

**PERILAKU MEMILIH PEMILIH PEMULA
PADA PEMILIHAN PRESIDEN 2009 DI KOTA PADANG**

SKRIPSI

*Diajukan untuk Mencapai Gelar Sarjana Ilmu Politik
Pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Andalas*

Oleh:

**SYLVIA VIOLINA
BP. 06193025**



**JURUSAN ILMU POLITIK
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2011**

ABSTRAK

Sylvia Violina, 06193025, skripsi dengan judul Perilaku Memilih Pemilih Pemula pada Pemilihan Presiden 2009 di Kota Padang. Skripsi ini terdiri dari 95 halaman dengan 12 referensi buku, 7 skripsi, 2 jurnal, 4 situs internet.

Penelitian ini melihat pengaruh intensitas melihat iklan politik dan konsumsi media massa terhadap perilaku memilih pemilih pemula di Kota Padang pada Pemilihan Presiden tahun 2009. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah intensitas melihat iklan politik, dan konsumsi media massa.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan tipe eksplanatory. Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data adalah kuesioner dan dokumentasi. Sedangkan analisa data menggunakan program SPSS 15.00 dengan teknik pengujian hipotesis *Coefficient of Contingency*.

Dari penelitian yang dilakukan di lapangan, ditemukan data bahwa intensitas melihat iklan politik memiliki hubungan yang sedang terhadap perilaku memilih. Isi iklan yang merepresentasikan pemilih pemula memberi pengaruh yang kuat terhadap pilihan pemilih pemula. Iklan politik yang paling diingat dan berpengaruh terhadap pemilih pemula yaitu iklan yang ditampilkan pasangan SBY-Boediono sehingga mayoritas pemilih pemula memberikan suaranya pada pasangan tersebut.

Konsumsi media massa memiliki hubungan yang kuat terhadap perilaku memilih pemilih pemula, karena media berperan dalam membentuk pencitraan positif dan negatif mengenai salah satu pasangan calon Presiden. Asumsinya, semakin sering pemilih pemula mendapatkan informasi dari media massa mengenai pemberitaan Pemilihan Presiden 2009, maka pemilih tersebut memberikan suaranya pada Pemilihan Presiden 2009.

Kata kunci: Perilaku memilih, intensitas melihat iklan politik, konsumsi media massa, Pemilu Presiden

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pemilihan umum merupakan salah satu wadah yang bertujuan untuk memberikan kesempatan kepada rakyat untuk menentukan siapa yang akan mewakili mereka dalam lembaga legislatif, dan siapa yang akan memimpin mereka dalam lembaga eksekutif. Pemilihan umum juga merupakan wadah untuk menjaring orang-orang yang benar-benar bisa dan mampu untuk masuk kedalam lingkaran elit politik, baik itu di tingkat daerah maupun di tingkat nasional.

Indonesia merupakan salah satu negara demokrasi yang jumlah penduduknya menempati posisi ke-4 terbesar di dunia dengan jumlah penduduk sebesar 228 juta jiwa¹. Salah satu ciri negara demokrasi adalah diadakannya pemilihan umum secara periodik. Pemilihan umum merupakan suatu momen yang dijadikan sebagai tempat penyaluran aspirasi bagi masyarakat terhadap pemerintahan. Pada pemilihan umum, masyarakat diberi kesempatan untuk menentukan siapa yang akan mewakili mereka di lembaga legislatif dan yang akan memimpin mereka sebagai presiden di lembaga eksekutif lima tahun ke depan. Berakhirnya rezim orde baru pada tahun 1998, merupakan langkah baru bagi bangsa Indonesia untuk kembali membangkitkan semangat dan prinsip-prinsip demokrasi demi mewujudkan suatu Indonesia baru, Indonesia yang lebih demokratis yaitu dengan mengembalikan kedaulatan ke tangan rakyat.

¹ Badan Pusat Statistik Sumbar 2010,

Untuk dapat memperoleh suara sebanyak-banyaknya dalam pemilihan umum, para peserta pemilu berusaha untuk mengambil simpati masyarakat agar memilih mereka dalam pemilu. Kalangan remaja atau yang biasa disebut pemilih pemula, belakangan mulai mendapat tempat berarti di mata kandidat peserta pemilu. Suara para pemilih pemula ini terbilang potensial. Berdasarkan data Komisi Pemilihan Umum tahun 2009, terdapat sekitar 51 juta suara atau sekitar 30 persen suara pemilih pemula dari total jumlah pemilih sebanyak 127 juta dalam Pemilu Legislatif 2009. Jumlah itu diperkirakan otomatis bertambah sekitar 10 persen pada pemilu Presiden. Untuk menjaring partisipasi para pemilih pemula, Komisi Pemilihan Umum dan Departemen Pendidikan Nasional (Depdiknas) giat melakukan sosialisasi pelaksanaan pemilu di sekolah dan perguruan tinggi di seluruh Indonesia. Di kota Padang sendiri, KPU mulai melakukan sosialisasi mulai tanggal 1 dan 2 Juni 2009 ke beberapa SMA di kota Padang². Alasan mengikutsertakan para pemilih pemula antara lain sebagai sarana pendidikan politik. Kesadaran politik perlu ditumbuhkan sejak dini. Karena itulah, para pemilih pemula diberi hak untuk turut menyumbangkan suara dalam pemilu.

Tabel 1.1
Jumlah Pemilih Pemula Di Kota Padang Tahun 2009

No	Kecamatan	Jumlah Pemilih Pemula
1.	Padang Barat	5.705
2.	Padang Utara	7.519
3.	Koto Tengah	15.299
4.	Nanggalo	4.397
5.	Kuranji	12.955
6.	Pauh	6.987
7.	Padang Timur	9.138

² Sumber KPU kota Padang

BAB VII

PENUTUP

Berdasarkan penjelasan bab terdahulu, baik dalam kerangka teoritis, pendeskripsian, uji koefisien kontingensi maka peneliti dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut:

A. Kesimpulan

Dari pembahasan pada bab terdahulu diketahui bahwa variabel intensitas melihat iklan politik dan konsumsi media massa mempengaruhi perilaku memilih pemilih pemula pada Pemilihan Presiden tahun 2009 di Kota Padang, tetapi terdapat perbedaan nilai koefisien kontingensi antara kedua variabel tersebut yang menunjukkan seberapa kuat suatu variabel mempengaruhi perilaku memilih pemilih pemula.

Berdasarkan analisis data didapatkan bahwa variabel intensitas melihat iklan politik mempunyai hubungan kategori hubungan yang positif yang sedang dengan perilaku memilih pemilih pemula pada Pemilihan Presiden tahun 2009 di Kota Padang karena nilai koefisien kontingensinya adalah 0,481. Pada umumnya sebagian besar responden sering melihat iklan yang ditampilkan para kandidat di berbagai media, hal ini berperan memperkuat persepsi dan sikap politik mereka dalam mengikuti Pilpres 2009.

Pada variabel konsumsi media massa ditemukan bahwa variabel ini mempunyai hubungan yang kuat dengan perilaku memilih pemilih pemula.

DAFTAR PUSTAKA

Buku Referensi dan Jurnal

Huntington, Samuel P dan Nelson W. Polsby. 1990. *Partisipasi Politik di Negara Berkembang*. Jakarta: PT Rineka Cipta.

McQuail, Dennis. 1987. *Mass Communication Theory*. PT Gelora Aksara Prima. hlm 10

Niemi, Richard dan Wisberg, Herbert F. 1976. *Controversies In American Voting Behaviour*. America: W.H. Freeman and Company.

Nimmo, Dan. 2002. *Komunikasi Politik Komunikator, Pesan dan Media*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Suryanef dan Alrafni, 2001. "Faktor-Faktor yang Menentukan Perilaku Memilih Generasi Muda Dalam Pemilu 1997". *Jurnal Analisa Politik*

Buku Metodologi

Bungin, Burhan. 2006. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: Kencana

Horrison, Lisa. 2007. *Metode Penelitian Politik*. Jakarta: Kencana.

Imawan, Riswandha. 2000. *Tekhnik Analisa Data Kubu Kuantitatif dalam Materi Kuliah Metode Penelitian Sosial*, Fakultas Ilmu sosial Dan Ilmu Politik Universitas Gajah Mada, Yogyakarta