasi rakyat pada ajang pemilihan umum sangat penting. Karena itulah momen penentuan, apakah sebuah pemerintahan layak dilanjutkan atau harus digantikan dengan yang lain. Pemilu adalah suara rakyat secara periodik.(Purwaneni, 2013)

Pemilihan umum lahir dari konsepsi dan gagasan besar Demokrasi yang berarti merujuk John Locke dan Rousseau, keterjaminan kebebasan, keadilan dan kesetaraan bagi individu dalam segala bidang. Dalam demokrasi, ada nilai-nilai partisipatif dan kedaulatan yang dijunjung tinggi dan harus dijalankan oleh warga negara dan instrumen negara baik pada level legislatif, yudikatif maupun eksekutif.(Rahma Bachtiar, 2014)

Hubungan antara warga negara dan negara meskipun masih berjarak namun dapat

difasilitasi oleh berbagai lembaga dan elemen masyarakat karena adanya kebebasan bagi semua pihak untuk ikut serta secara aktif dalam pembangunan nasional baik pembangunan politik maupun bidang- bidang lainnya. Masyarakat diberikan ruang untuk berperan aktif dan menjadi bagian dari proses demokrasi. (Serentak, 2017)

Sesuai dengan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 15 Tahun 2011 Tentang Penyelenggaraan Pemilihan Umum, pada pasal 1 ayat (1) disebutkan bahwa:

“Pemilihan umum adalah sarana pelaksanaan kedaulatan rakyat yang diselenggarakan secara langsung, umum, bebas, rahasia, jujur, dan adil dalam Negara Kesatuan Republik Indonesia berdasarkan Pancasila dan Undang- Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945”

Di dalam demokrasi, media merupakan sesuatu yang tidak bisa dielakkan, Unsur penting dalam demokrasi adalah adanya kebebasan berpendapat dan kebebasan pers (freedom of expression dan freedom of the press) termasuk di dalamnya adalah kebebasan untuk memperoleh akses informasi. Partisipasi politik selalu terbuka dengan berbagai perubahan, sebagai akomodasi terhadap perkembangan zaman.(SYAHDU AWANIA PUTRI L. (2), n.d.) Termasuk perkembangan teknologi dan informasi. Temuan-temuan baru di bidang ini turut memengaruhi lahirnya model-model baru

partisipasi politik. Pengaruh kemajuan teknologi dan informasi terhadap politik, dapat dilihat dari dua aspek, yaitu komunikasi politik dan sosialisasi politik. Media adalah agen penting komunikasi dan sosialisasi politik.(Mustofa, 2013)

Cara pandang, cara pikir, tindakan, dan sikap politik seseorang atau publik sangat dipengaruhi oleh corak komunikasi dan sosialisasi politik yang diekspresikan melalui media massa. Pengaruh media massa cenderung massif dan berskala besar. Besar kecilnya pengaruh media massa terhadap politik pada kenyataannya sangat tergantung pada corak sistem politik sebuah negara. Fungsi media massa ditengah masyarakat adalah untuk mengedukasi, memberikan informasi dan fungsi hiburan. Ketiga fungsi tersebut pun harus berjalan dengan seimbang supaya masyarakat dapat menerima segala informasi yang didapatkan dari media massa.(SYAHDU AWANIA PUTRI L. (2), n.d.)

Selama pemilu 2019 berlangsung, media memiliki peran sebagai voters education atau memberikan pendidikan politik bagi pemilih. Media massa harus dapat melakukan berbagai hal, seperti menginformasikan kepada publik secara jujur, akurat, dan adil mengenai pilihan-pilihan politisi yang ada, meyakinkan kepada publik bahwa pemilihan umum merupakan momentum yang sangat penting untuk secara bersama-sama menentukan arah dan masa depan bangsa.(Jati, 2013)

Dengan siklus pemilihan di Indonesia yang digelar setiap lima tahun sekali maka kisaran usia pemilih pemula adalah 17-21 tahun.(Mustofa, 2013) Rekapitulasi Daftar Pemilih Kota Mataram Tahun 2022 Sebanyak 304.060 pemilih, dimana jumlah pemilih laki-laki sebanyak 147.542 jiwa dan jumlah pemilih perempuan sebanyak 156.518 jiwa. Dari segi usia pemilih pemula biasanya merupakan pelajar, mahasiswa, serta pekerja muda. Pemilih pemula dalam kegiatan partisipasi dianggap sebagai objek kegiatan politik yakni pemilih pemula dianggap masih memerlukan pembinaan atau pengetahuan di bidang politik.(SYAHDU AWANIA PUTRI L. (2), n.d.)

Dengan demikian, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana Peran media massa terhadap pemilih pemula dalam kegiatan Pemilu 2024.

Oleh karena itu peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul “*Peran Media Massa Terhadap Perilaku Memilih Pemilih Pemula Pada Pemilu 2024 Pada Kota Mataram*”

Dalam penelitian ini digunakan pendekatan teori uses and gratification karena pendekatan ini mengimplikasikan dua hal penting: a. bahwa khalayak dalam mengkonsumsi media pesan-pesan berupa informasi dan citra berkeyakinan bahwa isi media kental memiliki nuansa politik; dan b. bahwa pesan-pesan media membawa pengaruh-pengaruh tertentu terhadap khalayak.

Ada tiga model teori uses and gratification, yang pertama adalah model Katz, kedua adalah model Rosengreen, dan yang ketiga adalah model Palmgreen. Dalam penelitian ini yang digunakan adalah model Palmgreen, dimana teori uses and gratifications model Palmgreen bertumpu pada kemungkinan adanya perbedaan atau kesenjangan (gap discrepancy) antara motif mengkonsumsi media (gratifications sought), di satu sisi dengan hasil kepuasan yang diperoleh (gratifications obtained) di sisi lain. (Child & Haridakis, 2018)

Dalam konteks pemilu, motif khalayak dalam mengkonsumsi media dapat dilacak dengan mengacu pada teori-teori fungsi media yang telah ada, dengan atau tanpa modifikasi. Bahwa khalayak mengkonsumsi media didorong oleh motif-motif

(a) pengamatan (surveillance) berkenaan dengan isu atau persoalan-persoalan aktual, (b) penilaian (judgement) terhadap kandidat, (c) kemungkinan penggunaan informasi untuk referensi dalam kehidupan sehari-hari, (d) intensitas (Child & Haridakis, 2018)

Intensitas penggunaan media terdapat empat aspek, yaitu diantaranya frekuensi, waktu pelaksanaan, durasi, materi, atau hal pokok yang dilakukan oleh individu terhadap media itu sendiri. Selain itu, terdapat faktor motif sosial dan faktor emosional. Individu yang sering mengakses atau menerima terpaan dari media, baik media cetak, media elektronik, ataupun media sosial masing-masing memiliki perilaku

memilih yang berbeda satu dengan yang lainnya. Tergantung seberapa sering ia mengakses dan menerima terpaan dari media tersebut kepada dirinya.

Media massa merupakan sarana yang sangat penting bagi banyak pihak dengan banyak kepentingan. Bagi pemerintah, pentingnya media massa bukan dilihat dari sisi idealnya, media massa sering berada dalam kekuasaan pemerintah untuk dihadirkan sebagai alat perjuangan partai untuk mencapai tujuan-tujuan ideologinya. berkaitan dengan politik secara luas, media massa dapat berperan secara meyakinkan seperti: a) informasi atau pemberitaan (newsmaking), b) analisis, penafsiran, dan pemberian makna terhadap peristiwa, c) pewarisan nilai-nilai dari generasi ke generasi, d) mempengaruhi pendapat dan sikap-sikap khalayak, e) mempengaruhi khalayak dalam menentukan apa yang harus ditentukan serta pendefinisian persoalan-persoalan.

Media massa dalam fungsi pertamanya sebagai sumber informasi selalu menyajikan, menayangkan peristiwa-peristiwa politik yang terjadi di berbagai belahan bumi, termasuk aktivitas-aktivitas aktor-aktor politik dengan sikap dan perilaku politik yang melekat pada para aktor tersebut. Fungsi informasi lebih menekankan pada unsur-unsur berita (news) yang berefek politik. Erich Evert mengemukakan unsur-unsur yang harus

dipenuhi dalam pemberitaan politik, yaitu: a) Publisitas, b) Aktualitas, c) Popularitas.

Aktualitas bermakna sebagai peningkatan dari ikatan rohaniah, sedangkan popularitas diberi makna sikap rohaniah untuk menarik publik. Sebagai ilmu rohaniah maka setiap pemberitaan yang mengandung unsur informasi harus mampu menyentuh sentra nilai kemanusiaan yaitu hati nurani, sehingga memberi dampak sebagai cerminan hati nurani tersebut.

Fungsi kedua, fungsi partisipasi, menunjukkan bahwa setiap unsur berita harus mampu membangkitkan kesertaan masyarakat di dalam turut mendukung segala kebijaksanaan pemerintah selama kebijakan tersebut berkaitan dengan kepentingan masyarakat.

Fungsi ketiga, sosialisasi dan pendidikan politik, yaitu untuk meningkatkan kualitas rujukan masyarakat di dalam menerima dan mempertahankan sistem nilai atau sistem politik yang berlangsung. Kedua bentuk kegiatan ini merupakan proses belajar yang berlangsung dalam waktu lama.

Fungsi keempat, yaitu mengembangkan budaya politik yang disebut juga dengan fungsi politisasi. Fungsi ini merupakan fungsi penentu terhadap fungsi-fungsi lainnya, karena fungsi budaya politik yaitu fungsi untuk memberntuk pola perilaku syang memberi warna dominan terhadap karakter bangsa.

Fungsi kelima, yaitu fungsi integrasi bangsa. Fungsi ini merupakan syarat mutlak bagi

kehidupan negara di dalam mencapai tujuannya. Karena itu media massa harus mampu mengembangkan pemikiran-pemikiran integralistik dalam artian bahwa media massa harus mampu menggiring dari pemikiran-pemikiran kelompok, etnis budaya, sukuisme, provinsialisme dan pemikiran-pemikiran lain ke pemikiran nasionalistik.

Media massa memberi kontribusi di dalam menumbuhkan partisipasi politik masyarakat. selain media massa itu dapat mengisi kekurangan yang tidak dapat dijangkau oleh komunikasi kontak langsung. Akan tetapi media massa kadang kurang berhasil mempengaruhi massa. Menurut Deddy Mulyana, media massa mungkin akan berhasil mempengaruhi massa bila komunikasi tatap muka juga digunakan untuk memperteguh pesan-pesan media massa. Bila hal tersebut tidak dilakukan, pilihan seseorang akan lebih dipengaruhi oleh pilihan keluarga, komunitas agama, suku, ras, atau rujukan lainnya.

Secara garis besar pemilih diartikan sebagai semua pihak yang menjadi tujuan utama para kandidat untu dipengaruhi dan diyakinkan agar mendukung dan memberikan suaranya kepada kandidat tersebut. Pemilih dalam hal ini dapat berupa konstituen maupun masyarakat pada umumnya. Konstituen adalah kelompok masyarakat yang merasa diwakili oleh suatu ideologi tertentu yang kemudian termanifestasikan dalam institusi politik seperti partai politik. Di samping itu, pemilih bisa saja

merupakan bagian masyarakat luas yang bisa saja tidak menjadi konstituen partai politik tertentu. Terdapat kelompok masyarakat yang non-partisan, dimana ideologi dan tujuan politik mereka tidak dikaitkan kepada suatu partai politik tertentu. Mereka 'menunggu' sampai ada suatu partai politik yang bisa menawarkan program kerja yang terbaik menurut mereka, sehingga calon dari partai tersebutlah yang mereka pilih.

Perilaku memilih menurut Jack C. Plano adalah dimaksudkan sebagai suatu studi yang memusatkan diri pada bidang yang menggeluti kebiasaan atau kecenderungan pilihan rakyat dalam pemilihan umum, serta latar belakang mengapa mereka melakukan pilihan itu.

Menurut Firmanzah, ada tiga faktor determinan bagi pemilih dalam menentukan pilihan politiknya. Ketiga faktor tersebut sangat memengaruhi pertimbangan pemilih, yakni: Pertama, kondisi awal pemilih, ini dimaksudkan bahwa karakteristik yang melekat dalam diri pemilih. Setiap individu memiliki sistem nilai, keyakinan dan kepercayaan yang berbeda-beda dan mewarisi kemampuan yang berbeda-beda pula. Kondisi ini jelas sangat memengaruhi individu ketika mengambil keputusan politik. Kedua, faktor media massa yang memengaruhi opini publik. Media massa yang memuat data, informasi dan berita berperan penting dalam memengaruhi opini masyarakat. Demikian pula dengan pemaparan para ahli, iklan politik, hasil seminar, survey, dan berbagai hal yang diulas

dalam media massa akan menjadi pertimbangan pemilih. Ketiga, faktor parpol atau kontestan, pemilih akan memilih latar belakang, reputasi, citra, ideologi dan kualitas para tokoh-tokoh parpol dengan pandangan mereka masing-masing.

Keikutsertaan warga negara dalam pemilihan umum merupakan serangkaian kegiatan membuat keputusan untuk memilih atau tidak memilih dalam pilkada. Ada 3 (tiga) perilaku memilih yang merupakan alasan masyarakat untuk menentukan pilihannya. Mengapa masyarakat lebih memilih pasangan calon tertentu dan bukan pasangan calon yang lain dapat dianalisis melalui pendekatan dalam perilaku memilih, terdapat 3 (tiga) pendekatan dalam perilaku memilih, yaitu:

Pertama, pendekatan sosiologis, pendekatan ini cenderung menempatkan kegiatan memilih dalam kaitan konteks sosial. Pilihan seseorang dalam pemilu dipengaruhi oleh latar belakang demografi dan sosial ekonomi, seperti jenis kelamin, tempat tinggal, pekerjaan, pendidikan, kelas, pendapatan, dan agama.

Kedua, pendekatan psikologis, menurut pendekatan ini para pemilih menentukan pilihannya juga karena pengaruh kekuatan psikologis yang berkembang dalam dirinya sebagai produk dari sosialisasi yang mereka terima. Sosialisasi yang diterima oleh seseorang pada masa kecil (baik dilingkup keluarga atau pertemanan) sangatlah mempengaruhi pilihan

politik mereka, khususnya pada saat pertama kali menentukan pilihan politik. Dalam pendekatan psikologis menekankan pada tiga aspek psikologis sebagai kajian utama, yaitu ikatan emosional pada suatu partai politik, orientasi terhadap isu-isu, dan orientasi terhadap kandidat.

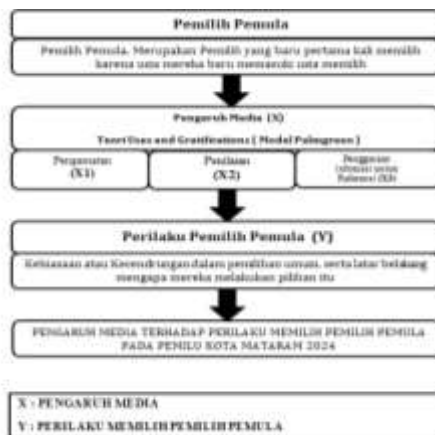
Ketiga, pendekatan rasional, dalam pendekatan ini masyarakat lebih melihat bahwa kegiatan memilih sebagai produk kalkulasi untung dan rugi. Bagi pemilih, pertimbangan untung rugi digunakan untuk membuat keputusan tentang kandidat yang dipilih, terutama untuk membuat keputusan apakah ikut memilih atau tidak ikut memilih. Apabila secara ekonomi masyarakat dapat bertindak secara rasional, yaitu menekan ongkos sekecil-kecilnya untuk memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya, maka dalam perilaku politik pun masyarakat akan dapat bertindak secara rasional, yakni memberikan suara ke peserta pemilu yang sekiranya dapat mendatangkan keuntungan dan

kemaslahatan yang sebesar-besarnya dan menekan kerugian yang sekecil-kecilnya.

Dari penjelasan tersebut dapat diasumsikan bahwa para pemilih mempunyai kemampuan untuk memilih isu-isu politik yang disajikan. Begitu juga mampu menilai kandidat pasangan calon dalam pemilu yang ditampilkan. Penilaian rasional terhadap isu politik atau kandidat ini bisa didasarkan pada jabatan, informasi, pribadi yang populer karena prestasi dibidang masing-masing.

Perilaku memilih berbasis media dapat ditarik dari pendekatan psikologis, yakni terdapat ikatan emosional melalui informasi yang diterima dari media. Terpaan yang didapat dari media tersebut membentuk ikatan emosional terhadap partai politik atau kandidat dalam Pemilu. Hal tersebut menyebabkan individu memiliki perilaku memilih yang berbeda, sesuai dengan faktor dari media mana ia mendapat terpaan.

KERANGKA BERPIKIR



HIPOTESIS

Ha1 : Terdapat pengaruh media sebagai sumber pengamatan terhadap pemilih pemula pada Perilaku pemilih pemula.

Ho1 : Tidak Terdapat pengaruh media sebagai sumber pengamatan terhadap pemilih pemula pada Perilaku pemilih pemula.

Ha2 : Terdapat pengaruh media sebagai bahan penilaian pemilih pemula pada Perilaku pemilih pemula.

Ho2 : Tidak Terdapat pengaruh media sebagai bahan penilaian pemilih pemula pada Perilaku pemilih pemula

Ha3 : Terdapat pengaruh media dalam penggunaan informasi sebagai referensi terhadap pemilih pemula pada Perilaku pemilih pemula.

Ho3 : Tidak Terdapat pengaruh media dalam penggunaan informasi sebagai referensi terhadap pemilih pemula pada Perilaku pemilih pemula.

METODE

Metode penelitian merupakan salah satu faktor sangat penting dalam penelitian, karena berhasil atau tidaknya suatu penelitian akan dipengaruhi oleh benar tidaknya seorang peneliti dalam memilih metode penelitian yang akan digunakan dalam penelitiannya. Dalam penelitian ini Peneliti menggunakan metode Kuantitatif. Penelitian kuantitatif (Quantitatif Research) adalah suatu metode penelitian yang bersifat induktif, objektif dan ilmiah dimana data

yang diperoleh berupa angka-angka (skor, nilai) atau pernyataan-pernyataan yang di nilai, dan dianalisis dengan analisis statistik. Penelitian Kuantitatif biasanya digunakan untuk membuktikan dan menolak suatu teori. Karena penelitian ini biasanya bertolak dari suatu teori yang kemudian diteliti, dihasilkan data, kemudian dibahas dan diambil kesimpulan.(Afifah, I., & Sopiany, 2017)

Penelitian ini menggunakan kuesioner untuk memperoleh data. Kuesioner adalah Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan serangkaian pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner dibuat dalam bentuk google form. Peneliti menyebarkan google form kepada masyarakat yang termasuk dalam Daftar Pemilih Tetap.

Penelitian ini mengumpulkan data dengan pertanyaan survei kuantitatif. Penelitian ini menggunakan skala Likert untuk memberikan ukuran jawaban atas kuesioner Skala Likert memiliki rentang jawaban responden dengan angka 1 menunjukkan “sangat tidak setuju” angka 2 menunjukkan “Tidak Setuju” angka 3 menunjukkan “Setuju” angka 4 menunjukkan “Sangat Tidak Setuju”. IBM SPSS STATISTICS 21 menguji data untuk mengetahui Validitas, Realibilitas dan juga Uji Hipotesis.

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi ataupun anggota kecil dari populasi yang diambil

menurut prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasinya. Besar sampel dalam penelitian ini ditetapkan dengan rumus slovin:

$$\frac{N}{1 + Ne^2}$$

Catatan :

n: Ukuran Sampel

N:Ukuran Populasi

e^2 = Presisi (ditetapkan 10% dengan tingkat kepercayaan 90%)

Jadi minimal sampel yang diambil peneliti minimal:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$
$$n = \frac{304.060}{1 + 304.060 \cdot 0,1^2}$$
$$n = \frac{304.060}{3.041,6}$$
$$n = 99,9$$

Jadi, Berdasarkan hasil di atas, maka dapat disimpulkan bahwa sampel dari lokasi penelitian sebesar 100 masyarakat yang terdaftar sebagai pemilih tetap di Kota Mataram.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kota Mataram merupakan ibu kota dari Provinsi Nusa Tenggara Barat, Indonesia. Jumlah Penduduk Kota Mataram pada tahun 2021 yaitu sebesar 441.561 Jiwa, dengan kepadatan penduduk sekitar 7.203 jiwa/km². Secara Administratif Kota Mataram memiliki luas daratan 61,30 km² dan 56,80 km² perairan

laut, terbagi atas 6 kecamatan, yaitu Kecamatan Ampenan, Cakranegara, Mataram, Sandubaya, Selaparang, Dan Sekarbela dengan 50 Kelurahan dan 297 Kelurahan (*Kota_Mataram @ Id.Wikipedia.Org*, n.d.)

Rekapitulasi Daftar Pemilih Kota Mataram Tahun 2022 Yaitu sebanyak 304.060 (Tiga Ratus Empat Ribu Enam Puluh) jiwa, Kecamatan Ampenan dengan jumlah pemilih 65.207 (Enam Puluh Lima Ribu Dua Ratus Tujuh) Jiwa, Kecamatan Cakranegara sebanyak 48.434 (Empat Puluh Delapan Ribu Empat Ratus Tiga Puluh Empat) Jiwa, Kecamatan Mataram Sebanyak 53.928 (Lima Puluh Tiga Sembilan Ratus Dua Puluh Delapan) Jiwa, Kecamatan Sandubaya sebanyak 47.671 (Empat Puluh Tujuh Ribu Enam Ratus Tujuh Puluh Satu) Jiwa, Kecamatan Sekarbela Sebanyak 37.681 (Tiga Puluh Tujuh Ribu Enam Ratus Delapan Puluh Satu) Jiwa, Kecamatan Selaparang Sebanyak 51.139 (Lima Puluh Satu Ribu Seratus Tiga Puluh Sembilan) Jiwa. (*KPU Kota Mataram*)

Dari data yang ada, telah di uji dengan Aplikasi IBM SPSS STATISTICS 21, diperoleh data dari kuesioner yang telah sebar, dimana Validitas setiap item ditunjukkan oleh kolom total. Berdasarkan r tabel didapat batas minimal 0,3610.

1. UJI VALIDITAS

Validitas setiap item ditunjukkan oleh kolom total. Berdasarkan r tabel didapat batas minimal 0,3610.

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	T.X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.356	.341	.688**
	Sig. (2-tailed)		.053	.066	.000
	N	30	30	30	30
X1.2	Pearson Correlation	.356	1	.384*	.741**
	Sig. (2-tailed)	.053		.036	.000
	N	30	30	30	30
X1.3	Pearson Correlation	.341	.384*	1	.828**
	Sig. (2-tailed)	.066	.036		.000
	N	30	30	30	30
T.X1	Pearson Correlation	.688**	.741**	.828**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Gambar 1.1

Hasil Uji Validitas pada Gambar 1.1 dari menunjukkan *Pearson Correlation* di variabel Pengamatan (X1) nilai *Pearson Correlation* minimal adalah 0.3610 karena menggunakan 30 responden (N) dengan batas 0.05. Terlihat

semua nilai *pearson correlations* tiap item di atas 0.3610. Hal ini ditandai dengan tanda * atau ** pada kolom Total di tabel output. Sehingga 3 item kuesioner ini sudah valid.

Correlations

		X2.1	X2.2	T.X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.541**	.896**
	Sig. (2-tailed)		.002	.000
	N	30	30	30
X2.2	Pearson Correlation	.541**	1	.859**
	Sig. (2-tailed)	.002		.000
	N	30	30	30
T.X2	Pearson Correlation	.896**	.859**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Gambar 1.2

Hasil Uji Validitas pada Gambar 1.2 dari menunjukkan *Pearson Correlation* di variabel Penilaian (X2) nilai *Pearson Correlation* minimal adalah 0.3610 karena menggunakan 30 responden (N) dengan batas 0.05. Terlihat

semua nilai *pearson correlations* tiap item di atas 0.3610. Hal ini ditandai dengan tanda * atau ** pada kolom Total di tabel output. Sehingga 2 item kuesioner ini sudah valid

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	T.X3
X3.1	Pearson Correlation	1	.166	.342	.339	.612**
	Sig. (2-tailed)		.381	.064	.067	.000
	N	30	30	30	30	30
X3.2	Pearson Correlation	.166	1	.187	.067	.604**
	Sig. (2-tailed)	.381		.322	.725	.000
	N	30	30	30	30	30
X3.3	Pearson Correlation	.342	.187	1	.601**	.777**
	Sig. (2-tailed)	.064	.322		.000	.000
	N	30	30	30	30	30
X3.4	Pearson Correlation	.339	.067	.601**	1	.710**
	Sig. (2-tailed)	.067	.725	.000		.000
	N	30	30	30	30	30
T.X3	Pearson Correlation	.612**	.604**	.777**	.710**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Gambar 1.3

Hasil Uji Validitas pada Gambar 1.2 dari menunjukkan *Pearson Correlation* di variabel Penggunaan Informasi Untuk Referensi (X3) nilai Pearson Correlation minimal adalah 0.3610 karena menggunakan 30 responden (N) dengan

batas 0.05. Terlihat semua nilai pearson correlations tiap item di atas 0.3610. Hal ini ditandai dengan tanda * atau ** pada kolom Total di tabel output. Sehingga 2 item kuesioner ini sudah valid.

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	T.Y
Y1	Pearson Correlation	1	.031	.373*	.103	.584**	.509**	.699**
	Sig. (2-tailed)		.869	.042	.590	.001	.004	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y2	Pearson Correlation	.031	1	-.136	-.039	-.047	.175	.138
	Sig. (2-tailed)	.869		.473	.838	.806	.355	.468
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y3	Pearson Correlation	.373*	-.136	1	.488**	.435*	.455*	.724**
	Sig. (2-tailed)	.042	.473		.006	.016	.012	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y4	Pearson Correlation	.103	-.039	.488**	1	.329	.429*	.639**
	Sig. (2-tailed)	.590	.838	.006		.076	.018	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y5	Pearson Correlation	.584**	-.047	.435*	.329	1	.570**	.767**
	Sig. (2-tailed)	.001	.806	.016	.076		.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y6	Pearson Correlation	.509**	.175	.455*	.429*	.570**	1	.814**
	Sig. (2-tailed)	.004	.355	.012	.018	.001		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
T.Y	Pearson Correlation	.699**	.138	.724**	.639**	.767**	.814**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.468	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Gambar 1.4

Hasil Uji Validitas pada Gambar 1.4 dari menunjukkan *Pearson Correlation* di Variabel

Perilaku Pemilih Pemula (Y) nilai Pearson Correlation minimal adalah 0.3610 karena

menggunakan 30 responden (N) dengan batas 0.05. Terlihat semua nilai pearson correlations tiap item di atas 0.3610. Hal ini ditandai dengan tanda * atau ** pada kolom Total di tabel output. Sehingga item kuesioner ini sudah valid. Hasil Uji Validitas diatas menunjukkan bahwa semua pertanyaan di masing-masing variabel penelitian yang terdiri dari Pengamatan, Penilaian, dan Penggunaan Informasi untuk Referensi memiliki nilai output lebih besar dari 0,3610 sehingga dapat disimpulkan bahwa semua pertanyaan dalam semua variabel penelitian dinyatakan valid atau telah memenuhi validitas korvergen

2. UJI REALIBILITAS

Rentang Nilai Alpha Cronbach's Alpha < 0,50 (Realibilitas Rendah), **0,50 < Alpha < 0,70** (Realibilitas Moderat), **Alpha > 0,70** (Realibilitas Mencukupi), **Alpha > 0,80** (Realibilitas Kuat), **Alpha > 0,90** (Realibilitas Sempurna).

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0

Excluded ^a	0	.0
Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Tabel 1.1

Tabel *case processing summary* menunjukkan total kasus yang diujikan dan banyaknya nilai kasus yang valid.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.802	.834	4

Tabel 1.2 (X1)

Tabel *reliability statistics* menunjukkan hasil analisis dari uji reliabilitas dengan **Cronbach's Alpha = 0,802** dari **4 item variabel**. Nilai reliabilitas 0,802 adalah nilai Mencukupi. Sehingga kuesioner ini dikatakan konsisten (*reliable*).

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	16.33	6.368	.575	.	.801
X1.2	16.30	6.010	.627	.	.777
X1.3	16.87	5.016	.701	.	.720
T.X1	9.90	2.024	1.000	.	.610

Gambar 2.1

Pada Gambar 2.1 Output dari Variabel Pengamatan (X1) ini dapat kita ketahui perubahan nilai Cronbach's Alpha jika masing-

masing item dihapus dari kuesioner. Hal ini dapat digunakan apabila dirasa nilai Cronbach's

Alpha masih belum mencukupi untuk penelitian bersangkutan.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.881	.907	3

Tabel 1.3 (X2)

Tabel *reliability statistics* menunjukkan hasil analisis dari uji reliabilitas dengan **Cronbach's Alpha = 0,881** dari **3 item variabel**. Nilai reliabilitas 0,881 adalah nilai Kuat. Sehingga kuesioner ini dikatakan konsisten (*reliable*).

belum mencukupi untuk penelitian bersangkutan.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.761	.797	5

Tabel 1.4 (X3)

Tabel *reliability statistics* menunjukkan hasil analisis dari uji reliabilitas dengan **Cronbach's Alpha = 0,761** dari **5 item variabel**. Nilai reliabilitas 0,761 adalah nilai Mencukupi. Sehingga kuesioner ini dikatakan konsisten (*reliable*).

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	8.47	2.740	.799	.	.831
X2.2	8.43	3.092	.758	.	.868
T.X2	6.30	1.252	1.000	.	.888

Gambar 2.2

Pada Gambar 2.2 Output dari variabel Penilaian (X2) ini dapat kita ketahui perubahan nilai Cronbach's Alpha jika masing-masing item dihapus dari kuesioner. Hal ini dapat digunakan apabila dirasa nilai Cronbach's Alpha masih

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X3.1	21.87	10.671	.510	.	.749
X3.2	22.50	9.776	.424	.	.752
X3.3	21.60	9.352	.682	.	.695
X3.4	21.53	9.844	.604	.	.718
T.X3	12.50	3.155	1.000	.	.581

Gambar 2.3

Pada Gambar 2.3 Output dari variabel Penggunaan Informasi Untuk Referensi (X3) ini dapat kita ketahui perubahan nilai Cronbach's Alpha jika masing-masing item dihapus dari kuesioner. Hal ini dapat digunakan apabila dirasa nilai Cronbach's Alpha masih belum mencukupi untuk penelitian bersangkutan.

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.761	.813	7

Tabel 1.5

Tabel *reliability statistics* menunjukkan hasil analisis dari uji reliabilitas dengan **Cronbach's Alpha = 0,761** dari **7 item variabel**. Nilai reliabilitas 0,761 adalah nilai Mencukupi. Sehingga kuesioner ini dikatakan konsisten (*reliable*).

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	33.73	33.857	.612		.721
Y2	32.97	40.861	.066		.783
Y3	33.73	34.133	.649		.720
Y4	33.83	34.567	.538		.731
Y5	33.83	34.282	.708		.718
Y6	33.57	33.702	.764		.710
T.Y	18.33	10.368	1.000		.733

Gambar 2.4

Pada Gambar 2.4 Output dari variabel Pengaruh Pemilih Pemula (Y) ini dapat kita ketahui perubahan nilai Cronbach's Alpha jika masing-masing item dihapus dari kuesioner. Hal ini

dapat digunakan apabila dirasa nilai Cronbach's Alpha masih belum mencukupi untuk penelitian bersangkutan.

Berdasarkan pada paparan di atas, nilai atau output cronbach's alpha dan Item total statistics pada tiap gambar dan tabel menunjukkan nilai masing-masing variabel sudah di atas 0,70. Variabel Pengamatan memiliki nilai cronbach's alpha standar yaitu 0,801. Sedangkan variabel Penilaian memiliki nilai cronbach's alpha terbesar yaitu 0,881. Serta variabel Penggunaan Informasi untuk Referensi memiliki nilai cronbach's alpha terendah yaitu 0,761. Sehingga bisa disimpulkan masing-masing variabel dalam model yang diestimasi memiliki reliabilitas yang baik.

3. UJI HIPOTESIS

- UJI T

Nilai Sign. < 0,05

Nilai t hitung > nilai t tabel

$$\begin{aligned}
 t \text{ tabel} &= t (a/2 : n-k-1) \\
 &= t (0,05/2 : 30-3-1) \\
 &= 0,025 : 26 \\
 &= 2,056
 \end{aligned}$$

- **Uji F** melibatkan variabel bebas terhadap variabel terikat dalam menguji ada tidaknya pengaruh yang signifikan secara simultan/bersama-sama. Pengujian model regresi ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas (X) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (Y).

- Ho: Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel X terhadap variabel Y
- Ha: Terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel X terhadap variabel Y

Pengambilan keputusan

- Ha, ditolak jika Fhitung > Ftabel, atau nilai signifikansi < alpha
- Ho diterima jika F hitung < F tabel, atau nilai Signifikansi > alpha

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	18.333	4.276		4.287	.000
	Pengamatan	.000	4.28	.000	.000	1.000

a. Dependent Variable: Pengaruh Pemilih Pemula

Gambar 3.1

Berdasarkan Output Variabel X1 terhadap Y nilai sign. > 0,05, nilai t hitung < nilai t tabel yaitu 0,00 < 2,056. Sesuai dengan gambar 3.1 yaitu hasil uji t menunjukkan bahwa nilai signifikansi Variabel Pengamatan (X1) terhadap Perilaku Pemilih Pemula (Y) adalah 1,00 > 0,05

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	17.650	4.322		4.064	.000
	Penggunaan Informasi Untuk Referensi	.055	.342	.030	.160	.874

a. Dependent Variable: Pengaruh Pemilih Pemula

Gambar 3.3

Berdasarkan Output Variabel X3 Terhadap Y nilai sign. > 0,05, nilai t hitung < nilai t tabel yaitu 0,163 < 2.056. Sesuai dengan gambar 3.3

dan nilai t hitung $0,00 < 2,056$ maka Ho1 diterima dan Ha1 ditolak. Artinya tidak terdapat pengaruh pengamatan terhadap perilaku pemilih pemula.

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	18.680	3.479		5.371	.000
	Penilaian	-.065	.544	-.019	-.101	.920

a. Dependent Variable: Pengaruh Pemilih Pemula

Gambar 3.2

Berdasarkan Output Variabel X2 Terhadap Y nilai sign > 0,05, nilai t hitung < nilai t tabel yaitu $-0,019 < 2,056$. Sesuai dengan gambar 3.2 yaitu hasil uji t menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel Penilaian (X2) terhadap Perilaku Pemilih Pemula (Y) adalah $0,920 > 0,05$ dan nilai t hitung $-0,019 < 2,056$ maka Ho1 diterima dan Ha1 ditolak. Artinya tidak terdapat pengaruh penilaian terhadap perilaku pemilih pemula..

yaitu hasil uji t menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel Penggunaan Informasi Untuk Referensi (X3) terhadap Perilaku Pemilih

Pemula (Y) adalah $0,874 > 0,05$ dan nilai t hitung $0,160 < 2,056$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya tidak terdapat pengaruh penggunaan informasi untuk referensi terhadap perilaku pemilih pemula.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dari analisis dan pembahasan penelitian yang dilakukan bahwa tidak terdapatnya pengaruh dari variabel 1). Pengamatan, 2) Penilaian, dan 3). Penggunaan Informasi untuk Referensi terhadap perilaku pemilih pemula. Terdapat beberapa faktor yang ada penelitian ini yaitu Kurangnya pemahaman tentang pertanyaan/ Pernyataan pada kuesioner menjadikan responden tidak cermat dalam mengisi, Reponden juga tidak serius dalam memberikan pendapat tentang penelitian ini.

SARAN

Berikut ini merupakan beberapa saran yang diperlukan antara lain yaitu :

1. Dibutuhkan pemahaman sebuah pertanyaan/ pernyataan pada kuesioner dengan sangat cermat
2. Dibutuhkan keseriusan dalam menjawab sebuah kuesioner
3. KPU sebagai penyelenggara bisa lebih baik dalam menjadikan media massa sebagai media sosialisasi khususnya bagi pemilih pemula. tidak hanya terpaku pada informasi yang dapat diakses pada website yang sudah disediakan, namun juga pada surat kabar,

radio, maupun televisi dan media sosial lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, I., & Sopiany, H. M. (2017). No Title 日本の国立公園に関する3拙著に対する土屋俊幸教授の批評に答える. 経済志林, 87(1,2), 149–200.
- Child, J. T., & Haridakis, P. (2018). Uses and Gratifications Theory. *Engaging Theories in Family Communication*, 337–348.
<https://doi.org/10.4324/9781315204321-30>
- Jati, W. R. (2013). Politik Persuasif Media: Peran Media dalam Pemilu Presiden Indonesia 2001-2009. *Jurnal Penelitian Politik*, 10(2), 15–30.
[ejournal.politik.lipi.go.id > index.php > jpp > article > download Kota_Mataram @ id.wikipedia.org](http://ejournal.politik.lipi.go.id/index.php/jpp/article/download/Kota_Mataram/@id.wikipedia.org). (n.d.).
https://id.wikipedia.org/wiki/Kota_Mataram
- Mustofa, A. (2013). Peran Media Massa sebagai Sarana Iklan Politik Parpol (Kajian Terhadap Kasus Surya Paloh dan Partai Nasdem). *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(1), 62–69.
<https://ejournal.undip.ac.id/index.php/interaksi/article/view/5409>
- Purwaneni, H. (2013). Demokrasi Indonesia: Dari Masa Ke Masa. *Jurnal Administrasi Publik*, 3(2), 118–131.

Rahma Bachtiar, F. (2014). Pemilu Indonesia:
Kiblat Negara Demokrasi Dari Berbagai
Representasi 1. *Jurnal Politik Profetik*,
3(1).
<http://isites.harvard.edu/fs/docs/icb.topic>

925740.files/Week
6/Mainwaring_Latin.pdf
Serentak, D. P. (2017). Demokrasi digital.
Jurnal Dialog Kebijakan Publik, 24.
SYAHDU AWANIA PUTRI L. (2). (n.d.).