

BAB II
KAJIAN TEORI
PERAN MEDIA DALAM PARTISIPASI POLITIK

A. Media

Oleh sebagian orang, media acap kali disebut sebagai *the fourth estate* dalam kehidupan sosial-ekonomi dan politik. Hal ini terutama disebabkan oleh suatu persepsi peran yang dimainkan oleh media dalam kaitannya dengan pengembangan kehidupan sosial-ekonomi dan politik masyarakat.

Sebagai suatu alat untuk menyampaikan informasi, penilaian, atau gambaran umum tentang banyak hal, ia mempunyai kemampuan untuk berperan sebagai institusi yang dapat membentuk opini publik, antara lain, karena media juga dapat berkembang menjadi kelompok penekan atas suatu ide atau gagasan, dan bahkan suatu kepentingan atau citra yang ia representasikan untuk diletakkan dalam konteks kehidupan yang lebih *empiris*.¹ Sehubungan dengan hal tersebut, sebenarnya media berada pada posisi yang mendua, dalam pengertian bahwa ia dapat memberikan pengaruh-pengaruh positif maupun negatif. Tentu saja, atribut-atribut yang sangat relatif, bergantung pada dimensi kepentingan yang diwakili.

¹ Alex Sobur, *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar Untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, Dan Analisis Framing*, (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2002), h. 31.

Di dalam masyarakat modern manapun, media memainkan peranan penting untuk perkembangan politik masyarakatnya. Media penyiaran, surat kabar, film, media cetak seperti pamflet dan bentuk komunikasi lain menciptakan kerangka berfikir yang sama bagi semua warga masyarakat. Media meneruskan pengetahuan serta nilai-nilai dari generasi terdahulu.²

1. Pengertian dan Peranan Media

Marshal McLuhan, salah seorang ilmuwan yang mendalami media pernah mengatakan “*the medium is the message,*” alat yang kita pakai untuk menyampaikan pesan.³ Secara etimologis, istilah media berasal dari bahasa Yunani *mediare* yang berarti penghantar, sarana penghubung atau alat yang digunakan untuk menyampaikan sesuatu.

Dengan mengacu secara etimologis pada istilah media massa “*mass medium*” diartikan sebagai beberapa sarana (*means*), perantara /perwakilan (*agency*) atau alat-alat (*instrumen*) yang mengkomunikasikan ide-ide, sikap, kesan atau bayangan (*images*), harapan kepada sejumlah besar masyarakat luas. Dengan demikian bentuk-bentuk media meliputi bukan hanya bentuk-bentuk cetakan dan elektronik yang umumnya diklasifikasikan sebagai media massa: koran, radio, televisi, film dan buku, tetapi juga meliputi bentuk-bentuk lain secara luas seperti komik, drama, graffiti, leaflet, poster dan pakaian.

² *Ibid.*, h. 31.

³ Jacob Oetama, *etal, Sejarah Sosial Media Dari Gutenberg Sampai Internet* (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia,2006), h. 9.

Louis Althusser, pernah menulis bahwa media, dalam hubungannya dengan kekuasaan menempati posisi strategis, terutama karena media memiliki kemampuan sebagai sarana legitimasi. Media (massa) sebagaimana lembaga-lembaga pendidikan, agama, seni, dan kebudayaan, merupakan bagian dari alat kekuasaan negara yang bekerja secara ideologis untuk mempengaruhi masyarakat atas rezim yang berkuasa (*ideological states apparatus*). Namun bagi Antonio Gramsci media merupakan arena pergulatan *antarideologi* yang saling berkompetisi (*the battle ground for competing ideologies*)⁴.

Gramsci melihat media sebagai ruang di mana berbagai ideologi dan kepentingan direpresentasikan. Dengan demikian, di satu sisi media bisa menjadi sarana penyebaran ideologi penguasa, alat legitimasi dan kontrol atas wacana serta sebagai alat untuk menyebarkan propganda atas eksistensi dirinya. Dan di sisi lain media bisa menjadi alat resistensi terhadap kekuasaan. Media bisa menjadi alat untuk membangun kultur dan ideologi dominan bagi kepentingan kelas dominan, sekaligus juga bisa menjadi instrumen bagi kaum tertindas untuk membangun kultur tandingan. Menurut pakar ilmu politik Amerika Harold Lasswell, komunikasi berdasarkan siapa yang mengatakan apa kepada siapa dengan sarana apa dan dengan dampak apa. ‘Apa’ (kandungan isi), ‘siapa’ (mengendalikan), ‘kepada siapa’ (para pendengar) sama sama penting.⁵

⁴ Alex Sobur, *op.cit.*, h.30.

⁵ Jacob Oetama, *op.cit.*, h.6.

Berdasarkan kemungkinan yang dapat diperankan tersebut, media merupakan sebuah kekuatan besar yang sangat diperhitungkan. Dalam kehidupan sosial, ekonomi, dan politik, media sering ditempatkan sebagai salah satu variabel yang determinan. Bahkan, media, dalam posisinya sebagai suatu institusi informasi dapat pula dipandang sebagai faktor yang menentukan dalam proses perubahan sosial-budaya dan politik. Oleh karena itu dalam konteks media sebagai institusi informasi, Karl Deutch menyebutnya sebagai “urat nadi pemerintah” (*the nerves of government*). Hanya mereka yang mempunyai akses kepada informasi yang akan menguasai percaturan kekuasaan. Atau paling tidak urat nadi pemerintah itu berada pada jarring jaring informasi.⁶

Tujuan umum yang akan dicapai dalam media dipengaruhi dan ditentukan oleh kebutuhan dasar manusia. Ada empat macam kebutuhan dasar yang dapat dipenuhi dalam media, yaitu :

- a. keinginan untuk memberikan informasi kepada orang lain;
- b. keinginan untuk meyakinkan seseorang mengenai sesuatu kebenaran atau suatu hal, dan lebih jauh mempengaruhi sikap dan pendapat orang lain;
- c. keinginan untuk menggambarkan atau menceritakan bagaimana bentuk atau wujud suatu barang atau objek, atau mendiskripsikan suatu cita rasa tertentu;
- d. keinginan untuk menceritakan pada orang lain suatu peristiwa-peristiwa tertentu.

⁶ Alex Sobur, *op.cit.*, h.31

Setiap kebutuhan dasar tersebut akan melandasi corak dasar dari sebuah media yang secara khusus mewarnai tujuan umum sebuah media. Media tersebut transaksional jika yang dipentingkan adalah “isi” komunikasi, dan disebut interaksional jika yang dipentingkan hubungan timbal balik antara penyapa (*addresser*) dan pesapa (*addressee*).

Dalam memahami media, yang paling penting adalah bagaimana dia melakukan politik pemaknaan. Stuart Hall pernah menyatakan dalam tulisannya yang berjudul “*The Rediscovery Of Ideology: Return Of Repressed In Media Studies*,” makna tidak bergantung pada struktur makna itu sendiri, tapi lebih kepada paktek pemaknaan. Dalam pandangan Hall, makna adalah suatu produksi sosial, suatu praktik konstruksi.⁷

2. Jenis-jenis Media

Untuk membahas jenis-jenis media erat kaitannya dengan sejarah perkembangan komunikasi dan teknologinya. Hal ini dikarenakan pengaruh penggunaan teknologi cetak maupun telekomunikasi cukup kuat terhadap media. Menurut Everent M Rogers dalam bukunya “*Communication Technology: The New Media In Society*” sebagaimana yang dikutip Henny S Widyaningsih, sejarah perkembangan komunikasi dibagi menjadi empat era perkembangan: a) era komunikasi tulisan, b) era komunikasi cetakan, c) era telekomunikasi, d) era komunikasi interaktif.

⁷ *Ibid.*, h.40.

Era pertama adalah era komunikasi tulisan yang dimulai ketika bangsa Sumeria mengenal kemampuan menulis pada lembaran tanah liat sekitar tahun 4000 SM. Era kedua adalah era komunikasi cetakan yang dimulai sejak mesin cetak hand-press ditemukan oleh Gutenberg (1456). Era ketiga adalah era telekomunikasi yang diawali dengan penemuan alat telegraph oleh Samuel Morse (1844). Era keempat adalah era komunikasi interaktif yang mulai terjadi pada pertengahan abad ke-19 yakni sejak ditemukannya mainframe komputer.⁸

Maka, jenis media dapat diklasifikasikan menjadi dua, yaitu media cetak dan media elektronik. Baik media cetak maupun media elektronik memiliki kelebihan dan kekurangan masing-masing. Seiring dengan perkembangan zaman, media cetak tidak kehilangan peranannya. Hal ini dikarenakan media cetak lebih efektif dan efisien secara finansial dibandingkan media elektronik, karena ia lebih mudah dijangkau oleh setiap lapisan masyarakat. Selain itu media ini juga bisa diperoleh oleh siapa saja dan mudah diakses oleh masyarakat.

Media cetak adalah sarana komunikasi yang dicetak dan diterbitkan baik berupa gambar maupun tulisan yang tidak bergerak. Adapun karakteristik media cetak adalah: komunikator perorangan atau institusi, pesan secara besar-besaran untuk disebar kepada *audience*, komunikasi anonim dan *feedback* bersifat tidak

⁸ Widyaningsih, *Konsep Media Massa dalam Manajemen Media Massa*, (Tangerang: Pusat Penerbit UT, 2004), h. 317.

langsung, serta komunikannya heterogen.⁹ Dan jenis-jenis media cetak adalah surat kabar, majalah, tabloid, poster, pamflet dan spanduk.

Sedangkan media elektronik adalah sarana informasi dan komunikasi yang berbentuk benda (*hardware*) elektronik seperti radio, televisi, internet dan bahkan telpon¹⁰. Berbeda dengan media cetak, penyebaran informasi lewat media elektronik tidak membutuhkan persiapan waktu dengan sarana kertas dan tinta cetak. Media elektronik memiliki kelebihan tersendiri dibanding media cetak. Adapaun keunggulan media elektroinik adalah :

- a. kemampuan dayanya secara langsung mencapai sasaran
- b. daya tembus yang tidak mengenal jarak dan rintangan
- c. daya tarik gambar, efek suara dan musik¹¹.

3. Media Cetak

Media cetak merupakan media tertua yang ada dimuka bumi. Media cetak berawal dari media yang disebut dengan Acta Diuna dan Acta Senatus dikerajaan romawi, kemudian berkembang pesat setelah Johanes Guttenberg menemukan mesin cetak hingga kini sudah beragam bentuknya, seperti surat kabar, tabloid, dan majalah. Media cetak adalah segala barang cetak yang dipergunakan sebagai sarana

⁹ *Ibid.*, h. 319.

¹⁰ *Ibid.*, h. 318.

¹¹ *Ibid.*, h. 322.

penyampaian pesan seperti yang sudah disebutkan sebelumnya macam-macam media cetak pada umumnya.¹²

Media cetak (surat kabar dan majalah) memiliki kadar inovasi yang lebih tinggi dari pada buku cetak – penemuan (invensi) bentuk karya tulis, sosial dan budaya yang baru – meskipun pada masa itu pandangan yang muncul tidak demikian adanya. Kekhususan surat kabar, jika dibandingkan dengan sarana komunikasi budaya lainnya, terletak pada individualisme, orientasi pada kenyataan, kegunaan, sekularitas (nilai-nilai), dan kecocokannya dengan tuntutan kebutuhan kelas sosial baru, yakni kebutuhan para usahawan kota dan orang profesional. Kualitas kebaruannya bukan terletak pada unsur teknologi atau cara distribusinya, melainkan pada fungsinya yang tepat bagi kelas sosial tertentu yang berada dalam iklim kehidupan yang berubah dan suasana yang secara sosial dan politis lebih bersifat permisif (terbuka).¹³

Adapun peran, fungsi, dan karakteristik media cetak yang secara umum sebagai penyampai pesan dan sumber informasi bagi khalayak:

a. Peran Media Cetak

Peran pertama dan utama adalah menyiarkan informasi (*to inform*), entah informasi tentang peristiwa yang terjadi, gagasan, atau pikiran orang. Orang membaca surat kabar terutama karena ingin mencari informasi.

¹² Suranto Aw, *Komunikasi Sosial Budaya*, (Yogyakarta: Graha Ilmu 2010), h. 228.

¹³ Denis McQuail, *Teori Komunikasi Massa*, (Jakarta: Penerbit Airlangga), h. 9.

Peran kedua adalah mendidik (*to educate*). Lewat pemberitaannya, pers mencoba memberi pencerahan, mencerdaskan, dan meluaskan wawasan khalayak pembaca, pendengar, atau pemirsanya. Dalam konteks politik, pers memberikan pendidikan politik kepada masyarakat, menyadarkan mereka akan hak dan kewajibannya sebagai warga.

Peran ketiga adalah menghibur (*to entertain*). Hal-hal yang bersifat menghibur sering kita temukan di media massa seperti: berita seputar selebritis, teka-teki silang, cerita bersambung, dan lain-lain— sebagai selingan dari berita-berita berat yang lain.

Peran keempat adalah mempengaruhi (*to influence*). Media yang independen dan bebas dapat mempengaruhi dan melakukan fungsi kontrol sosial (*social control*). Yang dikontrol bukan cuma penguasa, pemerintah, parlemen, institusi pengadilan, militer, tetapi juga berbagai hal di dalam masyarakat itu sendiri.¹⁴

b. fungsi Media Cetak

Fungsi media cetak diantaranya, Pertama, sebagai media informasi yang mencerahkan. Kedua, Sebagai media pendidikan yang mencerdaskan. Ketiga, Meningkatkan intelektual kehidupan masyarakat. Keempat, membantu memperkuat kesatuan nasional.¹⁵

¹⁴ H Dja'far Assegaf, *Jurnalistik Masa Kini*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 1991), h.56.

¹⁵ *Ibid.*, h. 60.

c. Karakteristik Media Cetak

Media cetak memiliki karakteristik, di antaranya media cetak biasanya lebih bersifat fleksibel, mudah dibawa ke mana-mana bisa disimpan (dikliping), bisa dibaca kapan saja, tidak terikat waktu. Dalam hal penyajian iklan, walaupun media cetak dalam banyak hal kalah menarik dan atraktif dibanding media elektronik namun di segi lain bisa disampaikan secara lebih informatif, lengkap dan spesifik untuk memenuhi kebutuhan masyarakat konsumen. Selain itu dalam hal penyampaian kritik sosial melalui media cetak akan lebih berbobot atau lebih efektif karena diulas secara lebih mendalam dan bisa menampung sebanyak mungkin opini pengamat serta aspirasi masyarakat pada umumnya.¹⁶

B. Partisipasi Politik

1. Pengertian Partisipasi

Peran serta masyarakat merupakan kata lain dari istilah standar dalam ilmu politik, yaitu partisipasi politik. Dalam ilmu politik partisipasi diartikan sebagai upaya warga masyarakat baik secara individual maupun kelompok, untuk ikut serta dalam mempengaruhi pembentukan kebijakan publik dalam sebuah negara.¹⁷

¹⁶ *Ibid.*, h. 61.

¹⁷ Afan Gaffar, *Demitologi Politik Indonesia: Mengusung Elitisme Dalam Orde Baru* (Jakarta: Pustaka Cidesindo, 1998), h. 240.

Partisipasi adalah penentuan sikap dan keterlibatan hasrat setiap individu dalam situasi dan kondisi organisasinya, sehingga pada akhirnya mendorong individu tersebut untuk berperan serta dalam pencapaian tujuan organisasi, serta ambil bagian dalam setiap pertanggungjawaban bersama.¹⁸ Menurut Huntington, partisipasi politik hanya sebagai kegiatan warga Negara preman (*private citizen*) yang bertujuan mempengaruhi pengambilan keputusan oleh pemerintah.¹⁹ Beriringan dengan Huntington, Ramlan Subakti, sebagaimana dikutip Arifin Rahman mengartikan partisipasi politik sebagai kegiatan warga negara biasa dalam mempengaruhi proses pembuatan dan pelaksanaan kebijaksanaan umum dan ikut serta dalam menentukan pemimpin pemerintahan.²⁰ Dengan partisipasi politik kita mengacu pada semua aktivitas yang sah oleh semua warga negara untuk mempengaruhi pemilihan pejabat pemerintahan dan tindakan-tindakan yang mereka ambil.

Pada umumnya partisipasi politik masyarakat ada yang sifatnya mandiri (*autonomous*) dimana individu dalam melakukan kegiatannya atas dasar inisiatif dan keinginan sendiri. Hal ini boleh jadi atas dasar rasa tanggung jawabnya dalam kehidupan politik, atau karena didorong oleh keinginan untuk mewujudkan kepentingannya ataupun kepentingan kelompoknya. Namun tidak jarang pula partisipasi yang dilakukan bukan karena kehendak individu yang bersangkutan, akan

¹⁸ Arifin Rahman, *Sistem Politik Indonesia Dalam Prespektif Struktural Fungsional* (Surabaya: Penerbit SIC, 2002), h. 128.

¹⁹ Samuel P Huntington dan John M Nelson, *Partisipasi Politik di Negara Berkembang*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1990), h.6.

²⁰ Arifin Rahman, *op.cit.*, h. 129.

tetapi karena diminta atau digerakan oleh orang lain dan bahkan dipaksa oleh kelompoknya. Partisipasi dalam bentuk yang terakhir ini adalah partisipasi yang digerakkan atau sering disebut dengan mobilized political participation. Partisipasi politik masyarakat biasanya bersumber pada basis-basis sosial-politik tertentu. Kecuali partisipasi yang mengambil bentuk *contacting*, partisipasi politik pada umumnya merupakan sebuah tindakan kolektif.²¹

Kecenderungan ke arah partisipasi warga negara yang lebih luas dalam politik sebetulnya bermula pada masa renaissance dan reformasi abad ke-15 sampai abad ke-17 dan memperoleh dorongan kuat pada masa revolusi industri pada abad ke-18 dan abad ke-19. Tetapi cara bagaimana lapisan masyarakat seperti pedagang, buruh, petani dan kaum profesi menuntut hak mereka untuk berpartisipasi lebih luas dalam pembuatan keputusan politik akan sangat berbeda di tiap-tiap negara.²² Setidaknya ada lima hal yang menyebabkan timbulnya gerakan ke arah partisipasi lebih luas dalam proses politik, seperti yang disampaikan Myron Weiner, yaitu:

- a. *Modernisasi*; komersialisasi pertanian, industrialisasi, urbanisasi yang meningkat, menyebarnya kepandaian baca-tulis, pengembangan media komunikasi massa.
- b. *Perubahan-perubahan struktur kelas sosial*; ketika terbentuk suatu kelas baru dan kelas menengah yang meluas dan berubah selama proses industrialisasi

²¹ Afan Gaffar, *op.cit.*, h.241.

²² Arifin Rahman, *op.cit.*, h.129.

dan modernisasi, masalah tentang siapa yang berhak berpartisipasi dalam pembuatan keputusan politik menjadi penting dan mengakibatkan perubahan-perubahan dalam pola partisipasi politik.

- c. *Pengaruh kaum intelektual dan komunikasi massa modern*; kaum intelektual seperti sarjana, wartawan dan penulis sering mengeluarkan gagasan dan ide kepada masyarakat umum untuk membangkitkan tuntutan akan partisipasi massa yang luas dalam pembuatan keputusan politik. Dan sistem transportasi dan komunikasi modern memudahkan dan mempercepat penyebaran ide dan gagasan tersebut.
- d. *Konflik di antara kelompok-kelompok pemimpin politik*; jika timbul kompetisi perebutan kekuasaan, salah satu strategi yang digunakan adalah mencari dukungan rakyat untuk meligitimasi mereka melalui gerakan-gerakan partisipasi rakyat.
- e. *Campur tangan pemerintah yang berlebihan dalam masalah sosial, ekonomi dan budaya*; jika pemerintah terlalu menkooptasi masalah-masalah sosial masyarakat, maka lambat laun akan merangsang timbulnya tuntutan-tuntutan yang terorganisir untuk berpartisipasi.²³

2. Bentuk-Bentuk Partisipasi Politik

Partisipasi politik masyarakat merupakan bentuk perwujudan negara demokorasi. Negara tanpa partisipasi politik masyarakat cenderung otoriter dan

²³ *Ibid.*, h.130-131.

sentralistik. Pengalaman politik pada saat orde baru memperlihatkan kesewenangan para pengambil keputusan politik dalam setiap perumusan kebijakan maupun perencanaan program. Akibatnya kebijakan atau yang diputuskan kerap tidak sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Partisipasi politik masyarakat merupakan bentuk pemberian diri baik dalam bentuk keikutsertaan, kehadiran, gagasan, keterlibatan dalam perumusan kebijakan dan pemberian diri dalam pengawasan manakala kebijakan itu hendak diimplementasikan.²⁴

Peran serta atau partisipasi politik masyarakat secara umum dapat kita kategorikan dalam bentuk-bentuk berikut:

1. *Electoral activity*, yaitu segala bentuk kegiatan yang secara langsung atau tidak langsung berkaitan dengan pemilihan. Termasuk dalam kategori ini adalah ikut serta dalam memberikan sumbangan untuk kampanye, menjadi sukarelawan dalam kegiatan kampanye, ikut mengambil bagian dalam kampanye atau rally politik sebuah partai, mengajak seseorang untuk mendukung dan memilih sebuah partai atau calon pemimpin, memberikan suara dalam pemilihan, mengawasi pemberian dan penghitungan suara, menilai calon-calon yang diajukan dan lain-lainnya.
2. *Lobbying*, yaitu tindakan dari seseorang atau sekelompok orang untuk menghubungi pejabat pemerintah ataupun tokoh politik dengan tujuan untuk mempengaruhinya menyangkut masalah tertentu.

²⁴ Daud M Liando, *Pemilu dan Partisipasi Politik Masyarakat*, (Jurnal LPPM Bidang EkoSosBudKum, Volume 3 Nomor 2 Tahun 2016), diakses pada Jumat, 12 April 2019.

3. *Organizational activity*, yaitu keterlibatan warga masyarakat ke dalam organisasi sosial dan politik, apakah ia sebagai pimpinan, aktivis, atau sebagai anggota biasa.
4. *Contacting*, yaitu partisipasi yang dilakukan oleh masyarakat dengan secara langsung pejabat pemerintah atau tokoh politik, baik dilakukan secara individu maupun kelompok orang yang kecil jumlahnya. Biasanya, dengan bentuk partisipasi seperti ini akan mendatangkan manfaat bagi yang orang yang melakukannya.
5. *Violance*, yaitu dengan cara-cara kekerasan untuk mempengaruhi pemerintah, yaitu dengan cara kekerasan, pengacauan dan pengrusakan. (*by doing phsycal damage*) terhadap barang atau individu.²⁵

Menurut versi lain, bentuk-bentuk partisipasi lain dibagi menjadi dua bagian yaitu partisipasi konvensional dan partisipasi non-konvensional. Bentuk-bentuk dan frekuensi partisipasi politik dapat dipakai sebagai ukuran untuk melihat stabilitas system politik, integritas kehidupan politik, kepuasan/ketidakpuasan warga negara.²⁶

²⁵ Afan Gaffar, *op.cit.*, h.241-242.

²⁶ Muchtar Mas'ud dan Colin Andrews, *Perbandingan Sistem Politik*, (Yogyakarta: Gajah Mada University, 1985), h. 42-42.

Tabel 2.1
Perbedaan Jenis Partisipasi

Konvensional	Non-Konvensional
<ul style="list-style-type: none"> • Pemberian suara dalam pemilihan • Diskusi Politik • Kegiatan kampanye • Membentuk dan bergabung dalam kelompok kepentingan • Komunikasi individual dengan pejabat politik 	<ul style="list-style-type: none"> • Pengajuan petisi • Demonstrasi • Konfrontasi • Mogok • Tindakan kekerasan politik

Sumber (Arifin Rahman: 2002)

C. Pilkada

Pemilihan Umum Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah, atau seringkali disebut Pilkada atau Pemilukada, adalah bagian dari implementasi demokrasi. Kepala Daerah adalah jabatan politik yang bertugas memimpin dan menggerakkan lajunya roda pemerintahan. Terminologi jabatan publik artinya kepala daerah menjalankan fungsi pengambilan keputusan langsung dengan kepentingan rakyat atau publik, berdampak kepada rakyat dan dirasakan. Oleh karena itu Kepala Daerah harus dipilih oleh rakyat dan wajib mempertanggung jawabkannya.²⁷

Dalam Peraturan Komisi Pemilihan Umum banyak hal yang berperan dalam hal ini yang dimaksud dengan:

²⁷ Hadiawan Agus, *Evaluasi Pemilihan Kepala Daerah Langsung di Provinsi Lampung*, Bandar Lampung, Jurnal Ilmiah Administrasi Publik dan Pembangunan Universitas Lampung, Vol 3, No 7 Juli-Desember 2009, h. 637.

Pemilihan Walikota dan Wakil Walikota Palembang, yang selanjutnya disebut Pemilihan adalah pelaksanaan kedaulatan rakyat di wilayah Kota Palembang untuk Walikota dan Wakil Walikota Palembang secara langsung dan demokrasi.

Komisi Pemilihan Umum Republik Indonesia, yang selanjutnya disebut KPU adalah lembaga penyelenggara pemilihan umum yang bersifat nasional, tetap, dan mandiri sebagaimana dimaksud dalam undang-undang penyelenggara pemilihan umum dan diberikan tugas dan wewenang dalam penyelenggaraan Pemilihan berdasarkan ketentuan yang diatur dalam undang-undang Pemilihan.

Komisi Pemilihan Umum Provinsi Sumatera Selatan, yang selanjutnya disebut KPU Provinsi Sumatera Selatan adalah lembaga penyelenggara pemilihan umum sebagaimana dimaksud dalam undang-undang penyelenggara pemilihan umum yang diberikan tugas menyelenggarakan Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur berdasarkan ketentuan yang diatur dalam undang-undang Pemilihan.

Komisi Pemilihan Umum Kota Palembang, yang selanjutnya disebut KPU Kota Palembang adalah lembaga penyelenggara pemilihan umum sebagaimana dimaksud dalam undang-undang penyelenggara pemilihan umum yang diberikan tugas menyelenggarakan Pemilihan Walikota dan Wakil Walikota berdasarkan ketentuan yang diatur dalam undang-undang Pemilihan.²⁸

²⁸ Regulasi Teknis Pemilihan Walikota dan Wakil Walikota Palembang Tahun 2018, *Komisi Pemilihan Umum Kota Palembang*, (Palembang), 2018, h. 3.

Panitia Pemilihan Kecamatan (PPK) adalah panitia yang dibentuk oleh KPU/KIP Kabupaten/Kota untuk melaksanakan Pemilu di tingkat kecamatan atau nama lain. Panitia Pemungutan Suara (PPS) adalah panitia yang dibentuk oleh KPU/KIP Kabupaten/Kota untuk melaksanakan Pemilu di tingkat kelurahan/desa atau nama lain. Kelompok Penyelenggara Pemungutan Suara (KPPS) adalah kelompok yang dibentuk oleh PPS atas nama KPU/KIP Kabupaten/kota untuk melaksanakan pemungutan dan penghitungan suara.

Pemilih adalah Warga Negara Indonesia yang sudah genap berumur 17 (tujuh belas) tahun atau lebih, sudah kawin, atau sudah pernah menikah. Daftar Pemilih Tetap (DPT) adalah daftar pemilik KTP-el yang terdaftar dalam daftar Pemilih Sementara hasil pemutakhiran yang telah diperbaiki oleh PPS dan ditetapkan oleh KPU/KIP Kabupaten/Kota. Daftar Pasangan Calon (DPC) adalah daftar nama Pasangan Calon dan Wakil Calon yang ditetapkan KPU yang memuat nomor urut, foto Pasangan Calon, nama Pasangan Calon, tanda gambar Partai Politik Pengusul, visi, dan misi Pasangan Calon.²⁹

Pada PILKADA Kota Palembang tahun 2018 khususnya di Kel. Sukamulya Kec. Sematang Borang terdapat Daftar Pemilih Tetap (DPT) sebanyak 3.401 mata pilih dengan tingkat partisipasi 70% atau sekitar 2.380 orang yang menggunakan hak

²⁹ Pemungutan dan Penghitungan Suara Pemilu Tahun 2019, *Komisi Pemilihan Umum* (Jakarta), Maret 2019, h. 5 & 6.

pilihnya, yang terbagi menjadi 5 TPS dengan masing-masing setiap TPS lebih kurang 700 mata pilih.

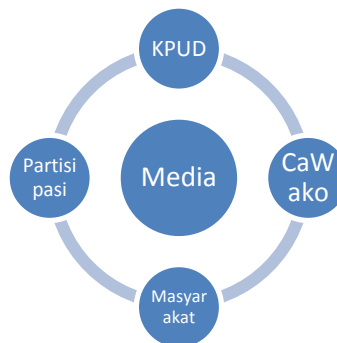
D. Kerangka Berfikir

Penelitian ini dilakukan untuk mempelajari dan mengidentifikasi hubungan antara media dan tingkat partisipasi politik masyarakat dengan menggunakan analisa kuantitatif. Pendekatan yang digunakan adalah *survey* terhadap 97 responden yang tersebar di Kel. Sukamulya yang berada di Kec. Sematang Borang dengan memberikan sejumlah pertanyaan yang terkumpul dalam kuesioner. Dengan penelitian ini diharapkan dapat diketahui hubungan antara media dan tingkat partisipasi politik, serta sejauh mana pengaruh media terhadap tingkat partisipasi politik masyarakat Kel. Sukamulya Kec. Sematang Borang Kota Palembang.

Secara umum kerangka berfikir penelitian ini dapat dilihat melalui gambar skema di bawah ini :

Gambar 2.1

Skema



Komisi Pemilihan Umum Kota (KPU Kota) perlu menginformasikan dan mensosialisasikan teknis pelaksanaan Pilkada baik itu waktu, tata cara dan pesertanya. Sedangkan calon Walikota dan calon Wakil Walikota sangat membutuhkan media sebagai alat untuk memperkenalkan diri mereka juga program-program mereka yang persuatif sehingga masyarakat akan tertarik untuk memilih mereka.

Dari uraian diatas dapat dipahami bahwa peran media dalam meningkatkan angka partisipasi pemilu dalam Pilkada sangat besar dan signifikan. Hal ini sesuai dengan peran media sebagai penyampai pesan dan sumber informasi bagi masyarakat. Masyarakat memiliki peranan yang penting sebagai komunikan yang dipengaruhi oleh variable media sehingga diharapkan ada *feedback* dari masyarakat berupa partisipasi politik.