

VOTING BEHAVIOR PEMILIH PEMULA PADA PEMILU 2004 DI KOTA PADANG¹

Andri Rusta²

Abstract

This article want to explain about voting behaviour of young voter in 2004 General Election at Kota Padang. By using quantitative approach with survey research type and Chi Square and coefficient of contingency for hypothesis test, the result of this research explain that voting behavior of young voter to vote DPD member influence by candidate orientation. Meanwhile, voting behavior of young voter to vote president influence by party identification. Then, this research explain that when vote for legislative member, young voter does not have an relation with party identification, campaign issue and candidate orientation.

A. Latar Belakang

Di berbagai negara, 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 menjangkau orang-orang yang benar-benar bisa dan mampu untuk masuk kedalam lingkaran elit politik, baik itu di tingkat daerah maupun di tingkat nasional.

Di Indonesia, pemilihan umum telah dilaksanakan sebanyak sembilan kali. Pemilu pertama kali dilaksanakan pada tahun 1955 yang dilakukan untuk memilih anggota parlemen dan anggota konstituante. Pemilu pertama untuk anggota Dewan Perwakilan Rakyat (DPR) ini menghasilkan 4 partai besar yang mendominasi parlemen dan konstituante, yaitu Masyumi, Partai Nasional Indonesia (PNI), Nahdhatul Ulama (NU), serta Partai Komunis Indonesia (PKI). Pemilu ini dianggap sebagai tonggak sejarah mulainya kehidupan demokrasi di Indonesia dan sampai saat ini masih dinilai sebagai pemilu yang diselenggarakan dengan aman, lancar, jujur dan adil serta sangat demokratis³.

Pemilu kedua dilaksanakan pada tahun 1971, diikuti oleh 10 organisasi sosial politik, yang dimenangkan oleh Golongan Karya Pembangunan diikuti oleh Nahdhatul Ulama serta Partai Masyumi Indonesia (PARMUSI). Di dalam perjalanannya dengan alasan untuk penyederhanaan dan efisiensi kerja anggota dalam melaksanakan tugas sebagai wakil rakyat maka dibentuk fraksi dalam DPR RI. Ketentuan ini menghasilkan 4 fraksi yang terdiri dari Fraksi ABRI; Fraksi Karya Pembangunan; Fraksi Demokrasi Pembangunan, serta Fraksi Persatuan Pembangunan.⁴ Fraksi-fraksi DPR ini nantinya

¹ Disarikan kembali dari skripsi Andri Rusta Jurusan Ilmu Politik Fisip Universitas Andalas, 2006.

² Staf Pengajar Pada Jurusan Ilmu Politik FISIP Universitas Andalas

³ http://www.kpu.go.id/hasil_pemilu55.php

⁴ Miriam Budierdjo, *Dasar-Dasar Ilmu Politik*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 1999 hal 198.

akan berubah menjadi Partai Demokrasi Indonesia dan Partai Persatuan Pembangunan yang menjadi partai politik peserta pemilu. Pemilu ketiga dilaksanakan pada tahun 1977 yang diikuti oleh kedua partai politik tersebut ditambah dengan Golongan Karya. Pada pemilu keempat tahun 1982 dilakukan penyeragaman azas partai menjadi Pancasila, sehingga semua partai memiliki azas yang sama yakni Pancasila. Pemilu ke-5 dilakukan pada tahun 1987, pemilu keenam tahun 1992, serta pemilu ketujuh tahun 1997 dilaksanakan dengan sistem dan pola serta peserta yang sama, yang kesemuanya dimenangkan oleh Golongan Karya.

Tabel 1.1
Perolehan Kursi DPR Pada Pemilu Orde Baru.

Orsospol	1971		1977		1982	
	Kursi	%	Kursi	%	Kursi	%
PPP	94	24,4	99	27,5	94	26,11
Golkar	261	67,79	232	64,4	242	67,22
PDI	30	7,79	29	8,05	24	6,68
Orsospol	1987		1992		1997	
	Kursi	%	Kursi	%	Kursi	%
PPP	61	15,25	62	15,73	89	20,94
Golkar	299	74,75	282	71,57	325	76,47
PDI	40	10	50	12,69	11	2,58

Sumber : Diolah dari berbagai sumber

Setelah Orde Baru tumbang pada tahun 1998, dilaksanakan pemilu kedelapan pada tahun 1999 yang diikuti oleh 48 partai politik dimana terjadi perubahan yang signifikan dalam perolehan kursi dimana Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDI P) menjadi pemenang Pemilu yang diikuti oleh Golkar, Partai Kebangkitan Bangsa (PKB), Partai Persatuan Pembangunan (PPP), serta Partai Amanat Nasional (PAN). Diluar lima besar, partai lama yang ikut, yakni PDI merosot tajam dan hanya meraih 2 kursi dari pembagian kursi sisa. Sedangkan 44 kursi lainnya terdistribusi kepada 14 partai politik lain⁶.

Pemilu terakhir yang dilaksanakan adalah pemilu 2004 yang lalu, dimana pemilu ini menggunakan sistem dan cara yang sangat jauh berbeda dengan pemilu-pemilu sebelumnya, selain memilih anggota DPR, DPRD Propinsi, DPRD Kabupaten/Kota, pemilu ini juga memilih anggota Dewan Perwakilan Daerah (DPD) yang terdiri dari 4 orang dari tiap-tiap propinsi serta memilih Presiden secara langsung. Pada pemilu anggota legislatif lalu, ditingkat nasional Partai Golkar kembali menjadi pemenang pemilu, diikuti oleh PDI P, PPP, Partai Demokrat, PKB, PAN, serta Partai Keadilan Sejahtera (PKS). Sedangkan untuk anggota DPD dari Propinsi Sumatera Barat dimenangkan oleh Irman Gusman, Zairin Kasim, Afdal, dan Muchtar Na'im. Pada Pemilihan Presiden Tahap 1 Pasangan Susilo Bambang Yudhoyono-Muhammad Yusuf Kalla menjadi pemenang pemilu diikuti oleh pasangan Megawati Soekarno Putri dan Hasyim Muzadi, sedangkan pada Pemilihan Presiden

⁶ Fadilah Putra, *Partai Politik dan Kebijakan Publik*, Yogyakarta: UII Press, 2003 hal. 91.

Tahap II, Pasangan Susilo Bambang Yudhoyono-Muhammad Yusuf Kalla kembali menjadi pemenang pemilu dengan meraih 62% suara sah, dan ditetapkan sebagai Presiden dan Wakil Presiden Republik Indonesia.

Khusus untuk kota Padang, dalam pemilu anggota legislatif PKS meraih 11 dari 45 kursi yang diperebutkan (naik 9 kursi dibandingkan pemilu 1999 yang cuma 2 kursi). Disusul oleh PAN, Partai Golkar, PPP, Partai Demokrat, Partai Bulan Bintang (PBB), PDI-P dan Partai Keadilan dan Persatuan Indonesia (PKPI). Sedangkan untuk pemilihan Presiden Tahap I Pasangan Amien Rais-Siswono Yudhohusodo meraih suara terbanyak diikuti oleh pasangan SBY-Kalla, dan pada Pilpres Tahap II dimenangkan oleh Pasangan SBY-Kalla.

Hasil pemilu yang mengalami perubahan yang signifikan ini berdasarkan penelitian dari IFES (*International Foundation for Election Systems*) bekerja sama dengan Polling Center KPU dikarenakan meningkatnya pengetahuan pemilih mengenai proses pemilu dan pengetahuan pemilih dalam memilih calon-calon yang akan mereka pilih⁵. Hal ini tidak terlalu jauh berbeda dengan hasil penelitian yang dikeluarkan oleh tim peneliti LP2P LIPI yang menyebutkan bahwa kesiapan masyarakat pedesaan dalam menghadapi pemilu baik itu legislatif dan pemilu presiden sudah semakin baik, dimana LP2P LIPI menyebutkan bahwa walaupun pengetahuan kognitif pemilih masih kurang tapi informasi yang mereka dapatkan secara "tidak sengaja" di televisi menjadi faktor utama pemilih memberikan pilihan politiknya⁷.

Faktor lain yang mungkin tidak bisa diabaikan adalah besarnya jumlah pemilih pemula yang mengikuti pemilu saat ini. Data KPU menunjukkan bahwa, dari 147,219 juta pemilih yang berhak memilih, sekitar 27 juta atau 20% adalah pemilih yang memilih untuk pertama kalinya atau hampir setara dengan 80 kursi DPR. Jadi, peneliti melihat faktor pemilih pemula ini menjadi salah satu faktor yang menyebabkan kenapa terjadi perubahan-perubahan pada pemilu 2004 ini. Sebuah survey yang dilaksanakan oleh Lembaga Riset Pemasaran *Frontiers* terhadap 2.500 pemilih pemula perkotaan di 5 kota besar pada bulan April 2003 menunjukkan kecenderungan bahwa pemilih pemula memilih partai-partai besar karena mengikuti trend dan gengsi.⁸ Selain itu, survey tersebut juga menyatakan bahwa faktor ketokohan dan primordialisme masih sangat tinggi dalam menentukan pilihan politik masyarakat.

Sementara penelitian tentang perilaku memilih di kota Padang sendiri pernah dilakukan oleh Suryanef dan AlRafni pada tahun 2001 yang meneliti tentang perilaku memilih generasi muda dalam pemilu⁹, serta tentang Isu dan Juru Kampanye serta Implikasinya terhadap perilaku memilih pada tahun 2003¹⁰, Doni Hendrik tahun 2003 tentang Perilaku Memilih Etnis Cina Dalam Pemilu Tahun 1999 di Kota Padang¹¹,

⁵ Lebih lanjut lihat *Press Release* IFES di <http://www.kpu.go.id/>

⁷ Lihat Hasil Penelitian Syatun Rozi dan LP2P LIPI "Pemilihan Presiden Langsung 2004 dan Kesiapan Masyarakat Pedesaan: Kasus di Lima Provinsi", Tidak dipublikasikan, Jakarta: 2004.

⁸ <http://www.kompas.com/kompas-cetak/0304/05/nasional/238749.htm>

⁹ Lihat Suryanef dan AlRafni, *Faktor-Faktor yang Menentukan Perilaku Memilih Generasi Muda Dalam Pemilu 1997*, Laporan Penelitian, Tidak Dipublikasikan, FIS UNP, Padang:2001

¹⁰ Lihat Suryanef dan AlRafni, *Isu dan Juru Kampanye serta Implikasinya Terhadap Perilaku Memilih*, Laporan Penelitian, Tidak Dipublikasikan, FIS UNP, Padang:2003

¹¹ Lihat Doni Hendrik, *Perilaku Memilih Etnis Cina*, Skripsi, Tidak Dipublikasikan, FISIP Unand, Padang: 2003

serta Asrinaldi A,dkk yang meneliti tentang *Political Response* dan Perilaku Memilih Masyarakat Miskin Perkotaan: Studi di Tiga Kota (Padang, Pekanbaru, dan Medan).¹²

Dalam hasil penelitiannya pada tahun 2001, Suryanef dan AlRafni menyimpulkan bahwa faktor utama yang mempengaruhi perilaku memilih generasi muda kota Padang adalah lingkak konsumsi media massa. Selain dari itu variabel penjelas lainnya seperti hubungan *patron-client*, pemahaman terhadap politik dan identifikasi kepartaian tidaklah terlalu signifikan pengaruhnya terhadap perilaku memilih.¹³ Sedangkan pada penelitian tahun 2003, Suryanef dan AlRafni menyimpulkan bahwa kampanye tidak begitu efektif mempengaruhi perilaku memilih, namun isu-isu kampanye menjadi hal yang penting dibandingkan penampilan juru kampanye dalam menentukan preferensi politiknya.

Dari penelitian-penelitian diatas, belum begitu banyak penelitian yang khusus mengenai perilaku politik masyarakat Kota Padang, terutama mengenai perilaku memilih pemilih pemula. Walaupun Suryanef dan AlRafni pernah melakukan penelitian tentang perilaku memilih generasi muda pada tahun 2001, namun masih dibutuhkan penelitian lebih lanjut mengenai perilaku memilih pemilih pemula di Kota Padang. Ini disebabkan selain terjadinya perubahan konfigurasi politik pada Pemilu 1999 serta terutama Pemilu 2004, juga terjadi perubahan yang cukup mendasar terhadap sistem pemilu dan tata cara pemilu Indonesia tahun 2004, dimana pemilih tidak lagi hanya memilih anggota legislatif namun juga anggota DPD serta presiden.

Dalam mazhab psikologis¹⁴, perilaku memilih dipengaruhi oleh beberapa faktor yang diantaranya adalah keterikatan seseorang terhadap partai politik atau identifikasi kepartaian dan orientasi seseorang terhadap calon anggota parlemen atau orientasi terhadap kandidat. Selain itu, Bambang Cipto¹⁵ menganalisis bahwa di beberapa negara berkembang seperti Chile, Brazil, maupun Argentina faktor popularitas seorang calon serta faktor bagaimana mengkampanyekan partai serta calon yang ada sangat mempengaruhi pilihan seorang pemilih dalam pemilu, terutama pemilu langsung (*run off*). Para pemilih pemula diperkotaan setidaknya juga dipengaruhi oleh ketiga faktor tersebut dalam menentukan pilihannya, karena dengan lingkak pendidikan serta kemudahan dalam mengakses sumber informasi maka pemilih pemula lebih mudah menentukan pilihannya.

B. Permasalahan

Pemilu yang dilakukan pada tahun 2004 ini seperti yang telah diutarakan diatas sangat berbeda dengan pemilu-pemilu sebelumnya yang dilaksanakan di Indonesia. Artinya pemilu ini, bukan hanya lebih kompleks tapi pemilu ini juga membutuhkan proses yang lumayan panjang, karena melibatkan 24 partai, ratusan calon anggota DPD serta 5 pasang calon presiden, sehingga bukan hal yang mudah

¹² Lihat Asrinaldi, *Political Response: Kaum Miskin Perkotaan 1998-2004: Kajian Tentang Preferensi Politik, Identifikasi Kepartaian, Dan Perilaku Memilih (Kasus Di Tiga Kota, Padang, Medan, Dan Pekanbaru)*. Laporan Penelitian, Tidak Dipublikasikan, Lembaga Penelitian Universitas Andalas, Padang: 2003

¹³ Doni Hendrik, *op.cit*, hal.8.

¹⁴ Teori-teori tentang perilaku memilih secara umum dapat dibagi kedalam tiga mazhab, yakni mazhab sosiologis, psikologis dan mazhab ekonomi, untuk penjelasan lebih lanjut akan dijelaskan dalam kerangka teori.

¹⁵ Bambang Cipto, *Op.cit*.

untuk menentukan pilihannya. Begitu juga dengan kota Padang, terjadinya perubahan komposisi hasil pemilu, yang agak jauh berbeda dengan hasil pemilu secara nasional menunjukkan bahwa perilaku memilih masyarakat kota Padang sangat berbeda.

Isu-isu dalam kampanye, orientasi pemilih terhadap calon dan keterikatan pemilih dengan sebuah partai akan mempengaruhi pilihan yang dibuatnya dalam pemilihan umum. Dengan seringnya pemilih mengikuti kampanye serta tingginya pengetahuan pemilih tersebut terhadap calon yang akan dipilih dan keterikatan baik itu secara emosional ataupun psikologis seorang pemilih maka akan dapat secara mudah pemilih tersebut menentukan pilihannya.

Dari asumsi diatas, permasalahan yang diteliti secara rinci adalah sebagai berikut :

1. Bagaimanakah pengaruh isu dalam kampanye dan orientasi terhadap kandidat terhadap perilaku memilih pemilih pemula Kota Padang dalam memilih anggota DPD pada pemilu 2004?
2. Bagaimanakah pengaruh identifikasi kepartaian, isu dalam kampanye dan orientasi terhadap kandidat terhadap perilaku memilih pemilih pemula Kota Padang untuk memilih anggota legislatif pada pemilu 2004?
3. Bagaimanakah pengaruh identifikasi kepartaian, isu dalam kampanye dan orientasi terhadap kandidat terhadap perilaku memilih pemilih pemula Kota Padang untuk memilih Presiden dan Wakil Presiden pada pemilu 2004?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh isu dalam kampanye dan orientasi terhadap kandidat terhadap perilaku memilih pemilih pemula kota Padang dalam memilih anggota DPD untuk pemilu tahun 2004.
2. Untuk mengetahui pengaruh identifikasi kepartaian, isu dalam kampanye dan orientasi terhadap kandidat terhadap perilaku memilih pemilih pemula kota Padang dalam memilih anggota legislatif pada pemilu tahun 2004.
3. Untuk mengetahui pengaruh identifikasi kepartaian, isu dalam kampanye dan orientasi terhadap kandidat terhadap perilaku memilih pemilih pemula kota Padang pada pemilihan Presiden dan Wakil Presiden dalam pemilu tahun 2004.

2. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini diantaranya adalah :

1. Secara akademis dapat dijadikan referensi tambahan bagi peneliti lain yang tertarik dengan permasalahan perilaku memilih, serta masalah perilaku politik pemilih pemula di Indonesia, khususnya perilaku memilih dalam pemilu.
2. Secara praktis dapat memberikan pemahaman kepada partai politik dan elit politik untuk meningkatkan partisipasi politik pemilih pemula, dengan memperbaiki cara-cara dalam melakukan sosialisasi politik dan pendidikan politik kepada masyarakat.

D. Kerangka Teori

Untuk menjelaskan tujuan-tujuan dan menjawab pertanyaan penelitian, maka digunakan kerangka konseptual serta teori sebagai berikut :

1. Perilaku Memilih (*Voting Behavior*)

Perilaku memilih berkaitan dengan tingkah laku individu dalam hubungannya dengan proses pemilu. Menurut Jack Plano¹⁶, perilaku memilih adalah salah satu bentuk perilaku politik yang terbuka. Sementara itu, Huntington dan Nelson¹⁷ menyebutkan perilaku memilih sebagai *electoral activity*, yakni termasuk pemberian suara (*votes*), bantuan untuk kampanye, bekerja dalam suatu pemilihan, menarik masuk atas nama calon, atau tindakan lain yang direncanakan untuk mempengaruhi proses pemilihan umum.

Selanjutnya perilaku memilih disini dikaitkan dengan proses pemungutan atau pemberian suara (*Voting*) dalam suatu pemilihan umum (pemilu). *Voting* merupakan kegiatan pengambilan keputusan dengan satu orang satu suara dalam pemilu yang diselenggarakan. Sedangkan menurut Haryanto¹⁸, *Voting* adalah kegiatan warga negara yang mempunyai hak untuk memilih dan terdaftar sebagai seorang pemilih, memberikan suaranya untuk memilih atau menentukan wakil-wakilnya.

Pemberian suara kepada salah satu kontestan merupakan suatu kepercayaan untuk membawa aspirasi pribadi, baik jangka pendek maupun jangka panjang. Kepercayaan yang diberikan, juga karena adanya kesesuaian nilai yang dimiliki arah tempat memberikan suara. Nilai yang dimaksud disini adalah preferensi yang dimiliki organisasi terhadap tujuan tertentu atau cara tertentu melaksanakan sesuatu. Jadi kepercayaan pemberi suara akan ada, jika seseorang telah memahami makna nilai yang dimiliki dalam rangka mencapai tujuan.

Untuk penelitian ini, konsep perilaku memilih yang digunakan dibatasi hanya sebagai bentuk pemberian suara (*voting*) dalam sebuah pemilihan umum.

2. Teori Perilaku Memilih

Menurut Josef Kristiadi¹⁹ penelitian mengenai perilaku memilih (*Voting Behavior*) dalam pemilu pada dasarnya mempergunakan beberapa mazhab yang telah berkembang selama ini yakni :

a. Mazhab Sosiologis

Mazhab sosiologis pada awalnya berasal dari Eropa yang kemudian berkembang di Amerika Serikat, yang pertama kali dikembangkan oleh Biro Penerapan Ilmu Sosial Universitas Colombia (*Colombia's University Bureau of Applied Social Science*), sehingga lebih dikenal dengan kelompok Colombia. Kelompok ini melakukan penelitian mengenai voting pada tahun 1948 dan 1952, dimana dalam karya tersebut terungkap perilaku memilih seseorang dipengaruhi oleh faktor-faktor lingkungan seperti sosial ekonomi, afiliasi etnik, tradisi keluarga,

¹⁶ Jack Plano. *Kamus Analisa Politik*. Jakarta: Rajawali, 1985, hal. 161

¹⁷ Samuel P Huntington dan Nelson W. Polsby.. *Partisipasi Politik di Negara Berkembang*. Jakarta: Rineka Cipta. 1990. Hal. 15

¹⁸ Haryanto. *Partai Politik: Suatu Tinjauan Umum*. Yogyakarta: Liberty, 1984. hal. 110

¹⁹ Lihat dalam Josef Kristiadi, *op cit*, hal. 39

keanggotaan terhadap organisasi, usia, jenis kelamin, pekerjaan, tempat tinggal, dan lain-lain.²⁰

Gerald Pomper (1978:195-205) yang termasuk dalam mazhab ini meneliti pengaruh pengelompokan sosial dalam studi *voting behavior* ke dalam dua variabel, yaitu variabel predisposisi sosial ekonomi keluarga pemilih dan predisposisi sosial ekonomi pemilih mempunyai hubungan yang signifikan dengan perilaku memilih seseorang. Dengan kata lain, preferensi politik keluarga, apakah preferensi politik ayah atau ibu akan berpengaruh pada preferensi politik anak.²¹

Hal lain yang menjadi sorotan dalam mazhab ini adalah agama, pendidikan, jenis kelamin, faktor geografis, budaya serta variabel sosial adalah variabel yang dominan dalam mempengaruhi seorang pemilih dalam menentukan pilihannya. Dalam hal ini dapat dijelaskan bahwa seorang pemilih cenderung untuk memilih partai yang memiliki agama yang sama dengannya, kemudian juga dalam beberapa daerah memiliki rasa kedaerahan yang kuat untuk mempengaruhi dukungan seseorang terhadap partai politik. Seperti PDI P yang dominan di Provinsi Bali dan Sumatera Utara, atau loyalitas terhadap PKB di Jawa Timur, PPP di Kalimantan dan Loyalitas Sulawesi Selatan terhadap Partai Golkar.²²

b. Mazhab Psikologis

Mazhab ini pertama kali dipergunakan oleh Pusat Penelitian dan Survey Universitas Michigan (*University of Michigan's Survey Research Centre*). Sehingga dikenal dengan sebutan kelompok Michigan. Hasil penelitian kelompok ini yang dikenal luas adalah *The Voter's Decide* (1954) dan *The American Voter* (1960).

Pendekatan ini muncul karena timbulnya ketidakpuasan terhadap pendekatan sosiologis yang kurang dapat menjelaskan secara metodologis kecenderungan-kecenderungan yang ada dalam suatu masyarakat. Misalnya sulitnya menentukan kriteria pengelompokan masyarakat dan mengapa suatu kelompok mendukung atau memilih partai politik tertentu, mazhab sosiologis hanya menjelaskan kecenderungan kelompok masyarakat mendukung partai tertentu. Selain itu, ada kecenderungan bahwa semakin lama dominasi kelas/kelompok masyarakat tertentu terhadap partai politik tertentu tidak lagi mutlak.

Menurut mazhab ini terdapat beberapa aspek yang mempengaruhi pilihan seseorang yaitu keterikatan seseorang dalam partai politik, orientasi seseorang terhadap calon anggota parlemen, orientasi seseorang terhadap isu-isu politik. Misalnya, kalau seseorang mempunyai kecenderungan mengidentifikasi diri dengan Partai Demokrat, dan kemudian terpicat isu-isu dan kandidat, maka dalam pemilu ia akan memilih Partai Demokrat. Inti mazhab ini adalah identifikasi seseorang terhadap partai tertentu yang kemudian akan mempengaruhi sikap orang tersebut terhadap para calon dan isu-isu politik yang berkembang. Kekuatan dan arah identifikasi kepartaian adalah kunci dalam menjelaskan sikap dan perilaku pemilih.

Secara panjang lebar Campbell (1950) menjelaskan proses terbentuknya perilaku pemilih dengan istilah "*Funnel of Causality*". Pengandaian itu dimaksudkan untuk menjelaskan fenomena voting yang didalam model terletak paling atas dan

²⁰ Josep Kristedi, *ibid*

²¹ Gerald Pomper seperti yang dikutip dalam Asrihadi, *op.cit*, hal.9

²² *ibid*, hal.11

"funnel"(Cerobong). Digambarkan bahwa di dalam cerobong terdapat as (axis) yang mewakili dimensi waktu. Kejadian-kejadian yang saling berhubungan satu sama lain bergerak dalam dimensi waktu tertentu mulai dari mulut sampai ujung cerobong. Mulut cerobong adalah latar belakang sosial (ras, agama, etnik, daerah), status sosial (pendidikan, pekerjaan, kelas) dan watak orang tua. Semua unsur tadi mempengaruhi identifikasi kepartaian seseorang yang merupakan bagian berikutnya dari proses tersebut. Pada tahap berikutnya, identifikasi kepartaian akan mempengaruhi penilaian terhadap para kandidat dan isu-isu politik.

Sedangkan proses yang paling dekat dengan perilaku pemilih adalah kampanye sebelum pemilu maupun kejadian-kejadian yang dibertakan oleh media massa. Masing-masing unsur dalam proses tersebut akan mempengaruhi perilaku pemilih, meskipun titik berat studi Kelompok Michigan adalah identifikasi kepartaian dan isu-isu politik para calon, dan bukan latar belakang sosial atau budayanya.²³

3. Pemilih dan Pemilih Pemula.

Pengertian pemilih dalam penelitian ini mengacu kepada Undang-Undang Nomor 12 tahun 2003 tentang Pemilihan Umum, dimana dijelaskan bahwa pemilih adalah Warga Negara Indonesia yang telah memiliki hak pilih/hak bersuara dengan memilih wakil rakyat yang dipercayai untuk duduk di lembaga pemerintahan.^{24,56}

Syarat menjadi pemilih menurut UU No.12 Tahun 2003 Pasal 14 ayat 1-3 adalah :

1. WNI yang pada hari pemungutan suara telah berusia 17 tahun atau sudah pernah menikah
2. Tidak sedang terganggu jiwa/ingatannya.
3. Tidak sedang dicabut hak pilihnya berdasarkan putusan pengadilan yang telah mempunyai kekuatan hukum tetap.
4. Terdaftar sebagai pemilih
5. Apabila telah terdaftar dalam Daftar Pemilih namun tidak lagi memenuhi syarat, maka ia tidak dapat menggunakan hak pilihnya.

Kategori tentang pemilih pemula menggunakan pengertian dari Komitran Partnership for Governance Reforms yang menyebutkan bahwa pemilih pemula adalah pemilih yang mengikuti pemilu untuk pertama kali yang berusia muda sekitar 17-22 tahun maupun yang belum berumur 17 tahun tapi sudah pernah menikah²⁵.

4. Identifikasi Kepartaian

Identifikasi kepartaian dipilih sebagai variabel penentu seorang pemilih menentukan pilihannya pada pemilihan umum, karena sebagai sebuah negara yang terdiri dari berbagai kelompok masyarakat atau etnis yang berbeda, maka pemilih di Indonesia, seperti dijelaskan diatas, memiliki kecondongan-kecondongan tertentu untuk mendasari hubungannya dengan sifat yang emosional dengan orang lain seperti keluarga, tokoh bahkan organisasi tertentu.

Identifikasi kepartaian diartikan sebagai bentuk perasaan seseorang secara personal terhadap partai yang dipilihnya. Faktor identifikasi kepartaian adalah faktor

²³ Kristiadi, *op cit*, hal.30-31

²⁴ UU No.12 Tahun 2003 Pasal 13

²⁵ Elza Faldi Taher dan Yulia Purnawati, *Panduan Pelatihan Pendidikan Pemilu 2004*, Jakarta: Komitran Partnership, 2003

jangka panjang yang penting dalam mempengaruhi pemberian suara pada pemilu. Mashab Michigan menekankan pada aspek psikologis dan identifikasi kepartaian bahwa orang belajar mengidentifikasi partai politik melalui proses sosialisasi gradual, kemudian pembentukan identifikasi kepartaian tersebut dianggap sama dengan cara seseorang mengembangkan afiliasi keagamaan pada masa kanak-kanak. Lebih lanjut Campbell menyatakan bahwa pemilih mengidentifikasikan diri mereka dan ini mempengaruhi serta menentukan perilaku pemilih.²⁵

5. Isu dalam Kampanye

Sedangkan kampanye dipilih sebagai salah satu variabel yang menjadi faktor utama pemilih menentukan pilihannya pada pemilihan umum karena pada dasarnya kampanye merupakan salah satu langkah kritis dalam pemilu. Dalam langkah ini, kampanye dapat mempengaruhi perilaku memilih seseorang, dimana kampanye berperan dalam menyampaikan isu-isu maupun program yang akan diangkat oleh partai ataupun tokoh tertentu.

Kampanye pemilu menurut Santoso Sastropoetra pada dasarnya adalah "penyebaran pesan dan mempunyai keinginan untuk membentuk dan mengubah sikap, pendapat dan tingkah laku dari sesama manusia yang menjadi objeknya". Disamping itu kampanye pemilu adalah bentuk komunikasi politik yang "halal" diselenggarakan oleh setiap partai politik.²⁷

Sebagai suatu bentuk komunikasi, menurut A.W.Widjaja²⁸ dalam kampanye terdapat sejumlah unsur dan komponen yang memungkinkan bagi terjadinya komunikasi. Unsur dan komponen tersebut adalah sumber (*source*), komunikator/penyampai pesan (*communicator*), pesan (*message*), saluran (*channel*), komunikan/penerima pesan (*communican*) dan hasil (*effect*). Sumber dapat dianggap sebagai lembaga tetap atau partai politik peserta pemilu, sedangkan hasil akan terlihat pada perilaku pemberian suara.

6. Orientasi terhadap kandidat.

Orientasi terhadap kandidat dipilih sebagai variabel karena dalam pelaksanaan pemilihan langsung seperti yang dilaksanakan pada Pemilu 2004 ini, pengenalan diri kandidat sangat dibutuhkan agar pemilih bisa mengenal kandidat tersebut dan nantinya akan terpengaruh untuk memilih kandidat itu. Popularitas dan reputasi seorang kandidat memegang kunci penting dalam hal ini.

Dalam mazhab Michigan, orientasi terhadap kandidat menjadi variabel dominan dalam memilih. Pengetahuan pemilih terhadap keberadaan kandidat akan berdampak pada hasil yang diperoleh kandidat tersebut dalam pemilihan. Biasanya pemilih akan memilih kandidat yang mereka kenal dan itu berarti popularitas dibutuhkan agar masyarakat dapat memilih kandidat itu, selain itu reputasi dan kemampuan (*capability*) kandidat juga memegang peranan penting.²⁹

Orientasi terhadap kandidat menjadi penting dalam sistem pemilihan langsung. Biasanya kandidat yang memiliki reputasi yang baik dihadapan pemilihnya

²⁵ J. Kristiadi, *op.cit*, hal.30

²⁷ Santoso Sastropoetra. *Propaganda*. Bandung, Alumni, 1991 hal. 16.

²⁸ A.W Widjaja. *Komunikasi*. Jakarta: Bina Aksara, 1986. hal:11-12.

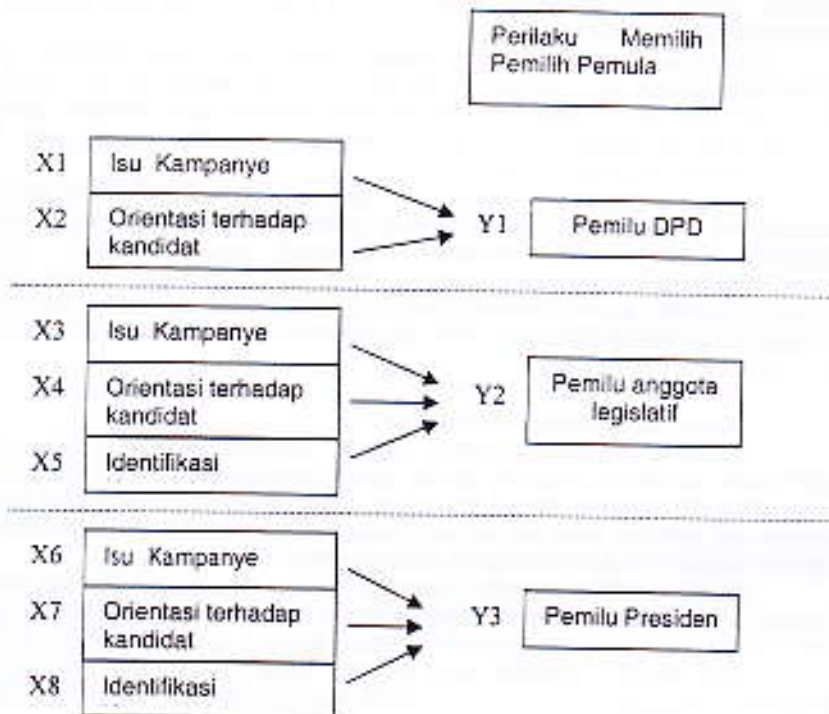
²⁹ J. Kristiadi, *op.cit*, hal.31

akan berpeluang dipilih. Apalagi kandidat yang berasal dari partai yang memerintah akan memiliki peluang yang lebih besar menempati jabatan-jabatan politik tertentu dibanding partai oposisi.

E. Variabel-Variabel Yang Digunakan

Dari penjelasan kerangka teori diatas, penulis dapat menggambarkan hubungan antar variabel sebagai berikut :

Bagan I.1
Hubungan Antar Variabel



F. Hipotesis

Dari pemahaman tentang teori dan variabel penjas dan diagram hubungan antar variabel diatas, maka hipotesis yang diajukan antara lain :

- a. Terdapat hubungan yang signifikan antara isu kampanye dan orientasi terhadap kandidat dengan dukungan seseorang terhadap tokoh tertentu dalam pemilu anggota DPD 2004.

- b. Tidak Terdapat hubungan yang signifikan antara identifikasi kepartaian dengan pilihan seorang pemilih terhadap partai dalam pemilu legislatif 2004.
- c. Terdapat hubungan yang signifikan antara isu kampanye dan orientasi terhadap kandidat dengan pilihan seorang pemilih terhadap partai dalam pemilu legislatif 2004.
- d. Tidak Terdapat hubungan yang signifikan antara identifikasi kepartaian dengan pilihan seseorang terhadap calon presiden dalam pemilu 2004.
- e. Terdapat hubungan yang signifikan antara isu kampanye dan orientasi terhadap kandidat dengan pilihan seseorang terhadap calon presiden dalam pemilu 2004.

G. Metode Penelitian

1. Pendekatan dan Tipe Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan menggunakan pendekatan kuantitatif. Dengan pendekatan kuantitatif maka diperoleh data-data empirik yang memungkinkan kita untuk melihat kecenderungan umum yang melatarbelakangi perilaku pemilih dalam pemilu melalui penganalisaan data-data dan angka.³⁰ Penggunaan pendekatan kuantitatif ini mempermudah peneliti untuk menganalisis korelasi antara berbagai variabel terukur, yang pada akhirnya memudahkan pelaksanaan penelitian ini. Penelitian perilaku politik mewajibkan peneliti harus mengukur perilaku yang sangat beragam, karena itu peneliti harus mengambil generalisasi dari perilaku-perilaku tersebut, dan proses ini lebih cocok dilakukan dengan metode kuantitatif.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian survey, metode penelitian survey dipakai untuk mengumpulkan data secara langsung karena yang menjadi populasi sangat besar untuk diobservasi secara langsung.³¹

Penelitian ini termasuk kedalam penelitian penjelasan (*explanatory research*) sebab dalam penelitian ini dilakukan pengujian terhadap hubungan kausal antara beberapa variabel berdasarkan hipotesis penelitian.³²

2. Teknik Pengumpulan Data

Data-data yang dikumpulkan dalam penelitian ini menggunakan beberapa teknik, baik untuk data primer dan data sekunder. Data primer adalah yang diperoleh langsung dari responden, yang dilakukan dengan penggunaan kuisioner. Sedangkan data sekunder merupakan data yang diperoleh dari pihak lain, baik itu berupa dokumentasi, data demografi, kondisi geografis, data-data tentang pemilu dan data-data lain yang memberikan informasi kepada peneliti.

3. Populasi Dan Sampel

Populasi adalah setiap unit analisis yang termasuk dalam hipotesis (*all the units of analysis to which a hypothesis applies*)³³. Atau semua individu yang menjadi

³⁰ Melly.G.Tan, *Penggunaan Data Kuantitatif:Metode Penelitian Masyarakat*, dalam Koentjeringrat (ed), Jakarta, PT. Gramedia, 1994, hal. 253

³¹ Affan Gaffar, *Javanese Voters*, Yogyakarta : Gadjah Mada University Press, 1992, hal. 27

³² Masri Singarimbun & Sofyan Elendi (ed), *Metode Penelitian Survey*, Jakarta:LP3ES, 1989, hal.5

sumber pengambilan sampel. Maka, populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pemilih pemula pada pemilu 2004 di daerah pemilihan Kota Padang. Sedangkan responden merupakan orang atau individu yang dapat memberikan informasi pada peneliti.

Untuk menentukan apakah seorang pemilih dikategorikan sebagai pemilih pemula atau tidak maka digunakan kriteria berikut ini :

1. WNI yang telah berusia 17 tahun atau telah pernah menikah
2. Terdaftar sebagai pemilih
3. Bertempat tinggal di Kecamatan Padang Barat dan Padang Utara Kota Padang.

Sampel adalah sebagian dari populasi (*a portion of a population*)³⁴, Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Stratified Random Sampling*, yang mana berarti pengambilan sampel secara probabilitas dimana setiap elemen dari satu atau lebih karakteristik dikelompokkan, dan elemen tersebut dipilih dari setiap kelompok secara proporsional dengan memperhatikan representasi setiap kelompok dari total populasi (*A Probability Sample in which elements sharing one or more characteristics are grouped, and elements are selected from each group in proportion to the group's representation in the total population*)³⁵, yaitu:

1. Kota Padang dibagi kedalam 11 kecamatan, dan untuk penelitian ini difokuskan kepada 2 kecamatan saja yang tergabung kedalam daerah pemilihan Padang 1 yakni Kecamatan Padang Barat dan Kecamatan Padang Utara, Daerah Pemilihan Padang 1 dipilih karena daerah pemilihan ini berada di pusat pemerintahan.
2. Dari kecamatan tersebut, dipilih 2 kelurahan dengan kategori kelurahan yang dekat dari pusat pemerintahan yang berarti diasumsikan pemilih pemula disana memiliki sumber informasi yang cukup tentang pemilu serta kelurahan yang jauh dari pusat pemerintahan. Untuk Padang Barat, kelurahan yang dipilih adalah kelurahan Ujung Gurun sebagai kelurahan yang dekat dengan pusat pemerintahan. Sedangkan untuk Kecamatan Padang Utara, dipilih kelurahan Air Tawar Barat sebagai kelurahan yang jauh dari pusat pemerintahan dan dengan jumlah pemilih pemula terbanyak serta berada di pusat pendidikan.
3. Dari setiap kelurahan sampel, dipilih 5 TPS secara acak dengan memperhatikan jumlah dan komposisi penduduk³⁶.
4. Dari Daftar Pemilih Tetap di 5 TPS, dibuat kerangka daftar sample pemilih pemula di kelurahan tersebut.
5. Dari Daftar Pemilih Pemula Kelurahan, dipilih responden secara acak sederhana dengan menggunakan *sampling Fraction*.³⁷

³⁴ Janet B. Johnson dan Richard A. Joslyn, *Political Science Research Methods Second Edition*, Washington: Congressional Quarterly Inc, 1991 hal. 166

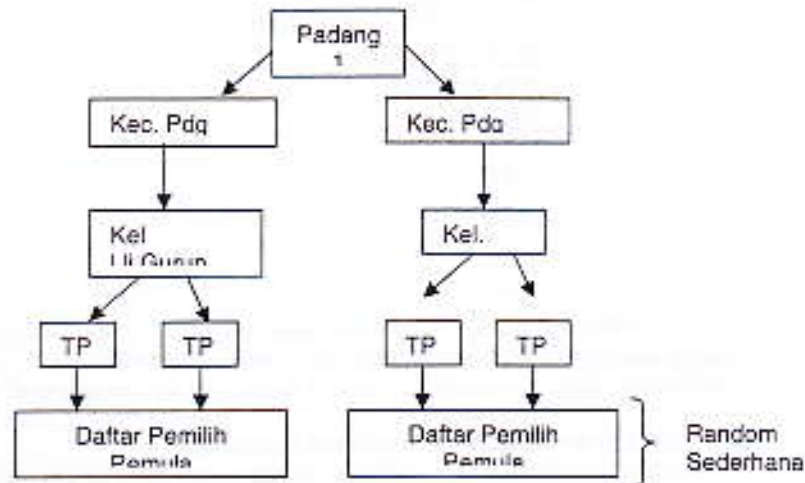
³⁵ *Ibid*, hal. 166

³⁶ *Ibid*, hal. 167

³⁷ Pengambilan sample dari TPS dilakukan karena kerangka *sampling* yang tersedia adalah Daftar Pemilih Tetap per TPS.

³⁸ *Sampling Fraction* adalah angka yang menunjukkan seberapa besar kesempatan seorang anggota populasi dijadikan anggota sample.

Bagan 1.2 Teknik Pengambilan Data



Untuk menentukan jumlah sampel dalam penelitian ini digunakan rumus Frank Lynck³⁸, sebagai berikut:

$$n = \frac{NZ^2 \cdot P(1-P)}{Nd^2 + Z^2(1-P)}$$

dimana:

n = Jumlah Sampel

N = Populasi

Z = nilai variable normal (1,96) untuk tingkat kepercayaan 95%

P = harga patokan terlinggi (0,50)

D = Sampling Error = 0,10

Dari data pemilih tetap KPU per 5 April 2004 diketahui bahwa untuk jumlah pemilih di Kelurahan Ujung Gurun kecamatan Padang Barat sebanyak 3813 dengan jumlah pemilih pemula sebanyak 646 orang, dan di Kelurahan Air Tawar Barat kecamatan Padang Utara sebanyak 12.773 orang dan jumlah pemilih pemula yang menjadi populasi sebanyak 2173 orang³⁹, sehingga total populasi adalah 2819 orang maka besarnya sampel dalam penelitian ini adalah :

³⁸ Sugianto dkk, *Teknik Sampling*, 2001. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

³⁹ Diolah dari Daftar Pemilih Tetap yang dikeluarkan oleh Komisi Pemilihan Umum untuk Pemilu Presiden Tahap II.

$$\begin{aligned} n &= \frac{2819 \cdot (1,96)^2 \cdot 0,50 (1-0,50)}{2819 (0,10)^2 + (1,96)^2 0,50 (1-0,50)} \\ &= \frac{2819 \cdot 3,841 \cdot 0,25}{2819 \cdot 0,01 + 3,841 \cdot 0,25} \\ &= \frac{2706,94475}{29,15025} \\ &= 92,86 \\ &= 93 \text{ orang.} \end{aligned}$$

Minimum jumlah responden ialah 93 orang (untuk memudahkan penghitungan dikenakan menjadi 100 orang), yang terdiri dari 30 orang di Kelurahan Ujung Gurun dan 70 orang di Kelurahan Air Tawar Barat⁴⁰.

4. Validitas dan Reabilitas Instrumen Penelitian.

Pengujian validitas dan reabilitas adalah proses menguji butir-butir pertanyaan yang ada dalam sebuah kuisioner, apakah isi dalam butir-butir pertanyaan tersebut valid dan realibel. Valid dalam artian pertanyaan-pertanyaan yang ada dapat mengukur apa yang ingin diukur dan realibel adalah apakah hasil pengukuran tersebut akan relatif konsisten apabila pengukuran diulangi dua kali atau lebih.⁴¹

Untuk mengetahui butir-butir tersebut valid dan realibel dilakukan dengan memasukkan data hasil jawaban responden yang ada dalam program SPSS, kemudian dilakukan uji signifikansi dengan uji t yang kemudian diolah dengan rumus :

$$t = \frac{r}{\sqrt{\frac{1-r}{n-2}}}$$

Ket: r = Corrected item total correlations
N = Jumlah sampel

Dari hasil perhitungan diperoleh bahwa t hitung lebih besar dari t tabel, reabilitas dapat tercapai. Sementara validitas dari instrumen penelitian telah dapat dicapai oleh 71 butir pertanyaan dalam uji kuisioner yang digunakan dalam penelitian ini.

5. Unit Analisis

⁴⁰ Jumlah sample per kelurahan ditentukan berdasarkan proporsi jumlah pemilih pemula dalam kelurahan tersebut

⁴¹ Masri Singarimbun, *op. cit.*, hal. 123

Unit analisis dalam penelitian ini adalah individu-individu yang mengikuti pemilu untuk pertama kalinya pada tahun 2004 dan tinggal di kecamatan Padang Barat dan Padang Utara.

6. Analisis Data

Analisis data adalah proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan⁴². Data yang diperoleh adalah data-data empirik, dengan demikian, maka proses penganalisaan data menggunakan analisis data kuantitatif atau analisis statistik dalam bentuk analisis tabulasi silang atau teknik elaborasi yakni metode analisis yang paling sederhana tetapi memiliki daya menerangkan cukup kuat untuk menjelaskan hubungan antarvariabel.⁴³

7. Prosedur Uji Hipotesis

Salah satu hal terpenting yang harus diperhatikan dalam memilih metode untuk menguji hipotesis adalah memperhatikan jenis pengukuran variabel pengaruh dan terpengaruh yang dipakai. Jika kedua variabel menggunakan alat pengukuran skala interval dan rasio, misalnya, metode yang cocok untuk menguji hipotesis tersebut adalah analisis korelasi dan regresi.

Dalam penelitian ini, *dependent variable* (voting) menggunakan jenis pengukuran skala nominal, sementara *independent variable* (identifikasi kepartaian, isu kampanye, orientasi terhadap kandidat) menggunakan alat pengukuran skala ordinal. Alat analisis yang paling tepat adalah tabulasi silang antar variabel. Untuk memperkuat kesimpulan dari suatu tabel yang menghubungkan dua variabel, dilakukan uji statistik dengan teknik *Chi-Square*. Sedangkan untuk mengetahui hubungan antara variabel pengaruh dan variabel terpengaruh atau antara variabel X dengan variabel Y digunakan koefisien kontingensi (*coefficient of contingency*).⁴⁴

H. Definisi Konseptual

Penelitian yang dilakukan ini menggunakan beberapa konsep dan variabel seperti dijelaskan berikut ini:

1. **Perilaku memilih** adalah kegiatan yang dilakukan oleh seorang pemilih dalam menetapkan pilihannya dan memberikan suaranya pada sebuah pemilihan umum baik untuk memilih partai kontestan pemilu ataupun kandidat presiden. Perilaku memilih ini sering disebut juga sebagai *Voting*. *Voting* merupakan kegiatan pengambilan keputusan dengan satu orang satu suara dalam suatu pemilihan umum.
2. **Pemilih pemula** adalah Warga Negara Indonesia yang telah memiliki hak pilih/hak bersuara dengan memilih wakil rakyat yang dipercayai untuk duduk di lembaga pemerintahan untuk pertama kalinya dan berumur antara 17-22 tahun atau dapat juga berumur dibawah 17 tahun jika telah menikah.
3. **Identifikasi kepartaian** adalah ikatan psikologis seseorang secara personal terhadap partai yang dipilihnya tanpa adanya pengakuan legal ataupun bukti formal. Identifikasi kepartaian didasari dari kecenderungan-kecenderungan

⁴² *ibid*, hal. 263

⁴³ *ibid*, hal. 273

⁴⁴ Masri Singarimbun, *op.cit*, hal. 287

sifat emosional dalam hubungannya dengan orang lain seperti keluarga, tokoh, bahkan organisasi tertentu.

4. **Kampanye pemilu** adalah penyebaran pesan dan mempunyai keinginan untuk membentuk dan mengubah sikap, pendapat dan tingkah laku sesama manusia yang menjadi objeknya. Sebagai sebuah alat komunikasi politik, maka kampanye memiliki unsur dan komponen yakni sumber, komunikator, pesan, saluran, komunikan dan hasil.
5. **Orientasi terhadap kandidat** adalah pengetahuan pemilih terhadap kandidat atau calon yang ada. Pengetahuan terhadap kandidat terkait dengan popularitas, reputasi, serta kemampuan (*capability*) kandidat dalam memegang sebuah peranan penting di jabatan publik.

1. Definisi Operasional

Penelitian yang ini menggunakan beberapa definisi operasional seperti dijelaskan berikut ini:

1. Perilaku Memilih

Perilaku memilih diukur dengan melihat pilihan pemilih pemula pada pemilu yang meliputi pemilu anggota DPD, pemilu anggota legislatif serta pemilu presiden. Dengan pengertian meliputi pilihan pada kertas suara serta pengetahuan setelah pemberian suara. Jenis alat ukur yang digunakan adalah nominal.

2. Identifikasi Kepartaian

Identifikasi kepartaian diukur dengan menggunakan beberapa indikator sebagai berikut :

Tabel 1.2

Indikator untuk Variabel Identifikasi Kepartaian dalam Pemilu Legislatif

NO	Alat Ukur	Jenis Data	Pilihan Jawaban
1.	Derajat simpati terhadap sebuah partai	Ordinal	sangat simpati, simpati, cukup simpati, kurang simpati, tidak simpati
2.	Derajat kedekatan seseorang dengan partai tertentu	Ordinal	sangat dekat, dekat, cukup dekat, kurang dekat, tidak dekat
3.	Alasan simpati dan dekat dengan partai tertentu	Nominal	Karena program yang rasional dan realistis; Karena simpati dengan isu yang dikembangkannya; Karena se-ideologi dan atau seagama; Karena keluarga dan lingkungan saya bersimpati; Karena simpati terhadap tokoh atau orangnya.
4.	Derajat kesukaan orang tua terhadap partai	Ordinal	sangat suka, suka, cukup suka, kurang suka, tidak

	tertentu		suka
5.	Derajat pengaruh isu-isu tertentu yang dilontarkan sebuah partai	Ordinal	sangat terpengaruh, terpengaruh, cukup terpengaruh, kurang terpengaruh, tidak terpengaruh
6.	Derajat mensosialisasikan sebuah partai kepada orang lain	Ordinal	sangat terpengaruh, terpengaruh, cukup terpengaruh, kurang terpengaruh, tidak terpengaruh
7.	Derajat perasaan terhadap sebuah partai	Ordinal	sangat gembira, gembira, cukup gembira, kurang gembira, tidak gembira

Sedangkan untuk pemilu presiden, indikator yang digunakan adalah :

Tabel 1.3

Indikator untuk Variabel Identifikasi Kepartaian dalam Pemilu Presiden

N o.	Alat Ukur	Jenis Data	Pilihan Jawaban
1	Derajat pengetahuan tentang calon yang diajukan partai	Ordinal	sangat kenal, kenal, cukup kenal, kurang kenal, tidak kenal
2	Derajat pengetahuan tentang saran partai	Ordinal	ya, tidak, tidak tahu
3	Pilihan partai sesuai dengan pilihan presiden	Ordinal	sesuai, tidak sesuai, tidak tahu

3. Isu Kampanye

Dalam penelitian ini isu kampanye yang dilihat adalah⁴⁵:

Tabel 1.4

Indikator untuk Variabel Isu Kampanye

No.	Alat Ukur	Jenis Data	Pilihan Jawaban
1	Intensitas kontak responden dengan kampanye yang dilakukan para calon melalui kampanye dalam bentuk a. penyebaran melalui media cetak b. penyiaran melalui radio	Ordinal	Sangat sering, sering, cukup sering, kurang sering, tidak pernah

⁴⁵ Leaflet Pemilihan Umum 2004, KPU, Jakarta: 2004.

	<p>c. dan/atau televisi penyebaran bahan kampanye kepada umum serta pemasangan alat peraga di tempat umum,</p> <p>d. pertemuan terbalas / tatap muka dan</p> <p>e. rapat umum</p>		
2	Alasan mengikuti kampanye	Ordinal	Ingin mengetahui program kerja, tertarik dengan calon, diajak teman/keluarga, diberi materi untuk mengikuti kampanye tersebut, kebetulan lewat dilokasi
3	Derajat pengetahuan tentang apa yang disampaikan dalam kampanye	Ordinal	Visi dan misi, program kerja, pengenalan calon, ajakan memilih; visi dan misi, program kerja, pengenalan calon, ajakan memilih, hiburan; Pengenalan calon, ajakan memilih, hiburan; Pengenalan calon, hiburan; Hiburan
4	Ketertarikan dengan isi kampanye	Ordinal	sangat tertarik, tertarik, cukup tertarik, kurang tertarik, tidak tertarik
5	Ketertarikan terhadap cara penyampaian program dan isu kampanye	Ordinal	sangat tertarik, tertarik, cukup tertarik, kurang tertarik, tidak tertarik
6	Ketertarikan terhadap juru kampanye	Ordinal	Sangat tertarik, tertarik, cukup tertarik, kurang tertarik, tidak tertarik

4. Orientasi Terhadap Kandidat

Orientasi terhadap kandidat atau calon akan diukur melalui:

Tabel 1.5

Indikator untuk Variabel Orientasi Terhadap Kandidat

No.	Alat Ukur	Jenis Data	Pilihan Jawaban
1	Sumber pengetahuan responden mengenai calon yang ada	ordinal	Kampanye, media massa, kiprah, partai, pernah bertemu

2	Pengetahuan responden mengenai latar belakang pendidikan calon	ordinal	Sangat Mengetahui, Mengetahui, cukup Mengetahui, kurang Mengetahui, tidak Mengetahui
3	Pengetahuan responden mengenai jabatan terakhir calon	ordinal	Sangat Mengetahui, Mengetahui, cukup Mengetahui, kurang Mengetahui, tidak Mengetahui
4	Pengetahuan responden mengenai visi misi dan program kerja calon	ordinal	Sangat Mengetahui, Mengetahui, cukup Mengetahui, kurang Mengetahui, tidak Mengetahui
5	Keyakinan responden mengenai kapabilitas calon	ordinal	Sangat Yakin, Yakin, cukup Yakin, kurang Yakin, tidak Yakin

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Karakteristik Responden

Dalam penelitian ini responden yang dijadikan objek penelitian adalah pemilih yang baru pertama kali mengikuti pemilihan umum pada Pemilu 2004 yang berdomisili di kecamatan Padang Barat khususnya dikelurahan Ujung Gurun dan di kecamatan Padang Utara yakni di kelurahan Air Tawar Barat.

a. Berdasarkan Jenis Kelamin dan Agama

Dari 100 orang responden, 43 orang berjenis kelamin laki-laki dan 57 orang berjenis kelamin perempuan, walaupun jumlah responden laki-laki dan perempuan seimbang namun ketika dilakukan pemilihan sampel tidak dipisahkan antara responden laki-laki dan perempuan karena digunakan sistem *stratified random sampling* sehingga probabilitas antar responden sama, responden 99 persen beragama Islam dan hanya satu orang yang beragama Kristen Katolik.

Tabel 3.1
Umur Responden dan Jenis Kelamin Responden (dalam persen)

Umur	Jenis Kelamin		Total
	Laki-Laki	Perempuan	
17 tahun	5	10	15
18 tahun	14	9	23
19 tahun	3	6	9
20 tahun	7	8	15
21 tahun	3	10	13

22 tahun	11	14	25
Total	43	57	100

Sumber : Data Primer, 2005

b. Berdasarkan Umur dan Pendidikan Responden

Sedangkan umur rata-rata responden berkisar antara 17-22 tahun, dengan komposisi 15 orang berumur 17 tahun, 23 orang berumur 18 tahun, 9 orang berumur 19 tahun, 15 orang berumur 20 tahun, 13 orang berumur 21 tahun dan 25 orang berumur 22 tahun, dan tidak ada responden yang berumur dibawah 17 tahun. Status sebagian besar dari para responden belum menikah, hanya 1 orang yang sudah menikah. Adapun tingkat pendidikan yang di dapat para responden pada umumnya mereka telah menamatkan tingkat pendidikan formal SMA dan hanya 32 responden yang baru menamatkan pendidikan SLTP. Di lihat dari status, umumnya para responden berstatus sebagai mahasiswa dan hanya 32 responden yang masih sekolah di Tingkat SLTA serta 7 orang responden lainnya telah bekerja (lihat tabel 3.2).

Tabel 3.2
Tingkat Pendidikan dan status Responden (dalam persen)

Pendidikan Terakhir	Status			
	Siswa SMU	Mahasiswa	Bekerja	Total
Tamat SLTP	32			32
Tamat SLTA		61	7	68
Total	32	61	7	100

Sumber : Data Primer, 2005

2. Perilaku Memilih Pemilih Pemula Pada Pemilu Anggota DPD

a. Pendahuluan

Pemilihan Umum 2004 lalu merupakan pemilu yang pertama kali memilih Anggota DPD untuk duduk di Dewan Perwakilan Daerah, dimana masing-masing provinsi di Indonesia akan diwakili oleh 4 orang anggota DPD yang mendapatkan suara terbanyak di provinsi tersebut. Untuk provinsi Sumatera Barat, terdapat 32 orang calon anggota DPD yang ikut berkompetisi dalam pemilu 2004 untuk merebut kursi sebagai wakil Sumatera Barat di DPD.

b. Pilihan Anggota DPD berdasarkan Jenis Kelamin

Dari penelitian yang dilakukan terhadap pertanyaan *siapakah calon anggota DPD yang dipilih oleh responden pada Pemilu 2004* lalu, sebanyak 9 orang responden perempuan dan 9 orang responden laki-laki menyatakan bahwa mereka memilih Irman Gusman, 2 responden yang terdiri dari 1 orang laki-laki dan 1 orang perempuan memilih Zairin Kasim, 3 orang responden laki laki dan 4 orang responden perempuan memilih Muchtar Naim, 1 responden laki-laki memilih Januar Muin, 1 responden laki-laki memilih Irfanda Abidin, sedangkan sebanyak 26 orang responden laki-laki dan 26 orang responden perempuan merahasiakan pilihannya dan 19 orang responden lainnya yang terdiri dari 2 orang laki-laki dan 17 orang perempuan tidak ingat siapa anggota DPD yang mereka pilih (lihat tabel 3.3)

Tabel 3.3
Pilihan Anggota DPD berdasarkan Jenis Kelamin (dalam persen)

DPD	Jenis Kelamin		Total
	Laki-Laki	Perempuan	
Irman Gusman	9	9	18
Zairin Kasim	1	1	2
Muchtar Naim	3	4	7
Januar Muin	1		1
Irfanda Abidin	1		1
Rahasia	26	26	52
Tidak Ingat	2	17	19
Total	43	57	100

Sumber : Data Primer, 2005

Catatan : Chi-Square tidak signifikan pada 0,05 ($\chi^2 = 12,265$, 6 df.

$P < 0,05$),

H_0 diterima

c. Pengetahuan Responden Pasca Pemilu

Pengetahuan responden mengenai apakah calon yang mereka pilih pada pemilu lalu lolos untuk mewakili Sumatera Barat di Dewan Perwakilan Daerah cukup tinggi, hal ini terlihat dari jawaban sebagian besar responden yang menyatakan bahwa calon mereka terpilih ataupun tidak terpilih yakni sebanyak 69 orang responden. 14 dari 18 orang responden yang memilih Irman Gusman mengetahui bahwa calonnya terpilih menjadi anggota DPD, 2 orang responden yang memilih Zairin Kasim juga mengetahui bahwa calonnya terpilih, begitu juga 7 responden yang memilih Muchtar Naim, dari 52 orang responden yang merahasiakan pilihannya, 31 orang mengaku bahwa calonnya adalah salah seorang dari 4 anggota DPD asal Provinsi Sumatera Barat yang duduk di kantor DPD di Jakarta dan 7 orang lainnya menyatakan bahwa calon mereka tidak berhasil memenangkan pemilu lalu (lihat tabel 3.6).

Tabel 3.6
Pilihan Anggota DPD dan Pengetahuan Pasca Pemilihan (dalam persen)

DPD	Tidak Tahu		Total	
	Terpilih	Tidak Terpilih	Terpilih	Tidak Terpilih
Irman Gusman	4		14	18
Zairin Kasim			2	2
Muchtar Naim			7	7
Januar Muin		1		1
Irfanda Abidin		1		1
Rahasia	14	7	31	52
Tidak Ingat	13	3	3	19
Total	31	12	57	100

Sumber : Data Primer, 2005

Catatan : Chi-Square signifikan pada 0,05 ($\chi^2 = 40,332$, 12 df. $P > 0,05$), H_0 ditolak

d. Isu dalam Kampanye Pada Pemilu DPD

Kampanye Pemilu adalah kegiatan Peserta Pemilu dan/atau calon anggota DPR, DPRD Provinsi, dan DPRD Kabupaten/Kota untuk meyakinkan para pemilih dengan menawarkan program-programnya.⁴⁶ Yang dapat dilakukan dengan berbagai cara seperti pertemuan terbatas, tatap muka, penyiaran melalui media massa, penyebaran bahan kampanye kepada umum, pemasangan simbol/ atribut/ alat peraga di tempat umum, rapat umum dan kegiatan lain yang tidak melanggar peraturan perundang-undangan.⁴⁷

e. Pengaruh Orientasi terhadap kandidat

1. Pengenalan Terhadap Kandidat

Orientasi terhadap kandidat menjadi sebuah faktor yang determinan dalam pemilihan umum yang diselenggarakan secara langsung. Biasanya para pemilih lebih cenderung memberikan evaluasi terhadap kandidat berdasarkan popularitas kandidat tersebut dalam suatu daerah pemilihan, reputasi yang dimiliki kandidat dan kemampuan kandidat yang bersangkutan. Evaluasi yang dilakukan terhadap kandidat dipengaruhi oleh sejarah dan pengalaman masa lalu kandidat yang bersangkutan.

Para responden yang memilih calon anggota DPD pada pemilu lalu sebagian besar mengaku tidak terlalu mengenal calon anggota DPD yang mereka pilih (lihat tabel 3.17). 32 persen responden mengaku tidak mengenal calon tersebut dan 31 persen responden lainnya kurang begitu mengenal calon yang mereka pilih, hanya sekitar 18 persen responden yang kenal baik dengan para calon tersebut. Dari tabel dibawah, terlihat para responden yang memilih Muchtar Naim lebih mengenal calon tersebut dibandingkan calon lain, hal ini seperti telah diutarakan diatas disebabkan karena domisili Muchtar Naim yang bertempat tinggal di Air Tawar Barat. Berbeda dengan Muchtar Naim, responden yang memilih Zairin Kasim cenderung kurang mengenal calon mereka tersebut, walaupun Zairin Kasim berhasil memperoleh suara yang cukup tinggi di Sumatera Barat, hal ini menurut peneliti dikarenakan sosok Zairin Kasim sebagai seorang pengusaha sukses sehingga mendapat simpati dan menjadi pilihan masyarakat Sumatera Barat.

Tabel 3.17
Pengenalan Responden Terhadap Calon Anggota DPD (dalam persen)

Pilihan DPD	kenal dengan calon				
	Tidak Kenal	Kurang Kenal	Cukup Kenal	Kenal	Sangat Kenal
Irman Gusman	5	7	4	1	1
Zairin Kasim	1	1			
Muchtar Naim	2	1	1	2	1
Januar Muin				1	
Irfianda Abidin				1	
Rahasia	16	14	12	9	1

⁴⁶ UU No. 12 Tahun 2003, Pasal 1 Ayat 11.

⁴⁷ *Ibid*, Pasal 72.

Tidak Ingat	8	8	2	1	
Total	32	31	19	15	3

Sumber : Data Primer, 2005

Catatan : *Chi-Square* tidak signifikan pada 0,05 ($\chi^2 = 24,096$, 24 df, $p < 0,05$) H_0 diterima

2. Sumber Pengetahuan Responden

Pengenalan seorang calon kepada para voters seharusnya berlangsung terus menerus dan tidak terputus agar kelak pada pemilu selanjutnya calon tersebut akan dipilih kembali oleh pemilihnya. Untuk pemilu anggota DPD, responden yang terdiri dari para pemilih pemula sebagian besar mengutarakan kecenderungan bahwa mereka mengenal calon hanya pada saat kampanye pemilu berlangsung, sebanyak 59 orang responden mengenal calon tersebut pada bulan-bulan diadakannya kampanye, dan hanya 12 orang responden yang telah cukup lama kenal dengan calon yang dipilihnya. 14 dari 17 orang responden yang memilih Iman Gusman baru mengenal sosok ini beberapa bulan sebelum pemilu, begitu juga dengan responden yang memilih Zairin Kasim mengenal calon ini pada saat kampanye anggota DPD berlangsung (lihat tabel 3.18).

Efektivitas kampanye yang dilakukan oleh para calon anggota DPD dapat mengenai sasaran yang diinginkan, yakni sosok mereka lebih dikenal dan diketahui oleh para pemilih, dan dengan media-media kampanye seperti poster yang disebarakan menyebabkan voters mengenal setidaknya-tidaknya nama calon tersebut dan pada akhirnya akan mereka pilih pada saat pencoblosan.

Tabel 3.18
Lama Responden Kenal dengan Calon Anggota DPD (dalam persen)

Pilihan DPD	sejak kapan kenal	1 bulan (saat kampanye)	3 bulan	1 tahun	3 tahun	5 tahun
	Iman Gusman		8	6	2	
Zairin Kasim		2				
Muchtar Naim		3		2	1	1
Januar Muin						1
Irfanda Abidin			1			
Rahasia		30	7	7	3	3
Tidak Ingat		16		1		1
Total		59	14	12	4	7

Sumber : Data Primer, 2005

Catatan : *Chi-Square* signifikan pada 0,05 ($\chi^2 = 38,197$, 24 df, $p > 0,05$) H_0 ditolak

Selain kampanye, pengenalan seorang pemilih terhadap calon yang akan mereka pilih dapat dilakukan melalui media massa maupun kiprah tokoh tersebut dalam masyarakat. Untuk pemilu anggota DPD, faktor media massa dan kiprah tokoh tersebut dalam bermasyarakat merupakan salah satu faktor yang determinan yang menentukan pilihan responden. Hampir 80 persen responden mengenal calon anggota DPD tersebut lebih jauh melalui kampanye, media massa serta kiprah mereka dalam masyarakat dan hanya 17 orang responden yang pernah bertemu dengan calon tersebut (lihat tabel 3.19).

Tabel 3.19
Sumber Pengetahuan Responden Mengenai Calon Anggota DPD (dalam persen)

darimana kenal	Pilihan DPD								Total
	Irman Gusman	Zairin Kasim	Muchtar Naim	Januar Muin	Irfianda Abidin	Rahasi a	Tidak Ingat		
Kampanye		1				4	1	6	
Kampanye,media massa	7		3			14	11	35	
Kampanye,media massa, kiprah	6		1			10	1	18	
Kampanye,media massa, kiprah, Partai	3	1	1		1	14	4	24	
Kampanye,media massa, kiprah, pernah bertemu	2		2	1		10	2	17	

Sumber : Data Primer, 2005

Catatan : *Chi-Square* tidak signifikan pada 0,05 ($\chi^2 = 28,880$, 24 df, $p < 0,05$) H_0 diterima

3. Pembahasan

Responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini memiliki sikap dan perilaku yang menarik dan cenderung unik. Hal ini dapat dilihat dari jawaban-jawaban yang diberikan dalam menjawab pertanyaan peneliti. Responden yang sering mengikuti kampanye yang dilakukan oleh anggota DPD melalui media cetak yakni sebanyak 65 persen dan media elektronik sebanyak 49 persen maupun melalui penyebaran bahan kampanye kepada masyarakat umum sebanyak 53 persen, namun mereka sangat jarang dan bahkan tidak pernah mengikuti kampanye yang berbentuk pertemuan terbatas atau tatap muka serta rapat umum. Akan tetapi, responden tersebut dapat dikategorikan sebagai pemilih yang rasional (30 dari 50 orang responden) dan hanya 9 responden yang terkategori sebagai pemilih mobilisasi dan pemilih tradisional. Sebagian besar responden menilai bahwa yang disampaikan dalam kampanye baik itu melalui media-media ataupun kampanye yang langsung berhadapan dengan audience adalah penjabaran Visi Misi, program kerja, pengenalan terhadap calon,

ajakan untuk memilih calon tersebut serta diselingi dengan unsur hiburan. Sebanyak 95 persen responden yang mengakui bahwa kampanye menjadi ajang penyampaian Visi dan misi, namun mereka cenderung tidak tertarik dengan apa yang disampaikan tersebut walaupun cara penyampaian dan juru kampanye yang menyampaikan isu dan program kerja mereka nilai cukup meyakinkan.

Rata-rata responden tidak terlalu mengenal calon anggota DPD yang mereka pilih, hanya 18 persen responden saja yang mengenal dengan baik calon tersebut. Responden sebagian besar (73 persen) juga baru mengenal calon anggota DPD pada saat "wabah" pemilu mulai muncul, yakni 1-3 bulan sebelum pemilihan umum. Kampanye, media massa serta kiprah dalam masyarakat merupakan sumber pengetahuan utama responden untuk mengenal para calon anggota DPD (42 persen).

Pengelahuan 55 persen responden mengenai latar belakang pendidikan calon anggota DPD serta jabatan terakhir yang dipegang oleh calon anggota DPD rendah, akan tetapi 60 persen responden cukup mengetahui Visi Misi dan program kerja calon anggota DPD, yang rata-rata mereka dapatkan melalui kampanye di media cetak dan elektronik. 76 persen responden juga meyakini bahwa calon yang mereka pilih sudah tepat dan akan dapat menjalankan tugasnya dengan baik, selain itu 82 persen responden dalam penelitian ini cukup yakin bahwa calon mereka lebih baik dari calon-calon yang lainnya.

3. Perilaku Memilih Pemilih Pemula Pada Pemilu Legislatif

a. Pendahuluan

1. Pilihan Partai dan Caleg Untuk DPRD Kota Padang

Pemilihan umum 2004 yang lalu untuk pemilihan calon anggota legislatif digunakan sistem proporsional dengan daftar calon terbuka yang dilakukan dalam upaya agar pemilih dapat memilih berdasarkan preferensi politiknya terhadap suatu partai dan seorang calon anggota legislatif yang diinginkannya. Masing-masing pemilih boleh memilih satu partai dengan seorang calon anggota legislatif dari partai tersebut, atau hanya memilih partai saja untuk duduk dilembaga legislatif baik itu dilingkat kota, provinsi maupun lembaga legislatif pusat.

2. Pilihan Partai Untuk DPRD Kota berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan penelitian yang dilakukan terhadap 100 orang pemilih pemula di kelurahan Air Tawar Barat dan kelurahan Ujung gurun, sebanyak 21 orang pemilih pemula yang terdiri dari 12 orang laki-laki dan 9 orang perempuan memilih Partai Keadilan Sejahtera (PKS) untuk DPRD Kota Padang, 4 orang responden laki-laki dan 8 orang responden perempuan memilih Partai Golkar, 3 orang responden laki-laki dan 8 orang responden perempuan memilih Partai Amanat Nasional, masing-masing 4 orang laki-laki dan perempuan memilih Partai Demokrat (keterangan lengkap lihat Tabel 3.25), selain itu sebanyak 35 orang responden yang terdiri dari 15 orang laki-laki dan 20 orang perempuan tetap merahasiakan pilihannya pada pemilu lalu, dan 1 orang responden laki-laki dan 4 orang responden perempuan tidak ingat Partai apa yang dipilihnya pada pemilu lalu. Tingginya responden yang merahasiakan pilihannya ini tidak terlepas dari faktor pengetahuan responden yang cukup tinggi sehingga mereka mengerti bahwa mereka memiliki hak untuk merahasiakan pilihan politiknya.

Tabel 3.25
Pilihan DPRD Kota berdasarkan Jenis Kelamin Responden
(dalam persen)

DPRD II	Jenis Kelamin		Total
	Laki-Laki	Perempuan	
P. Merdeka	1		1
PPP	1	1	2
DEMOKRAT	4	4	8
PAN	3	8	11
PKPB	1		1
PKB		1	1
PKS	12	9	21
PBR	1		1
PDI P		1	1
PDS		1	1
GOLKAR	4	8	12
RAHASIA	15	20	35
TIDAK INGAT	1	4	5
Total	43	57	100

Sumber : Data Primer, 2005

Catatan : *Chi-Square* tidak signifikan pada 0,05 ($\chi^2 = 10,801$, 12 df, $p < 0,05$)

H_0 diterima

a. Pengaruh Identifikasi Kepartalan

1. Simpati Responden terhadap Sebuah Partai

Preferensi politik seorang pemilih didapat sejak dari dalam keluarga dan dari lingkungan sekitar dimana pemilih tersebut sering bersosialisasi, selain itu pilihan-pilihan politik seseorang juga didapat dari pengetahuannya mengenai sebuah Partai dan kiprah yang berhasil dirakam oleh responden tersebut. Seorang responden yang mengetahui bahwa sebuah partai benar-benar eksis didalam masyarakat lambat laun akan merasakan perasaan-perasaan tertentu terhadap Partai tersebut.

Dari hasil survey seperti terlihat di tabel 3.41, diketahui bahwa tingkat simpati responden terhadap sebuah partai cukup tinggi, sebanyak 34 orang responden menyatakan bahwa mereka cukup bersimpati kepada sebuah partai sementara itu 37 orang responden lainnya bersimpati terhadap partai yang dikenalnya dan hanya enam orang responden yang merasa tidak bersimpati terhadap sebuah partai apapun. Responden yang memilih PKS memiliki derajat simpati yang tinggi dibandingkan responden lainnya, rata-rata responden yang memilih PKS bersimpati terhadap partai yang berhasil menjadi pemenang pemilu dikota Padang ini. Sementara itu responden pemilih Partai Golkar memiliki tingkat simpati yang merata, dimana terdapat 2 orang yang tidak bersimpati terhadap partai tersebut, 1 orang kurang bersimpati, 4 orang cukup bersimpati, 2 orang bersimpati dan 3 orang lainnya sangat bersimpati dengan partai berlabel beringin ini.

Tabel 3.41
Tingkat Simpati Responden Terhadap Partai (dalam persen)

DPRD II	simpati Partai				
	Tidak Bersimpati	Kurang Bersimpati	Cukup Bersimpati	Bersimpati	Sangat Bersimpati
P. Merdoka				1	
PPP			1	1	
P. DEMOKRAT		1	5	2	
PAN	1	1	4	5	
PKPB				1	
PKB				1	
PKS			8	7	6
PBR				1	
POI P			1		
PDS					1
GOLKAR	2	1	4	2	3
RAHASIA	3	6	12	11	3
TIDAK INGAT		1	2	2	
Total	6	10	37	34	13

Sumber : Data Primer, 2005

Catatan : *Chi-Square* tidak signifikan pada 0,05 ($\chi^2 = 38,569$, 48 df, $p < 0,05$)

H_0 diterima

2. Pengaruh Orientasi terhadap kandidat

Adanya seorang tokoh atau orang-orang tertentu dalam sebuah partai yang dikenal oleh seorang pemilih merupakan salah satu faktor yang menyebabkan pemilih akan memilih partai tersebut. Orientasi terhadap calon tersebut berhubungan dengan pengetahuan-pengetahuan pemilih mengenai partai ataupun calon yang dipilihnya, baik itu mengenai lama kenal, sumber pengetahuan, latar belakang pendidikan, jabatan terakhir, Visi Misi, kemampuan dan keyakinan responden terhadap partai atau calon yang dipilihnya.

3. Pengetahuan Responden Terhadap Kandidat

Tingkat identifikasi responden terhadap para calon anggota dewan dari partai yang dipilihnya cukup rendah. Hal ini dapat dilihat pada tabel 3.52 yang melihat bahwa 20 persen responden tidak kenal dengan calon yang ditawarkan oleh partainya, 34 persen lainnya kurang begitu mengenal calon-calon yang ada dan hanya 21 persen yang mengenal baik calon-calon tersebut. Responden yang memilih PKPB untuk lembaga DPRD Kota sangat mengenal calon yang dipilihnya karena masih terdapat hubungan keluarga dengan responden.

Tabel 3.52
Tingkat Pengenalan Responden Terhadap Caleg (dalam persen)

Partai	Kenal Calon	Tidak Kenal	Kurang Kenal	Cukup Kenal	Kenal	Sangat Kenal
P. Merdeka			1			
PPP				1		1
P. DEMOKRAT	4	1	2	1		
PAN	1	3	4	3		
PKPB						1
PKB				1		
PKS	3	6	6	6		
PBR		1				
PDI P	1					
PDS		1				
GOLKAR	3	5	3	1		
RAHASIA	6	15	7	4	3	
TIDAK INGAT	2	1	1	1		
Total	20	34	25	16	5	

Sumber : Data Primer, 2005

Catatan : *Chi-Square* tidak signifikan pada 0,05 ($\chi^2 = 59,208, 48 \text{ df}, p < 0,05$)
 H_0 diterima

Tidak terlalu jauh berbeda dengan calon anggota DPD, para responden rata-rata mengenal calon atau Partai yang dipilihnya hanya pada masa kampanye (46%), sedangkan responden yang sudah mengenal partai atau calon tersebut selama 5 tahun adalah responden yang memilih partai-partai lama seperti PKS (dulu PK), Golkar, PAN, dan PPP. Namun, sebagian besar responden yang memilih Golkar baru mengenal partai ini pada masa kampanye, begitu juga dengan partai Demokrat (lebih lanjut lihat tabel 3.53 dibawah).

Tabel 3.53
Lama Responden Kenal Dengan Partai/Caleg (dalam persen)

Lama Kenal	Total
Tidak Menjawab	2
1 bulan (saat kampanye)	46
3 bulan	14
1 tahun	15
3 tahun	4
5 tahun	19

Sumber : Data Primer, 2005

Catatan : *Chi-Square* tidak signifikan pada 0,05 ($\chi^2 = 62,424, 60 \text{ df}, p < 0,05$)
 H_0 diterima

Kampanye, media massa, kiprah dalam partai serta faktor partai itu sendiri merupakan sumber pengetahuan utama responden untuk mengenal partai atau caleg yang akan dipilihnya. Sebanyak 32 persen responden mengenal calegnya melalui kampanye dan media massa, dan 37 orang lain mengenal caleg dari kampanye, media massa, kiprahnya dalam partai dan 16 orang responden yang memilih PKPB, PPP, PKS, Golkar dan PAN menyatakan mereka pernah bertemu dengan caleg yang mereka pilih dan itu menjadi sumber utama bagaimana mereka untuk mengenal lebih jauh tentang calon serta partai tersebut, dari tabel 3.54 juga terlihat bahwa hanya 3 persen responden yang mengandalkan media kampanye untuk mengenal calon yang akan mereka pilih.

Tabel 3.54
Sumber Pengetahuan Responden Mengenai Partai/Caleg (dalam persen)

Sumber	Total
Kampanye	3
Kampanye, media massa	32
Kampanye, media massa, kiprah	12
Kampanye, media massa, kiprah, Partai	37
Kampanye, media massa, kiprah, Partai, pernah bertemu	16

Sumber : Data Primer, 2005

Catatan : *Chi-Square* tidak signifikan pada 0,05 ($\chi^2 = 48,322$, 48 df, $p < 0,05$) H_0 diterima

4. Pengaruh Isu dalam Kampanye

Kampanye pada dasarnya berfungsi untuk memberikan kesempatan pada kontestan pemilu memperoleh suara sebanyak-banyaknya dalam pemilu dan sebagai salah satu media kegiatan yang bermuatan pendidikan politik. Kedua hal ini mewujudkan diri dalam konteks proses penyampaian pesan yang disampaikan kontestan pada berbagai kesempatan yang memungkinkan. Artinya kampanye merupakan unsur mendasar bagi kompetitor pemilu menarik simpati rakyat agar menjatuhkan pilihannya pada Partai tertentu dalam pemilu.

5. Intensitas Mengikuti Kampanye melalui Media Cetak

Seperti yang telah dijelaskan dalam Bab I dan diulang lagi pada Bab III di bagian intensitas kampanye, berdasarkan UU No. 23 tahun 2003 pasal 7, terdapat berbagai cara yang legal dan sah untuk menarik perhatian pemilih agar memilih partai tersebut melalui kampanye. Salah satunya adalah melalui kampanye di media cetak yang merupakan favorit sebagian besar calon anggota legislatif untuk melakukan kampanye. Intensitas responden melihat kampanye melalui media cetak sangat tinggi, seperti terlihat pada tabel 3.60 hampir 90% responden sering melihat kampanye partai ataupun calon anggota legislatif melalui media cetak baik itu nasional ataupun daerah, selain itu tidak ada responden yang tidak pernah melihat kampanye partai melalui media cetak. Tiga partai yang sangat sering dilihat responden iklannya di media cetak adalah PAN, Partai Demokrat, PKS serta Partai Golkar dengan *line bar*-nya "Bersatu Untuk Maju".

Tabel 3.60
Kampanye Partai / Caleg Melalui Media Cetak (dalam persen)

Partai / Kampanye Media Cetak	Tidak Menjawab	Tidak Pernah	Kurang Sering	Cukup Sering	Sering	Sangat Sering
P. Merdeka				1		
PPP	1				1	
P. DEMOKRAT			1	1	5	1
PAN			1	2	3	5
PKPB					1	
PKB				1		
PKS			3	2	9	7
PBR					1	
PDI P					1	
PDS				1		
GOLKAR			1	2	8	1
RAHASIA			5	10	11	9
TIDAK INGAT				1	3	1
Total	1		11	21	43	24

Sumber : Data Primer, 2005

Catatan : Chi-Square signifikan pada 0,05 ($\chi^2 = 81,768$, 60 df, $p > 0,05$) H_0 ditolak

6. Intensitas Mengikuti Kampanye melalui Media Elektronik

Masyarakat modern sangat identik dengan media elektronik, baik itu berupa radio, televisi ataupun komputer. Selain media cetak, partai secara nasional biasanya mengkampanyekan dirinya melalui media elektronik walaupun tata cara dan durasi yang diperbolehkan untuk melakukan kampanye tersebut dialur ketat oleh KPU. Sebagian besar responden menyatakan mereka sering sekali melihat kampanye partai di media elektronik, 27 persen responden sangat sering sekali melihat iklan-iklan partai pada masa kampanye, sementara itu 41 persen responden sering, 16 responden cukup sering, dan hanya 10 responden yang kurang sering serta 4 orang responden lainnya mengaku tidak pernah melihat kampanye Partai di media elektronik (lihat tabel 3.61).

Tabel 3.61
Kampanye Partai / Caleg Melalui Media Elektronik (dalam persen)

Pilihan Partai / Media Elektronik	Tidak Menjawab	Tidak Pernah	Kurang Sering	Cukup Sering	Sering	Sangat Sering
P. Merdeka				1		
PPP	1				1	
P. DEMOKRAT		1			6	1
PAN			2	1	5	3
PKPB					1	
PKB				1		

PKS		2		4	9	6
PBR					1	
PDI P						1
PDS						1
GOLKAR	1		1	1	6	3
RAHASIA		1	7	5	10	11
TIDAK INGAT				2	2	1
Total	2	4	10	16	41	27

Sumber : Data Primer, 2005

Catatan : Chi-Square tidak signifikan pada 0.05 ($\chi^2 = 67,891$, 60 df, $p < 0,05$) H_0 diterima

7. Pembahasan

Perilaku memilih pemilih pemula yang menjadi responden dalam penelitian ini untuk pemilu anggota legislatif cukup beragam. Partai yang dipilih cenderung untuk mengikuti *trend* yakni memilih partai-partai besar atau partai yang sudah dikenal oleh masyarakat luas. Selain itu, rata-rata responden juga memilih calon anggota legislatif untuk duduk di dewan perwakilan rakyat baik itu di tingkat kota, provinsi maupun pusat. Pengetahuan responden pasca pemilu yang berhubungan dengan terpilih atau tidaknya calon yang mereka pilih juga cukup tinggi, karena sebagian besar mereka yang memilih calon mengetahui nasib calon yang dipilih.

Rasa simpati yang cukup tinggi dari 47 persen responden ternyata tidak diiringi dengan kedekatan responden terhadap sebuah partai, disini menurut peneliti terjadi karena faktor simpati muncul dari pengetahuan-pengetahuan yang didapat responden dari lingkungannya, sedangkan kedekatan seorang pemilih dengan partai tertentu muncul dari interaksi antara pemilih dengan partai tersebut. Seorang anggota partai akan sangat bersimpati dan merasa dekat dengan partainya, namun seorang simpatisan sebuah partai dapat saja sangat bersimpati namun belum tentu dekat dengan partai tersebut karena ia bersilat pasif terhadap partai itu.

Rasa simpati dan kedekatan sebagian responden muncul karena melihat partai tersebut memiliki program kerja serta visi dan misi yang rasional dan realistis. Begitu juga dengan faktor ketokohan dan ideologi sebuah partai juga merupakan alasan utama seseorang dekat dan bersimpati dengan partai. Pilihan 80 persen responden juga dipengaruhi oleh kedekatan lingkungan keluarga terutama orang tua dengan partai tersebut, hal ini membuktikan teori mazhab michigan yang menyatakan bahwa faktor orang tua berpengaruh terhadap pilihan-pilihan yang dibuat oleh anak.

Sebuah isu yang dilontarkan oleh partai tidak begitu mempengaruhi sikap 61 persen responden terhadap partai tersebut, begitu juga apabila responden mendapatkan partainya diisukan atau dijelek-jelekkkan oleh orang lain maka 54 persen responden akan cenderung bersikap untuk membela partai tersebut dengan cara-cara yang tidak terlalu *extrem* dalam artian, responden akan berdiskusi dengan baik untuk membela partainya. 84 persen responden dalam penelitian ini tidak terlalu sering mensosialisasikan Partai pilihannya dan sosialisasi yang dilakukan hanya terbatas kepada lingkungan tertentu, seperti keluarga dan teman-teman yang dekat dengan responden (59 persen), dan hanya 16 responden saja yang bersedia menjadi *hidden* campaign bagi partainya dengan menceritakan dan mensosialisasikan partainya kepada orang lain. Sebagian besar (74 persen) pemilih pemula yang menjadi

responden dalam penelitian ini memiliki kecondongan untuk ikut merasakan kemenangan dari partai yang dipilihnya, namun 54 persen responden tidak akan larut dalam kesedihan apabila partai tersebut kalah dalam pemilu.

Tingkat pengenalan responden terhadap partai dan calon anggota legislatif masih kurang. Hal ini tidak terlepas dari lamanya responden tersebut mengenal partai yang rata-rata dikenal pada saat kampanye serta sumber informasi yang dijadikan responden untuk mengenal partai tersebut yang hanya dari media massa dan kampanye saja. Pengetahuan responden mengenai calon anggota legislatif yang berasal dari partai juga rendah, hal ini terbukti dari pilihan responden yang menyatakan bahwa 55 persen responden kurang begitu mengetahui bagaimana latar belakang pendidikan serta pekerjaan terakhir calon tersebut. Walaupun pengetahuan tentang historis calon rendah, namun 68 persen responden mengaku bahwa mereka cukup mengetahui Visi Misi partai dan calon yang mereka pilih, selain itu 76 persen responden juga meyakini bahwa calon mereka lebih baik dari calon lain serta *capable* untuk menjadi wakil rakyat dan menyampaikan aspirasi mereka.

Seperi telah diutarakan diatas, sumber pengetahuan utama 85 persen responden berasal dari kampanye dan media massa, baik itu media cetak maupun elektronik. Sehingga, sangat wajar apabila dikatakan bahwa kampanye-kampanye Partai melalui media cetak dan elektronik lebih sering dilihat dan mendapatkan perhatian lebih dari para responden. Namun, untuk kampanye melalui pertemuan-pertemuan baik itu terbatas ataupun rapat umum sangat kurang diikuti oleh 80 persen responden, hal ini menurut peneliti disebabkan oleh status sebagian besar responden yang masih sekolah serta jadwal kampanye yang singkat dan tidak terlalu menjadi perhatian responden.

Sebagian besar responden (68 persen dari 50 responden) yang mengikuti kampanye melalui pertemuan-pertemuan dan dialog dengan anggota partai beresalan bahwa mereka ikut karena ingin mengetahui program kerja dan Visi Misi partai tersebut. 89 persen responden menilai bahwa yang disampaikan dalam kampanye baik itu melalui media cetak dan elektronik serta pertemuan-pertemuan adalah penyampaian visi misi, program kerja serta pengenalan para calon dan ajakan untuk memilih Partai tersebut yang diselingi dengan hiburan.

Kampanye merupakan "alat" untuk menginformasikan kepada masyarakat apa yang menjadi arah dan tujuan Partai tersebut untuk menjadi wadah penyampaian aspirasi masyarakat. Sebagian besar responden (71 persen) tertarik dengan program yang disampaikan oleh partai pada saat kampanye, hal ini dikarenakan menurut 65 persen responden cara penyampaian program kerja baik itu melalui iklan ataupun pada saat dialog serta cara juru kampanye menyampaikan program tersebut menarik.

3. Perilaku Memilih Pemilih Pemula Pada Pemilu Presiden

A. Pendahuluan

a. Pilihan Presiden dan Wakil Presiden Tahap I

Pemilu 2004 merupakan sebuah pemilu yang dapat dikatakan akan terukir emas didalam sejarah Indonesia atau bahkan mungkin dunia. Dalam pemilu yang dibagi kedalam 3 tahap ini, akan dipilih untuk pertama kalinya sepasang presiden dan wakil presiden untuk memimpin negara dengan penduduk hampir 250 juta jiwa ini. Pemilu ini juga sangat bersejarah, karena konon inilah pemilu terbesar, terumit dan terluas yang pernah diadakan di dunia.

b. Pilihan Calon Presiden Tahap 1 berdasarkan Jenis Kelamin

Calon presiden yang paling banyak dipilih oleh responden untuk pemilihan presiden tahap 1 lalu adalah Amien Rais yang dipilih oleh 25 orang responden laki-laki dan 20 orang responden perempuan atau mencapai hampir setengah dari total 100 responden dan diikuti oleh Susilo Bambang Yudhoyono yang dipilih oleh masing-masing 9 orang responden laki-laki dan perempuan. Responden yang merahasiakan pilihannya berjumlah 17 orang yang terdiri dari 3 laki-laki dan 14 orang perempuan dan responden yang tidak memilih berjumlah 3 orang perempuan (lihat tabel 3.70).

Tabel 3.70
Pilihan Presiden Tahap I Berdasarkan Jenis Kelamin (dalam persen)

Presiden	Jenis Kelamin		Total
	Laki-Laki	Perempuan	
Wiranto	4	5	9
Mega	1	4	5
Amien	25	20	45
Susilo Bambang Yudhoyono	9	9	18
Hamzah	1	2	3
Tidak Memilih		3	3
Rehasia	3	14	17
Total	43	57	100

Sumber : Data Primer, 2005 Catatan : *Chi-Square* tidak signifikan pada 0,05 ($\chi^2 = 11,177, 6 \text{ df}, p < 0,05$) H_0 diterima

c. Pilihan Presiden dan Wakil Presiden Tahap II

Pemilihan umum untuk memilih presiden dan wakil presiden pada pemilu lalu dilaksanakan dalam dua tahap, hal ini dilaksanakan karena pada tahap pertama tidak ada pasangan yang meraih suara mayoritas 50 persen plus satu sehingga dua calon presiden yang mendapatkan suara terbanyak pada pemilu tahap pertama harus berkompetisi kembali pada pemilu yang dilaksanakan pada 20 September 2004 lalu.

d. Pilihan Calon Presiden Tahap II berdasarkan Jenis Kelamin

Responden yang memilih pasangan Susilo Bambang Yudhoyono dan Jusuf Kalla pada tahap dua ini berjumlah 66 orang yang terdiri dari 29 orang laki-laki dan 37 orang perempuan, hanya 4 orang responden laki-laki dan 6 responden perempuan yang memilih Megawati Soekarnoputri dan Hasyim Musadi, selain itu masing-masing empat orang responden laki-laki dan perempuan tidak menggunakan hak suaranya pada pemilu yang secara nasional dimenangkan oleh pasangan Susilo Bambang Yudhoyono dan Jusuf Kalla ini (lebih lanjut lihat tabel 3.73).

Tabel 3.73
Pilihan Presiden Tahap II Berdasarkan Jenis Kelamin (dalam persen)

Presiden	Jenis Kelamin		Total
	Laki-Laki	Perempuan	
Mega	4	6	10
SBY-Kalla	29	37	66
Tidak Memilih	4	4	8
Rahasia	6	10	16
Total	43	57	100

Sumber : Data Primer, 2005 Catatan : *Chi-Square* tidak signifikan pada 0,05 ($\chi^2 = 0,418, 3 \text{ df}, p < 0,05$) H_0 diterima

B. Identifikasi Keptaraan Untuk Pemilu Presiden

1. Perbandingan Pilihan Partai dan Pilihan Presiden Tahap 1

Untuk dapat dicalonkan sebagai presiden, seorang bakal calon presiden harus memiliki dukungan dari partai atau gabungan partai yang mendapatkan minimal 3 persen suara pada pemilihan legislatif. Pada tabel 3.76 dibawah terlihat bahwa responden yang memilih Wiranto berasal dari Partai Demokrat sebanyak 2 orang, Partai Golkar 2 orang, sedangkan pasangan Megawati-Hasyim dipilih oleh masing-masing satu orang responden yang memilih Partai Demokrat dan Golkar serta 2 orang responden yang memilih PDI Perjuangan. 14 dari 15 orang responden yang memilih PAN serta 19 orang responden PKS memilih Amien Rais pada pemilu tahap I, sedangkan suara yang didapat Susilo Bambang Yudhoyono-Jusuf Kalla merupakan suara dari mullipartai seperti Partai Merdeka, Partai Demokrat, PAN, PKS maupun Golkar.

Tabel 3.76
Perbandingan Pilihan Partai dengan Pilihan Presiden Tahap I (dalam persen)

Partai	Wiranto	Mega	Amion	SBY	Hamzah	Tidak Memilih	Rahasia
P. Merdeka				1			
PPP					1		
DEMOKRAT	2	1		4			1
PAN			14	1			
PKB							1
PKS			19	5			
PDI P		2					
PDS							1
GOLKAR	2	1	1	1	2		
RAHASIA	4	1	10	4		3	14
TIDAK INGAT	1		1	2			
TOTAL	9	5	45	18	3	3	17

Sumber : Data Primer, 2005

Catatan : *Chi-Square* signifikan pada 0,05 ($\chi^2 = 171,925, 60 \text{ df}, p > 0,05$) H_0

ditolak

2. Perbandingan Pilihan Partai dan Pilihan Presiden Tahap II

Pada tahap II, pasangan SBY-Jusuf Kalla mendapatkan suara dari Partai Merdeka, PPP, P. Demokrat, PAN, PKB, PKS, PDI Perjuangan, Partai Golkar sedangkan Megawati hanya mendapatkan masing-masing satu suara dari Partai Demokrat, PAN, PKS, serta PDI dan 3 suara dari Partai Golkar.

Dari tabel 3.77 terdapat fenomena yang menarik dimana responden Partai Demokrat memilih Megawati, serta responden PDI Perjuangan yang memilih SBY-Kalla, selain itu juga terlihat bahwa beberapa orang responden yang memilih PAN dan PKS memilih untuk tidak menggunakan suaranya pada pemilu presiden tahap II ini. Hal ini dapat diartikan bahwa tingkat kesadaran pemilih pemula untuk memilih atau tidak memilih sudah cukup tinggi, sehingga mereka dengan bebas dapat menentukan pilihannya.

Tabel 3.77
Perbandingan Pilihan Partai dengan Pilihan Presiden Tahap II (dalam persen)

Partai \ Presiden	Mega	SBY	Tidak Memilih	Rahasia
P. Merdeka		1		
PPP		1		
P. DEMOKRAT	1	6		1
PAN	1	11	2	1
PKB		1		
PKS	1	19	3	1
PDI P	1	1		
PDS				1
P. GOLKAR	3	4		
RAHASIA	3	18	3	12
TIDAK INGAT		4		
TOTAL	10	65	8	16

Sumber : Data Primer, 2005

Catatan : Chi-Square tidak signifikan pada 0,05 ($\chi^2 = 36,839$, 30 df, $p < 0,05$)

H_0 diterima

C. Orientasi terhadap kandidat Untuk Pemilu Presiden

Pengetahuan tentang Calon Presiden

Tingkat identifikasi responden terhadap calon presidennya cukup tinggi, dimana 39 orang responden menilai mereka cukup mengenal calon presiden mereka, 23 responden mengenal dengan baik, 9 orang responden sangat kenal dan hanya 19 orang responden yang kurang begitu mengenal calon mereka serta 10 orang responden lainnya merasa tidak mengenal sama sekali calon-calon tersebut (lihat tabel 3.81).

Tabel 3.81
Tingkat Pengenalan Responden Terhadap Calon Presiden (dalam persen)

Presiden	Kenal calon	Tidak Kenal	Kurang Kenal	Cukup Kenal	Kenal	Sangat Kenal
Wiranto		1	4	2	1	1
Mega		1	1	2	1	
Amien		6	5	18	9	7
Susilo Bambang Yudhoyono		1	4	6	7	
Hamzah				3		
Tidak Memilih				2	1	
Rahasia		1	5	6	4	1
Total		10	19	39	23	9

Sumber : Data Primer, 2005

Catatan : *Chi-Square* tidak signifikan pada 0,05 ($\chi^2 = 21,871$, 24 df, $p < 0,05$)

H_0 diterima

Masa kampanye merupakan waktu yang sangat banyak dipilih ketika responden ditanyakan sejak kapan mereka mengenal calon presiden yang mereka pilih sebanyak 33 dari 99 orang responden menyatakan bahwa mereka mengenal calon yang dipilih pada masa kampanye, dan hanya 24 responden yang mengenal calonnya sejak tahun 1999 atau pemilu sebelumnya dilakukan. Selain itu, 17 orang responden mengenal calon yang dipilih pada masa-masa ketika permasalahan pemilu sedang hangat-hangatnya dibicarakan (tabel 3.82).

Tabel 3.82
Lama Responden Kenal Dengan Calon Presiden (dalam persen)

Presiden	sejak kapan kenal	1 bulan [saat kampanye]	3 bulan	1 tahun	3 tahun	5 tahun
Wiranto		4	2		3	
Mega			2		1	1
Amien		11	3	5	7	15
SBY		5	4	5	1	2
Hamzah		1	2			
Tidak Memilih		1	1		1	
Rahasia		9	3	2		3
Total		31	17	14	13	24

Sumber : Data Primer, 2005

Catatan : *Chi-Square* signifikan pada 0.05 ($\chi^2 = 40,656$, 24 df, $p > 0,05$) H_0

ditolak

Kampanye, media massa, kiprah calon presiden didalam dunia perpolitikan serta partai yang mencalonkan presiden tersebut merupakan sumber pengetahuan utama sebagian besar responden (62 %) untuk mengenal lebih dekat calon presidennya, hanya 8 orang yang menambahkan bahwa mereka pernah bertemu dengan calon tersebut, serta 17 orang responden lainnya menyatakan kampanye

serta media massa membuat mereka lebih mengenal sosok sang calon presiden (lebih lanjut lihat tabel 3.83).

Tabel 3.83
Sumber Pengetahuan Responden Mengenai Capres (dalam persen)

Presiden darimana kenal	Wiranto	Mega	Amien	SBY	Hamzah	Tidak Memilih	Rahasia	Total
Kampanye			1				3	4
Kampanye, media massa	5		5	4	1		2	17
Kampanye, media massa, kiprah			5	4				9
Kampanye, media massa, kiprah, Partai	4	5	29	9	2	3	10	62
Kampanye, media massa, kiprah, Partai, pernah bertemu			5	1			2	8

Sumber : Data Primer, 2005

Catatan : *Chi-Square* tidak signifikan pada 0,05 ($\chi^2 = 33,412$, 24 df, $p < 0,05$) H_0 diterima

D. Isu dalam Kampanye Untuk Pemilu Presiden Intensitas Mengikuti Kampanye Melalui Media Cetak

Kampanye yang dilakukan oleh calon presiden harus dapat menjangkau seluruh calon pemilih yang tersebar di hampir 13.000 pulau di seluruh Indonesia. Selain itu, kampanye juga harus dapat diakses dan dipahami oleh pemilih dengan berbagai latar belakang budaya, etnis, agama dan umur. Salah satu bentuk kampanye yang sering dilakukan adalah dengan membuat iklan atau advetorial di media massa, baik itu koran, tabloid, ataupun majalah. Intensitas responden untuk mengikuti kampanye presiden melalui media cetak tinggi. Terlihat dari tabel 3.89 yang mana 39 orang responden menyatakan mereka sering melihat kampanye melalui media cetak, 34 orang responden lain menyatakan mereka sangat sering dan hanya 4 orang responden yang tidak pernah melihat kampanye melalui media cetak.

Tabel 3.89
Kampanye Capres melalui media cetak (dalam persen)

Presiden media cetak	Tidak Pernah	Kurang Sering	Cukup Sering	Sering	Sangat Sering
Wiranto		1	3	3	2
Mega	1			2	2
Amien	1		7	22	15
SBY	1	1	4	5	7
Hamzah			2	1	
Tidak Memilih				1	2
Rahasia	1		5	5	6
Total	4	2	21	39	34

Sumber : Data Primer, 2005

Catatan : *Chi-Square* tidak signifikan pada 0,05 ($\chi^2 = 22,036$, 24 df, $p < 0,05$) H_0 diterima

E. Pembahasan

Pemilihan presiden untuk pertama kalinya dilaksanakan secara langsung pada pemilu 2004 ini, dengan pemilihan langsung ini maka seluruh rakyat Indonesia yang memiliki hak pilih akan memilih orang yang akan menjadi pemimpin mereka untuk lima tahun kedepan. Menjadi sebuah kajian menarik bagaimana perilaku memilih masyarakat ketika dihadapkan dengan calon-calon presiden yang tidak berasal dari partainya, atau bagaimana sikap mereka apabila calon yang diusung oleh partainya tidak sesuai dengan kehendak dan keinginan pribadi pemilih tersebut.

Perilaku memilih pada pemilu presiden yang lalu cukup unik dan memiliki fenomena-fenomena tersendiri. Responden yang berasal dari sebuah partai belum tentu akan memilih calon yang diajukan oleh partai tersebut, sehingga seperti telah dijelaskan diatas, sangat besar kemungkinan responden yang memilih partai A akan memilih calon dari partai B dan sebaliknya. Hal ini juga berlaku pada pemilu presiden tahap II, selain itu juga terjadi perpindahan responden yang sebelumnya memilih SBY-Jusuf Kalla memilih Megawati-Hasyim pada tahap II dan sebaliknya.

Sebagian responden (51 persen) cukup lama mengenal calon presiden yang mereka pilih walaupun tidak dapat dipungkiri bahwa kampanye, media massa, kemudian kiprah calon tersebut baik didalam masyarakat maupun didalam partai menjadi sumber referensi utama bagi 71 persen pemilih untuk mengenal calon mereka. 70 persen responden juga mengetahui bagaimana latar belakang historis baik itu berupa latar belakang pendidikan, jabatan terakhir yang dipegang calon tersebut maupun visi misi yang akan dijalankan oleh calon apabila mereka menjabat menjadi presiden. Tingkat keyakinan 74 persen responden bahwa calon yang mereka pilih akan dapat menjalankan tugas dengan baik cukup tinggi. Selain itu, 59 persen responden juga yakin bahwa calon mereka lebih baik daripada calon yang lain.

Calon presiden yang memiliki sumber keuangan yang lebih baik daripada calon lain akan memiliki kesempatan menang yang lebih besar. Kalimat ini merupakan sebuah ungkapan mengenai pemilihan langsung di Amerika Serikat. Hal ini dapat dikatakan wajar-wajar saja karena dengan sumber dana yang banyak tentunya calon presiden tersebut akan dapat menjangkau seluruh wilayah dinegara tersebut. Seperti telah diutarakan diatas, media cetak dan elektronik adalah media kampanye yang paling efektif untuk menjangkau calon pemilih yang berada diberbagai wilayah. 90 persen pemilih pemula yang menjadi responden dalam penelitian ini sangat sering melihat iklan kampanye di media cetak maupun media elektronik, dan berbanding terbalik dengan intensitas mereka dalam mengikuti kampanye melalui pertemuan-pertemuan baik itu terbatas maupun rapat umum.

Sebanyak 21 persen dari 48 persen responden yang menyatakan bahwa mereka pernah mengikuti pertemuan dengan calon presiden ataupun dengan tim sukses presiden tersebut menyatakan bahwa mereka mengikuti kampanye tersebut karena ingin mengetahui program kerja apa yang ditawarkan oleh sang calon presiden. Mengenai isi kampanye, 58 persen responden menjawab bahwa kampanye baik itu melalui media-media ataupun pertemuan berisikan tentang penyampaian visi misi, program kerja, pengenalan dan ajakan untuk memilih calon, serta tidak lupa diselingi dengan unsur hiburan. 75 persen responden juga cukup tertarik dengan

program yang ditawarkan karena menurut mereka juru kampanye cukup "menjual" selain itu juga karena cara penyampaian program tersebut menarik.

4. Analisis Chi-Square & Koefisien Kontingensi

Uji Chi-Square dilakukan untuk menguji apakah data sebuah sampel yang diambil menunjang hipotesis yang menyatakan bahwa populasi asal sampel tersebut mengikuti suatu distribusi yang ditetapkan. Suatu hubungan dinyatakan signifikan jika nilai Chi-Square atau X^2 yang diperoleh adalah sama atau melebihi angka yang terdapat dalam tabel distribusi X^2 untuk derajat kebebasan (dk atau df (*Degree of Freedom*)) yang bersangkutan. Tingkat signifikansi yang dipakai adalah 0,05 yang berarti derajat kepercayaan terhadap responden adalah sebesar 95%. Karena diasumsikan bahwa sampel dalam penelitian ini memiliki pengetahuan yang cukup untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan yang diajukan. Koefisien kontingensi digunakan untuk mengetahui keeratan hubungan antara dua variabel. Dimana, apabila koefisien kontingensi (K) lebih besar dari 0,5 maka keeratan hubungan diantara kedua variabel tersebut besar dan apabila K lebih kecil dari 0,49 maka hubungan diantara kedua variabel tersebut kecil.

Berdasarkan analisis Chi-Square dan nilai koefisien kontingensi, maka diperoleh hubungan antar variabel sebagai berikut :

A. Analisis Chi-Square & Koefisien Kontingensi antara Isu Kampanye (X_1) dengan Perilaku Memilih Pemilih Pemula pada Pemilu Anggota DPD (Y_1).

Nilai Chi-Square kedua variabel sebesar 183,427 dengan *degree of freedom* (df) 208. diketahui bahwa X^2 tabel dengan df .208 adalah 242,647 pada tingkat kepercayaan 95% dan 258,367 pada tingkat kepercayaan 99%. Dengan demikian, hipotesis nol diterima karena nilai X^2 hitung lebih kecil dari nilai tabel. Artinya tidak ada hubungan antara isu kampanye terhadap perilaku memilih pemula pada pemilu DPD.

B. Analisis Chi-Square & Koefisien Kontingensi antara Orientasi terhadap kandidat (X_2) dengan Perilaku Memilih Pemilih Pemula pada Pemilu Anggota DPD (Y_1).

Nilai Chi-Square kedua variabel sebesar 279,211 dengan *degree of freedom* (df) 208. diketahui bahwa X^2 tabel dengan df .208 adalah 242,647 pada tingkat kepercayaan 95% dan 258,367 pada tingkat kepercayaan 99%. Dengan demikian, hipotesis nol ditolak karena nilai X^2 hitung lebih besar dari nilai tabel. Artinya terdapat hubungan antara orientasi terhadap kandidat dengan perilaku memilih pemula pada pemilu DPD. Nilai koefisien kontingensi kedua variabel adalah sebesar 0,858, berarti keeratan hubungan kedua variabel ini tergolong kategori kuat.

C. Analisis Chi-Square & Koefisien Kontingensi antara Identifikasi Kepartalan (X_3) dengan Perilaku Memilih Pemilih Pemula pada Pemilu Anggota Legislatif (Y_2).

Nilai Chi-Square kedua variabel sebesar 1493,556 dengan *degree of freedom* (df) 1482. diketahui bahwa X^2 tabel dengan df .1482 adalah 1572,673 pada tingkat kepercayaan 95% dan 1611,586 pada tingkat

kepercayaan 99%. Dengan demikian, hipotesis nol diterima karena nilai χ^2 hitung lebih kecil dari nilai tabel. Artinya terdapat hubungan antara identifikasi kepartaian dengan perilaku memilih pemula pada pemilu legislatif.

D. Analisis Chi-Square & Koefisien Kontingensi antara Orientasi terhadap kandidat (X4) dengan Perilaku Memilih Pemilih Pemula pada Pemilu Anggota Legislatif (Y2).

Nilai Chi-Square kedua variabel sebesar 916,532 dengan *degree of freedom* (df) 950. diketahui bahwa χ^2 tabel dengan df.950 adalah 1022,816 pada tingkat kepercayaan 95% dan 1054,334 pada tingkat kepercayaan 99%. Dengan demikian, hipotesis nol diterima karena nilai χ^2 hitung lebih kecil dari nilai tabel. Artinya tidak terdapat hubungan antara orientasi terhadap kandidat dengan perilaku memilih pemilih pemula pada pemilu legislatif.

E. Analisis Chi-Square & Koefisien Kontingensi antara Isu Kampanye (X5) dengan Perilaku Memilih Pemilih Pemula pada Pemilu Anggota Legislatif (Y2).

Nilai Chi-Square kedua variabel sebesar 1162,638 dengan *degree of freedom* (df) 1140. diketahui bahwa χ^2 tabel dengan df.1140 adalah 1219,661 pada tingkat kepercayaan 95% dan 1254,014 pada tingkat kepercayaan 99%. Dengan demikian, hipotesis nol diterima karena nilai χ^2 hitung lebih kecil dari nilai tabel. Artinya tidak terdapat hubungan antara isu kampanye dengan perilaku memilih pemula pada pemilu legislatif.

F. Analisis Chi-Square & Koefisien Kontingensi antara Identifikasi Kepartaian (X6) dengan Perilaku Memilih Pemilih Pemula pada Pemilu Presiden (Y3).

Nilai Chi-Square kedua variabel sebesar 118,245 dengan *degree of freedom* (df) 90. diketahui bahwa χ^2 tabel dengan df.90 adalah 113,145 pada tingkat kepercayaan 95% dan 124,116 pada tingkat kepercayaan 99%. Dengan demikian, hipotesis nol ditolak karena nilai χ^2 hitung lebih besar dari nilai tabel. Artinya terdapat hubungan antara identifikasi kepartaian dengan perilaku memilih pemilih pemula pada pemilu presiden. Nilai koefisien kontingensi kedua variabel adalah sebesar 0,736. berarti keeratn hubungan kedua variabel ini tergolong kategori kuat.

G. Analisis Chi-Square & Koefisien Kontingensi antara Orientasi terhadap kandidat (X7) dengan Perilaku Memilih Pemilih Pemula pada Pemilu Presiden (Y3).

Nilai Chi-Square kedua variabel sebesar 213,742 dengan *degree of freedom* (df) 260. diketahui bahwa χ^2 tabel dengan df.260 adalah 298,611 pada tingkat kepercayaan 95% dan 315,970 pada tingkat kepercayaan 99%. Dengan demikian, hipotesis nol diterima karena nilai χ^2 hitung lebih kecil dari nilai tabel. Artinya tidak terdapat hubungan antara orientasi terhadap kandidat dengan perilaku memilih pemilih pemula pada pemilu presiden.

H. Analisis Chi-Square & Koefisien Kontingensi antara Isu Kampanye (X8) dengan Perilaku Memilih Pemilih Pemula pada Pemilu Presiden (Y3).

Nilai Chi-Square kedua variabel sebesar 295,507 dengan *degree of freedom* (df) 290. diketahui bahwa χ^2 tabel dengan df.290 adalah 330,717 pada tingkat kepercayaan 95% dan 348,948 pada tingkat kepercayaan 99%. Dengan demikian, hipotesis nol diterima karena nilai χ^2 hitung lebih kecil dari nilai tabel. Artinya tidak terdapat hubungan antara identifikasi kepartaian dengan perilaku memilih pemilih pemula pada pemilu presiden.

PENUTUP

Berdasarkan penjelasan bab terdahulu, baik dalam kerangka teoritis, pendeskripsian, uji chi-square dan koefisien kontingensi maka penelitian ini dapat mengambil kesimpulan (preposisi) sebagai berikut:

A. Kesimpulan

1. Perilaku Memilih Anggota DPD

Dari deskripsi dan penjelasan mengenai perilaku memilih pemilih pemula untuk memilih anggota DPD ternyata, terdapat tidak terdapat hubungan antara isi kampanye dengan perilaku memilih pemilih pemula dalam memilih anggota DPD. Sementara itu, untuk orientasi terhadap kandidat terhadap hubungan positif dengan perilaku memilih pemula pada pemilu DPD. Diantara kedua variabel yang mempengaruhi perilaku memilih pemilih pemula dalam memilih anggota DPD lebih kuat adalah orientasi terhadap kandidat

Dari sejumlah indikator, perilaku memilih pemilih pemula dalam memilih anggota DPD memiliki hubungan dengan isi kampanye yang disampaikan calon anggota DPD, cara penyampaian program kampanye, cara penyampaian juru kampanye, kemudian lamanya responden mengenal calon tersebut.

Pemilih pemula hanya sering mengikuti kampanye melalui media elektronik dan media cetak, sedangkan untuk menghadiri pertemuan yang diadakan oleh calon anggota DPD sangat jarang bahkan nyaris tidak pernah sama sekali. Sumber referensi utama pemilih pemula untuk mengenal calon mereka adalah melalui kampanye, sehingga sangat wajar apabila mereka tidak terlalu begitu mengenal calon anggota DPD yang mereka pilih karena pemilih pemula hanya mengikuti kampanye yang bersifat satu arah yakni pada iklan di media cetak ataupun elektronik.

2. Perilaku Memilih Anggota Legislatif

Perilaku memilih pemilih pemula dalam memilih anggota legislatif tidak memiliki hubungan dengan intensitas kampanye, orientasi terhadap kandidat dan identifikasi kepartaian. Ketiga variabel tersebut memiliki hubungan yang kuat sekali dengan perilaku memilih. Diantara ketiga variabel tersebut, identifikasi kepartaian

memiliki hubungan yang paling erat dengan perilaku memilih pemilih pemula dalam memilih anggota legislatif.

Perilaku memilih pemilih pemula dalam memilih anggota legislatif hanya memiliki hubungan dengan pengetahuan responden terhadap latar belakang calon anggota legislatif yang akan dipilihnya, kemudian pengetahuan tentang jabatan terakhir calon, serta intensitas mengikuti kampanye partai melalui media cetak. Walaupun demikian, pemilih pemula memiliki kecenderungan yang besar untuk memilih partai yang sudah dikenal secara umum didalam masyarakat, seperti PKS, PAN, Partai Demokrat, dan Golkar. Sedangkan partai-partai gurem akan dipilih oleh pemilih pemula apabila mereka mengenal atau masih memiliki hubungan dengan calon anggota legislatif dari partai tersebut. Pemilih pemula dapat juga dikategorikan sebagai pemilih rasional, yang memilih sebuah partai karena menganggap visi misi dan program kerja partai tersebut rasional dan realistis dan memilih bukan karena mengikuti arahan-arahan orang lain.

Kampanye masih merupakan sumber referensi utama pemilih untuk mengenal sebuah partai dan calonnya. Walaupun intensitas mengikuti kampanye hanya tinggi pada kampanye melalui media cetak dan elektronik, namun responden cukup memahami visi dan misi yang disampaikan dalam kampanye. Pengenalan pemilih terhadap calon yang akan dipilihnya cukup rendah, pemilih tidak terlalu mengenal calon tersebut dan hanya mengenal dalam waktu yang singkat. Akan tetapi, pemilih pemula memiliki keyakinan yang kuat bahwa calon yang mereka pilih akan dapat menjalankan tugasnya dengan baik dan calon serta partai yang dipilih lebih baik daripada partai serta calon lain.

3. Perilaku Memilih Presiden

Identifikasi kepartaian memiliki hubungan dengan perilaku memilih dalam memilih calon presiden. Sementara itu, isu kampanye dan orientasi kandidat tidak memiliki hubungan dengan dukungan seseorang terhadap calon presiden dalam pemilu 2004. Keeratan hubungan antara ketiga variabel dengan perilaku memilih pemilih pemula dalam memilih calon presiden tergolong dalam kategori kuat. Diantara

ketiga variabel tersebut, identifikasi kepartaian memiliki hubungan paling erat dengan perilaku memilih pemilih pemula pada pemilu presiden.

Pilihan pemilih pemula untuk memilih calon presiden tahap II memiliki hubungan dengan pilihan responden pada tahap I. Sementara itu, Pilihan pemilih pemula untuk memilih calon presiden tahap I juga memiliki hubungan dengan pilihan ketika memilih partai serta anggota legislatif, serta arahan partai untuk memilih seorang calon, lama kenalnya responden dengan calon presiden, intensitas mengikuti kampanye calon presiden melalui rapat umum, dan dengan isi kampanye calon presiden tersebut.

B. Saran

1. Perlu penelitian lebih lanjut tentang perilaku memilih pemilih pemula dengan variabel yang sama untuk mengetahui besar atau kecilnya hubungan diantara variabel tersebut.
2. Perlu penelitian lebih lanjut tentang perilaku memilih pemilih pemula dengan menggunakan variabel-variabel lainnya, seperti pengaruh media massa baik itu elektronik ataupun media cetak.
3. Perlu diberikan sosialisasi dan pendidikan politik (*Civic Education*) yang lebih baik kepada para pemilih pemula terutama pemilih pemula yang masih duduk di bangku sekolah, sehingga kesadaran dan pengetahuan tentang politik mereka dapat lebih meningkat.
4. Kampanye pemilu, pengenalan calon baik itu partai ataupun calon DPD serta presiden harus juga memikirkan cara-cara serta wadah yang lebih efektif sehingga dapat menarik perhatian para pemilih pemula.

Daftar Pustaka

- Cipto, Bambang. *Presiden, Partai dan Pemulihan Ekonomi Indonesia*, Yogyakarta: UII Press, 2003
- Gaffar, Alan. *Javanese Voters: A Case Study of Election Under a Hegemonis Party System*. Yogyakarta : Gadjah Mada University Press, 1992
- Huntington, Samuel P. dan Nelson W.Polsby. *Partisipasi Politik di Negara Berkembang*. Jakarta: Rineka Cipta, 1990
- Mayudin, Ghazali (edt), *Teori Sains Politik Pilihan: Aplikasinya Dalam Konteks Malaysia*, Kuala Lumpur: Universiti Kebangsaan Malaysia, 1999
- Piano, Jack. *Kamus Analisa Politik*, Jakarta: Rajawali Press, 1985.
- Putra, Fadillah. *Partai Politik dan Kebijakan Publik*, Jakarta: PT. Gramedia, 2003
- UU No. 23 Tahun 2003 tentang Pemilihan Umum Presiden dan Wakil Presiden.
- Buku Metodologi
- Backstrom, H. Charles dan Gerald D. Hursh. *Survey Research*, Northwestern : Northwestern University Press, 1963.
- Imawan, Riswandha. *Metode Penelitian Sosial*, Diktat Kuliah, Tidak Dipublikasikan, FISIP UGM, Yogyakarta, 2001
- Marsh David dan Gerry Stoker. *Theory and Methods in Political Science*, London: Macmillan Press, Ltd. 1995
- Sugiarto dkk. *Teknik Sampling*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2001
- Singarimbun, M & Sofyan Efendi (edt). *Metode Penelitian Survey*, Jakarta: LP3ES, 1989
- Disertasi
- Kristiadi, J. *Pemilu dan Perilaku Pemilih*, Disertasi, Tidak Dipublikasikan, Program Pasca Sarjana, Univ Gadjah Mada, Jogjakarta:1993
- Laporan Penelitian dan Jurnal
- Rozi, Syafuan & LP2P LIPI. *Pemilihan Presiden Langsung 2004 dan Keselapan Masyarakat Pedesaan: Kasus di Lima Provinsi*, Laporan Penelitian, Tidak Dipublikasikan, LIPI, Jakarta: 2004
- Jurnal Analisa Politik*, Volume 1. Nomor 6 Desember 2003, Laboratorium Ilmu Politik FISIP Universitas Andalas, Padang:2003