

## **Perbedaan Sikap Pemilih Pemula Antara Peserta Dan Bukan Peserta “Roadshow Pendidikan Pemilu”**

Almira Ditrya Kartikatantri, Centurion C. Priyatna dan Hanny Hafiar

Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran Bandung  
Hannyhafiar@yahoo.com

### **Abstract**

*This study aims to determine the differences in attitudes between students of D3 Communication Studies, University of Indonesia as a participant and student D3 and Political Studies Social Sciences University of Indonesia, which is not a participant ‘Roadshow Pendidikan Pemilu’ in the General Election of 2014 raised as one requirement for undergraduate exams S1 Department of Public Relations Faculty of Communication Sciences, University of Padjadjaran. This study used quantitative methods, based on Persuasion Theory (Instrumental Theory of Persuasions) proposed by Holland, Janis, and Kelly. The test used is the Mann-Whitney test with a descriptive analysis techniques and inferential. The results showed that there were significant differences in attitudes between the samples. Based on these results, the authors suggested that the team AyoVote fix the contents of the message to make it more structured and more interesting to be delivered to the participants, so the effect will be more significant given. Also to increase the frequency of implementation of activities, so that more people who know a variety of basic science and politics will be aware of their obligations as Indonesian people who have the right to vote to determine the future of his country. This means that the activities carried out successfully change the attitudes of participants became more positive and match the AyoVote Team expectation. Based on these results, the authors suggested that the team AyoVote fix the contents of the message to make it more structured and more interesting to be delivered to the participants, so the effect will be more significant, also to increase the frequency of implementation of activities, so the more people who know the basic politic and conscious political duty as Indonesian people who have the right to vote to determine the future of his country.*

**Keywords:** Attitude, Voters Starter

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perbedaan sikap antara mahasiswa D3 Studi Komunikasi Universitas Indonesia sebagai peserta dan mahasiswa D3 Studi Ilmu Sosial dan Politik Universitas Indonesia yang bukan sebagai peserta “Roadshow Pendidikan Pemilu” dalam Pemilihan Umum Legislatif 2014. Dalam penelitian ini digunakan metode kuantitatif, berdasarkan Teori Persuasi (*Instrumental Theory of Persuasions*) yang dikemukakan oleh Hovland, Janis, dan Kelly. Pengujian yang digunakan adalah uji beda *Mann-Whitney* dengan teknik analisis deskriptif dan inferensial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan sikap yang signifikan antara sampel yang mengikuti dengan yang tidak mengikuti kampanye “Roadshow Pendidikan Pemilu” yang diadakan oleh tim AyoVote. Artinya kegiatan

yang dilakukan berhasil mengubah sikap peserta kegiatan menjadi lebih positif sesuai dengan harapan pelaksana kegiatan. Berdasarkan hasil penelitian ini, penulis menyarankan agar tim AyoVote membenahi isi pesan supaya lebih terstruktur dan lebih menarik untuk disampaikan kepada peserta, sehingga pengaruh yang diberikan akan dapat lebih signifikan dan menambah frekuensi pelaksanaan kegiatan, sehingga makin banyak orang yang tahu berbagai ilmu dasar politik dan sadar akan kewajibannya sebagai masyarakat Indonesia yang memiliki hak pilih untuk menentukan masa depan negerinya.

**Kata Kunci:** Sikap, Pemilih Pemilu, Pemilih Pemula

## **Pendahuluan**

Indonesia merupakan negara demokrasi yang menitikberatkan kekuasaan kepada rakyatnya. Segala kebijakan, baik yang baru ataupun yang diperbaharui, akan dikatakan sah apabila rakyat sudah mengangguk kepada segala rancangan kebijakan yang baru ataupun yang diperbaharui tersebut. Hal ini tidak terlepas dari 'ritual' pemilihan pemimpin baru yang dilaksanakan lima tahun sekali, yaitu Pemilihan Umum.

Pemilihan Umum (Pemilu) adalah sarana demokrasi yang telah digunakan di sebagian besar negara di dunia termasuk Indonesia yang memiliki masyarakat yang *heterogen*. Pemilihan Umum 9 April 2014 yang akan datang dan semua Pemilu yang hendak dilaksanakan diharapkan menjadi langkah awal terbentuknya masyarakat yang adil, makmur, sejahtera, memiliki kebebasan berekspresi dan berkehendak, dan mendapatkan akses terpenuhinya hak-hak mereka sebagai warga negara. Masyarakat (warga negara) adalah komponen penentu berhasil atau tidaknya pelaksanaan Pemilu. Seperti apa yang saya jelaskan tadi, kekuatan pemilihan oleh masyarakatlah yang bisa menentukan nasib negara dan bangsa, selama lima tahun kedepan. Setiap warga negara, apapun latar belakang suku, agama, ras, jenis kelamin, status sosial, dan golongan, memiliki hak yang sama untuk berserikat dan berkumpul, menyatakan pendapat, menyikapi secara kritis kebijakan pemerintah dan pejabat negara. Hak ini disebut hak politik yang secara luas dapat langsung diaplikasikan secara kongkret melalui pemilihan umum.

Sastroatmodjo (1995:67) menyatakan negara Indonesia adalah negara yang berdasarkan prinsip kedaulatan rakyat dalam kerangka demokrasi Pancasila. Di mana untuk mewujudkan pola kehidupan sistem kedaulatan rakyat yang demokratis tersebut adalah melalui pemilihan umum. Dengan pemilihan umum tersebut, rakyat Indonesia ingin turut serta secara aktif untuk berpartisipasi dalam memilih wakil mereka dan secara langsung atau tidak langsung mempengaruhi kebijaksanaan pemerintah karena partisipasi politik merupakan aspek penting dalam sebuah tatanan negara demokrasi sekaligus merupakan ciri khas adanya modernisasi politik.

Pemilihan umum merupakan salah satu bentuk partisipasi politik sebagai perwujudan dari kedaulatan rakyat, karena pada saat Pemilu itulah, rakyat menjadi pihak yang paling menentukan bagi proses politik disuatu wilayah dengan memberikan suara secara langsung.

Partisipasi merupakan salah satu aspek penting dari demokrasi. Asumsi yang mendasari demokrasi (partisipasi) merupakan orang yang paling tahu tentang apa yang baik bagi dirinya adalah orang itu sendiri. Karena keputusan politik yang dibuat

dan dilaksanakan oleh pemerintah menyangkut dan mempengaruhi kehidupan warga negara, maka masyarakat berhak ikut serta menentukan isi keputusan yang mempengaruhi hidupnya dengan keikutsertaan warga negara dalam mempengaruhi proses pembuatan dan pelaksanaan keputusan politik. Kegiatan warga negara biasa dibagi dua mempengaruhi isi kebijakan umum dan ikut menentukan pembuatan dan pelaksanaan keputusan politik.

Dibutuhkan kesadaran politik warga negara dalam partisipasi politik masyarakat, artinya sebagai hal yang berhubungan pengetahuan dan kesadaran akan hak dan kewajiban yang berkaitan dengan lingkungan masyarakat dan kegiatan politik menjadi ukuran dan kadar seseorang terlibat dalam proses partisipasi politik. Sayangnya, seiring dengan berjalannya waktu, masyarakat makin apatis, makin hilang kesadaran politiknya.

Data Pemilu pada tabel di bawah diharapkan dapat menjelaskan fenomena menurunnya angka partisipasi masyarakat Indonesia pada tiap pelaksanaan Pemilu.

**Tabel 1.** Data Partisipasi Pemilih Pemilu Tahun 2004-2009

Tahun	Pemilih Terdaftar (jiwa)	Menggunakan Hak Pilih (%)	Tidak Menggunakan Hak (%)	Suara Sah (%)	Suara Tidak Sah (%)	Tidak Menggunakan Hak (%)
2004**	148.000.369	84,07	15,93	91,19	8,81	23,34
2004***	155.048.803	78,23	21,77	97,83	2,17	23,47
2004****	152.246.188	76,63	23,37	97,94	2,06	24,95
2009	171.265.442	70,99	29,01	85,57	14,43	29,01
2014	185.822.507	-	-	-	-	-

Sumber: Komisi Pemilihan Umum, 2014

\*\* : Legislatif

\*\*\* : Pilpres putaran I

\*\*\*\* : Pilpres putaran II

Data partisipasi pemilih pada tiga kali Pemilu legislatif, seperti ditunjukkan dalam Tabel 1.1, menunjukkan kecenderungan penurunan. Dari angka 92,99 persen di Pemilu 1999, turun menjadi 84,07 persen pada Pemilu 2004. Lalu, terus turun pada angka 70,99 persen di Pemilu 2009.

Jumlah pemilih terdaftar yang tidak menggunakan hak pilihnya pada Pemilu legislatif atau kerap disebut golongan putih atau ‘golput’ juga terus mengalami peningkatan dari waktu ke waktu. Golongan putih atau yang sering disebut ‘golput’ adalah sebuah istilah yang digunakan kepada mereka yang tidak menggunakan hak pilihnya. Para penganut ‘golput’ ini seringkali berlasan bahwa mereka netral atau tidak memihak siapa-siapa, kadang kurang informasi, atau memang apatis dengan dunia politik karena melihat sejarah politik Indonesia yang dinilai makin buruk.

Persentase ‘golput’ ini diawali dengan angka 7,01 persen Pemilu 1999, meningkat menjadi 15,93 persen pada Pemilu 2004, dan kemudian naik hampir dua kali lipat menjadi 29,01 persen pada Pemilu 2009 lalu. Angka 29 persen ini setara dengan 49,7 juta pemilih dari total 171 juta pemilih terdaftar.

Terus bertambahnya jumlah ‘golput’ ini dapat terjadi karena dua hal. Pertama, makin terkikisnya partisipasi masyarakat Indonesia, atau penulis mensinyalir bahwa peran dari pemilih pemula sangat mendominasi mengingat pemilih pemula yang baru

memasuki usia hak pilih sebagian besar belum memiliki jangkauan politik yang luas untuk menentukan ke mana mereka harus memilih. Selain itu, ketidaktahuan dalam soal politik praktis, membuat pemilih pemula sering tidak berpikir rasional dan lebih memikirkan kepentingan jangka pendek. Sehingga, terkadang apa yang mereka pilih tidak sesuai dengan yang diharapkan.

Menurut pasal 1 ayat (22) UU No 10 tahun 2008 (Mahkamah Agung : 2008) “Pemilih adalah warga negara Indonesia yang telah genap berumur 17 (tujuh belas) tahun atau lebih atau sudah/pernah kawin, kemudian pasal 19 ayat (1 dan 2) UU No. 10 tahun 2008 menerangkan bahwa pemilih yang mempunyai hak memilih adalah warga negara Indonesia yang didaftar oleh penyelenggara Pemilu dalam daftar pemilih dan pada hari pemungutan suara telah genap berumur 17 (tujuh belas) tahun atau lebih atau sudah/pemah menikah.”

Dari pengertian tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa pemilih pemula adalah warga negara yang didaftar oleh penyelenggara Pemilu dalam daftar pemilih, dan baru mengikuti Pemilu (memberikan suara) pertama kali sejak Pemilu yang diselenggarakan di Indonesia dengan rentang usia 17-21 tahun. Layaknya sebagai pemilih pemula, mereka tidak memiliki pengalaman voting pada Pemilu sebelumnya

**Tabel 2.** Data Partisipasi Pemilih Pemula Pemilu Tahun 2004-2009

Tahun	Pemilih Terdaftar (jiwa)	Jumlah Pemilih Pemula	Jumlah Pemilih Pemula (%)
2004	148.000.369	±26.000.000	22%
2009	171.265.442	±34.000.000	24%
2014	185.822.507	50.054.460	31%

Sumber: Komisi Pemilihan Umum, 2014

Pemilih pemula merupakan subjek dan objek dalam kegiatan politik, dalam kegiatan politik termasuk didalamnya adanya kegiatan pemilihan umum. Pemilih pemula sebagai objek dalam kegiatan politik, yaitu mereka yang masih memerlukan pembinaan dalam orientasi kearah pertumbuhan potensi dan kemampuannya ke depan dapat berperan dalam bidang politik.

Pada Pemilu 2004 ada 26 juta pemilih pemula dari jumlah 148 juta jiwa pemilih dalam pemilu. Jumlah itu mencapai 22 persen dari keseluruhan pemilih dalam pemilu. Jumlah tersebut lebih besar daripada jumlah perolehan suara parpol terbesar pada waktu itu, yaitu Partai Golkar yang memperoleh suara 24.461.104 (21,62 persen) dari suara sah. Intinya Pemilih Pemula memiliki pengaruh yang besar dalam tiap pelaksanaan Pemilu. Mereka sebagai penerus bangsa perlu memiliki wawasan dan pengetahuan dalam bidang politik termasuk kegiatan pemilihan umum agar mereka jangan sampai tidak ikut berpartisipasi politik ‘golput’ pada pelaksanaan pemilihan umum. ‘Golput’ merupakan tindakan yang tidak bertanggung jawab atas pembangunan dan kelangsungan bangsa dan negara. Dengan demikian meskipun hanya pemula, tetapi partisipasi mereka ikut menentukan arah kebijakan di Indonesia ke depan.

Dalam konteks tersebut, pemilih pemula perlu mengerti apa makna demokrasi dalam sebuah negara dan bagaimana mencapainya. Mereka sadar bahwa yang mereka lakukan dalam kegiatan Pemilu legislatif merupakan kegiatan yang berguna bagi

negara. Dengan begitu mereka memposisikan sebagai warga negara yang mempunyai kewajiban untuk menggunakan haknya sebagai warga negara. Dalam upaya itu, mereka memerlukan pendidikan politik untuk membimbing mereka ke arah yang lebih baik karena pada dasarnya pemilih pemula sangat minim sekali pengalaman dalam dunia politik.

Untuk penelitian kali ini objek penelitian yang dipilih oleh peneliti adalah mahasiswa vokasi/D3 tahun pertama atau kedua dengan rentang umur 17-19 tahun sebagai salah satu golongan pemilih pemula. Mahasiswa yang sudah genap berusia 17 tahun inilah yang disebut Pemilih pemula. Pemilih pemula biasanya berada di bangku Sekolah Menengah Atas atau Perkuliahan tahun pertama dan kedua.

Masalah yang kini terjadi pada para pemilih pemula di Indonesia adalah ketika mereka, para pemilih yang masih duduk di bangku SMA atau kuliah, tidak mengetahui informasi yang tepat tentang hak dan kewajiban mereka sebagai warga negara, khususnya partisipasi mereka dalam dunia politik Indonesia. Informasi yang didapatkan pun seringkali terlaui dalam dan luas sehingga sulit dimengerti, atau terlalu kaku baik dari segi penyampaiannya ataupun bentuk informasi. Sehingga para pemilih khususnya pemilih pemula tidak tertarik untuk menyimak informasi yang diberikan.

Faktor-faktor inilah yang membuat para pemilih pemula semakin apatis. Apalagi dengan berbagai masalah politik yang mencuat ke permukaan, mereka makin mantap memilih untuk menutup mata dengan dunia politik. Inilah yang harus diantisipasi oleh Pemerintah dan seharusnya ada solusi untuk hal ini.

Masa-masa awal perkuliahan adalah masa yang tepat untuk memulai pemberian materi dan pendidikan mengenai pentingnya partisipasi dalam pemilihan umum dan untuk membangun partisipasi politik di kalangan pelajar secara positif agar pelajar sudah terbiasa berpikir kritis. Sehingga rasa apatis yang tertanam karena kurangnya informasi akan pentingnya partisipasi politik dalam negara demokratis, dapat menurun dan lama kelamaan menghilang.

Untuk itu, Komisi Pemilihan Umum sudah menyiapkan salah satu strategi penyampaian informasi yaitu dengan mengadakan penyuluhan. Penyuluhan bagi pemilih pemula tersebut akan dilakukan berdasarkan kerjasama dengan berbagai sekolah di berbagai daerah. KPU akan memberikan berbagai pendidikan politik yang berkenaan dengan pelaksanaan pemilihan umum dan manfaatnya bagi negara.

Salah satu hal yang mendasari dilakukannya penelitian ini adalah berbagai kontroversi yang terjadi berkenaan dengan Sosialisasi Pemilu yang diupayakan melalui berbagai cara oleh KPU. Hasil wawancara pra-riset penulis dengan salah satu anggota KPU Jawa Barat yang juga merupakan dosen Ilmu Humas Fikom Unpad, Ibu Evie Ariadne, mengatakan bahwa KPU sendiri belum paham betul esensi dari kata sosialisasi. Sosialisasi merupakan kegiatan yang diadakan untuk menyadarkan kembali kewajiban atau nilai yang sudah terlebih dahulu tertanam dalam diri masing-masing individu. Dari istilah yang digunakan saja sudah menuai kontroversi, apalagi dalam pelaksanaannya.

Menanggapi hal ini, banyak sekali organisasi lain yang juga membantu mewujudkan melek politik bagi para pemilih, khususnya pemilih pemula, mulai dari berbagai lembaga pendidikan seperti universitas dan juga LSM yang berperan sebagai wadah informasi yang nantinya juga aktif menyebarkan pengetahuan politik. Salah satu LSM tersebut adalah AyoVote. AyoVote adalah LSM yang baru terbentuk pada tanggal 1 Juni 2013 yang sampai sekarang aktif menyebarkan informasi politik yang

ringan dan memang seharusnya diketahui oleh seluruh pemilih di Indonesia. AyoVote menyadari bahwa informasi dan proses sosialisasi yang diadakan kurang mendapatkan perhatian para pemilih pemula. Oleh karena itu, AyoVote mulai menggerakkan kegiatan penyebaran informasi politik yang sederhana dan memang harus diketahui. Mulai dari pembuatan *micro-site* hingga berbagai *event* sosialisasi ringan.

Salah satunya adalah kegiatan ‘Roadshow Pendidikan Pemilu’ yang diadakan ke berbagai SMA, Universitas, dan perkantoran di daerah Jakarta. Acara ini terdiri dari pemaparan materi dan simulasi sederhana mulai dari simulasi penentuan dan pemilihan partai dan calon legislatif, hingga cara mengetahui asal atau latar belakang para calon legislatif.

Dari kegiatan inilah nantinya tim AyoVote akan memaparkan berbagai informasi politik dengan cara yang lebih menyenangkan, berbeda dengan penyampaian materi yang formal seperti yang dilakukan oleh guru dalam proses belajar mengajar.

Dalam penelitian kali ini, peneliti akan menggunakan teori *Instrumental Theory of Persuasion* oleh Hovlan, Janis, dan Kelley dalam Tan (1981:93). Teori ini merupakan turunan dari teori *Stimulus – Organism – Response* (S-O-R). Menurut teori S-O-R ini, efek yang di timbulkan adalah reaksi terhadap stimulus, sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikan.

Proses *Instrumental of Persuasion* yang menerangkan mengenai pembentukan sikap, juga terdiri dari stimuli, organisme, dan respon. Hovland, Janis, dan Kelley dalam Tan (1981:93) mendefinisikan “Komunikasi persuasif sebagai proses dimana komunikator mengirimkan stimuli (biasanya secara verbal) untuk merubah sikap individu lain”.

Asumsi dasar dari penelitian ini adalah “Sikap dapat dirubah melalui pengubahan opini (informasi) yang dimiliki komunikan tentang suatu objek melalui komunikasi yang bersifat persuasif” (Tan, 1981:93).

Yang akan diteliti adalah bagaimana Roadshow Pendidikan Pemilu dapat mengubah pandangan peserta mengenai perilaku politik dan juga Pemilu dan akhirnya dapat mengubah sikap peserta yang tadinya mungkin apatis hingga dapat memenuhi kewajibannya dengan menggunakan hak pilihnya dengan baik dan benar. Penelitian ini akan menggunakan metode kuasi eksperimental dengan tujuan untuk membuktikan teori yang digunakan sekaligus memperlihatkan perbandingan dan melihat keefektifan kegiatan kampanye dalam bentuk Roadshow yang dilakukan oleh AyoVote, seberapa jauh pengaruhnya dalam membentuk sikap pemilih pemula.

Peneliti akan melakukan penelitian di dua jurusan vokasional (kepada mahasiswa tingkat 1) di Universitas Indonesia. Selain menjadi tujuan pelaksanaan Roadshow Pendidikan Pemilu oleh AyoVote, peneliti memilih mahasiswa Vokasi Universitas Indonesia tingkat 1 hingga 2 karena rentan umur mereka yang masih dapat dikatakan pemilih pemula. Berdasarkan hasil wawancara peneliti menemukan fakta dimana sebagian besar mahasiswa vokasi studi ilmu komunikasi dan ilmu sosial dan politik belum terlalu mengetahui tentang berbagai informasi yang dibutuhkan dalam Pemilu Legislatif 2014 dan juga latar belakang calon yang diusung berbagai partai. Berikut hasil wawancara dari perwakilan kedua perwakilan mahasiswa masing-masing bidang studi, “Calonnya *kebanyakan* Mba, saya malas kalau harus cari tahu tentang masing-masing calon. Lagipula rumah saya di Palembang, saya

tidak mungkin bisa pulang hanya untuk memilih. Ya, walaupun ini Pemilu saya yang pertama, tapi saya akan *golput* saja.”

Hasil wawancara diatas menunjukkan kurangnya informasi yang dimiliki oleh mahasiswa dan belum ada rasa bertanggung jawab dalam menggunakan hak pilihnya. Berikut hasil wawancara mahasiswa perwakilan D3 studi Ilmu sosial dan Ilmu Politik, “Mengerti kok Mba, kalau informasi Pemilu. Tapi saya dan beberapa teman saya memang apatis karena calonnya sangat banyak dan sama saja seperti tahun-tahun sebelumnya, sulit sekali memantaunya. Ya, kami belum menemukan cara yang tepat, tapi saya memang rencana *golput*. Nanti saja saya *nyoblos* nya, waktu pemilihan Presiden”

Hasil wawancara tersebut dapat menyimpulkan hasil wawancara sederhana yang lain, bahwa ketertarikan mahasiswa di Vokasi Universitas Indonesia khususnya pada Studi Ilmu Komunikasi yang menjadi peserta kegiatan dan Studi Ilmu Sosial dan Politik sebagai non-peserta masih rendah. Hasil wawancara pada mahasiswa dari kedua studi dapat mengasumsikan bahwa kedua kelompok memiliki karakteristik yang sama, seperti berlatar belakang Ilmu Sosial, memiliki ketertarikan yang sama, dan memiliki rentan umur yang sama. Karakteristik ini memenuhi persyaratan dilakukannya Uji Beda, yaitu dilakukan pada dua kelompok yang hampir sama. (Campbell & Stanley, 1966)

Bertitik tolak dari latar belakang tersebut, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut, Apakah Terdapat Perbedaan Sikap Pemilih Pemula Antara Mahasiswa D3 Studi Komunikasi Universitas Indonesia Sebagai Peserta dan Mahasiswa D3 Studi Ilmu Sosial dan Politik Universitas Indonesia yang Bukan Sebagai Peserta “Roadshow Pendidikan Pemilu” Dalam Pemilihan Umum Legislatif 2014?

Penelitian ini menggunakan teori *Instrumental Theory of Persuasion* oleh Hovland, Janis, dan Kelley yang menyatakan bahwa respon yang muncul berhubungan dengan stimuli yang diperoleh dari lingkungan sekitarnya. Teori ini merupakan turunan dari teori Stimulus – Organism – Response (S-O-R). Menurut teori S-O-R ini, efek yang di timbulkan adalah reaksi terhadap stimulus, sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikan.

Model komunikasi persuasi dari Hovland, Janis, dan Kelley memandang proses persuasi sebagai suatu proses dimana individu (*source*) mengirimkan stimulus kepada individu lain (*audience*) dengan tujuan untuk mengubah sikap atau perilakunya. Sikap dapat diubah dengan cara mengubah opini atau informasi yang dimiliki seseorang mengenai suatu objek. Salah satunya dengan mempelajari opini atau ide baru yaitu melalui terpaan persuasive yang menyertakan argument untuk meyakinkan audiens sehingga mau menerima opini/ide tersebut.

Model ini menjelaskan bagaimana komunikasi persuasif mampu mempengaruhi perubahan opini seseorang serta selanjutnya mampu mengubah sikap dan perilaku seseorang tersebut sesuai dengan apa yang diharapkan oleh komunikator.

“*Persuasive Communications is the process by which an individual (the communicator) transmit stimuli (usually verbal) to modify the behavior of other individual (the audience)*”. (Hovland, Jannis and Kelleys: 1953, dalam Tan, 1981:93).

Proses *Instrumental of Persuasion* yang menerangkan mengenai pembentukan sikap, juga terdiri dari stimuli, organisme, dan respon. Hovland, Janis, dan Kelley dalam Tan (1981:93) mendefinisikan “Komunikasi persuasif sebagai proses dimana komunikator mengirimkan stimuli (biasanya secara verbal) untuk merubah sikap individu lain”.

Menurut Hovland, Janis, dan Kelley dalam, mereka menjelaskan bahwa: “*Attitude can be changed by changing related opinions (or information) that a person has about the object. Opinions are like other “habits” in that they tend to persist unless the person undergoes some new learning experience*” (Tan, 1981:93)

“*One way in which a new opinion can be learned is by exposure to persuasive communication learning of new opinions is governed by principles which apply equally to the learning of various other verbal and motor skills*” (Tan, 1981:93).

Pada kedua penjelasan diatas dapat diketahui bahwa asumsi dasar dari penelitian ini adalah “Sikap dapat dirubah melalui pengubahan opini (informasi) yang dimiliki komunikator tentang suatu objek melalui komunikasi yang bersifat persuasif” (Tan, 1981:93). Hal ini terjadi karena diyakini opini seseorang terhadap suatu objek selalu berubah-ubah begitu pula halnya dengan sikap. Salah satu cara dimana opini baru dapat dipelajari adalah dengan memaparkan pada pembelajaran komunikasi persuasif dari opini atau ide yang diterapkan berdasarkan prinsip yang mana setara dengan pembelajaran dari beberapa variasi kemampuan verbal dan motorik.

Landasan dari kegiatan kampanye adalah kegiatan persuasif yang bertujuan untuk mengubah sikap, oleh karena itulah penelitian ini menggunakan model persuasi dari Hovland, Janis, dan Kelley yang cukup tepat untuk mempelajari dan memahami pembentukan sikap.

Sikap dapat diubah berdasarkan cara mengubah opini atau informasi yang dimiliki seseorang mengenai suatu objek. Salah satunya dalam mempelajari opini/ide baru yaitu melalui terpaan persuasif yang menyertai argumen untuk meyakinkan komunikator agar mau menerima opini/ide baru tersebut.

Opini adalah jawaban verbal sebagai sebuah respon dari stimulus Komunikator. Sedangkan sikap adalah respon implisit yang menunjukkan orientasi dari sebuah objek, individu, kelompok ataupun simbol-simbol tertentu. (Tan, 1981:95). Bagaimana opini tersebut dapat sampai berpengaruh terhadap sikap komunikator dijelaskan dalam teori ini bahwa komunikasi persuasi melalui penyebaran opini-opini baru yang dibarengi argumentasi kuat akan mendukung terbentuknya pemahaman baru serta perubahan sikap terhadap komunikator melalui dua kondisi, yaitu *mental rehearsal* dan *incentive of acceptance* dari opini-opini baru tersebut.

*Mental rehearsal* adalah kondisi dimana komunikator menerima opini baru tersebut, mengingatnya, serta mempelajari opini tersebut kemudian membandingkannya dengan pemahaman terhadap opini tersebut sebelumnya. Proses mempelajari opini baru tersebut bergantung pada motivasi komunikator apakah ia termotivasi untuk mempelajari opini tersebut atau langsung menolak. Kemudian kondisi kedua adalah *incentive for acceptance*, yaitu hal yang mendukung si komunikator untuk menerima opini tersebut, misalnya kredibilitas dari komunikator apakah dapat dipercaya atau tidak.

Berdasarkan teori ini kegiatan Roadshow Pendidikan Pemilu dengan target sasaran (*audience*) Mahasiswa Vokasi tingkat 1 – 2 Universitas Indonesia dapat diteliti efektifitasnya. Dimana pada penelitian ini akan digambarkan bagaimana materi dari komunikator (Tim AyoVote) disalurkan melalui pemampanan materi dan



simulasi yang berisi pesan yang didasari argumentasi yang kuat sehingga dapat mengubah opini peserta mengenai politik dan akhirnya sadar akan kewajiban mereka untuk menggunakan hak pilihnya dalam Pemilu 2014. Dengan metode kuasi eksperimental/uji beda dapat digambarkan dan diukur seberapa jauh pengaruh kegiatan Roadshow Pendidikan Pemilu dengan Sikap Pemilih pemula dalam membentuk perilaku politik mereka, melalui pengukuran berbagai komponen-komponen komunikasi (karakteristik komunikator dan pesan) dari Roadshow Pendidikan Pemilu serta komponen-komponen Sikap (baik kognisi, afeksi, maupun konasi) dari mahasiswa vokasi UI selaku peserta yang diterpa oleh kegiatan Roadshow Pendidikan Pemilu oleh Tim AyoVote.

## Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah eksperimen. Tan mengatakan, dalam bukunya *Mass Communications Theories and Research*, seiring dengan berkembangnya ilmu pengetahuan, banyak perhatian diberikan kepada pengujian hipotesis kausal. Ada empat kondisi harus ditetapkan sebelum kita dapat menyimpulkan bahwa variabel X menyebabkan variabel Y yaitu variasi bersamaan, urutan waktu, kontrol kesalahan varians, dan pengendalian pengaruh lain yang mungkin ada pada Y. Desain eksperimen adalah metode yang paling efisien yang dapat diandalkan untuk memenuhi semua empat kondisi yang tercantum.

Eksperimen adalah desain penelitian di mana para peneliti memiliki kontrol penuh atas penyebab diduga (variabel bebas/independen) dan di mana mereka mencoba untuk mengendalikan variabel-variabel lain yang mungkin yang mungkin mempengaruhi variabel kontrol/dependen. Para peneliti mengontrol variabel independen dengan memanipulasi atau memproduksinya. Pengaruh lain yang mungkin terjadi terhadap variabel kontrol/dependen dikendalikan melalui tugas acak dari subjek dengan kondisi yang berbeda sedang dipelajari. (Tan, 1981:33)

Desain eksperimen yang digunakan adalah *nonequivalent control group design* (*pre test – post test* yang tidak ekuivalen). Eksperimen itu sendiri adalah observasi di bawah kondisi buatan (*artificial condition*) di mana kondisi tersebut dibuat dan diatur oleh peneliti. Sedangkan penelitian eksperimental adalah penelitian yang dilakukan dengan mengadakan manipulasi terhadap objek penelitian serta adanya kontrol.

Eksperimen yang paling sering digunakan seringkali melibatkan kelompok eksperimen dan kelompok kontrol yang diberikan *pre-test* (pengukuran kemampuan awal) dan *post-test* (pengukuran kemampuan akhir).

Dalam pelaksanaan penelitian eksperimen, kelompok eksperimen dan kelompok kontrol sebaiknya diatur secara intensif sehingga kedua variabel mempunyai karakteristik yang sama atau mendekati sama. Yang membedakan dari kedua kelompok ialah bahwa grup eksperimen diberi *treatment* atau perlakuan tertentu, sedangkan grup kontrol tidak diberikan *treatment* atau sama seperti keadaan biasanya. (Campbell & Stanley, 1966:47-48)

Dalam kaitannya dengan penelitian ini, uji beda digunakan untuk melihat perbedaan sikap (variabel Y) antara kelompok peserta (kelompok eksperimen) Roadshow Pendidikan Pemilu (variabel X) dengan yang bukan peserta kegiatan tersebut.

Dengan demikian metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada paradigma filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2011:11).

Analisis statistik inferensial ditujukan untuk mencari hubungan antara variabel X dan variabel Y. Untuk mengetahui derajat hubungan (koefisien korelasi) di antara variabel-variabel (X dan Y) diperlukan sebuah prosedur statistik yang dinamakan analisis hubungan, dengan menggunakan ukuran asosiasi yang disesuaikan dengan jenis skala pengukuran data. (Rakhmat, 2007:134). Skala yang digunakan adalah skala ordinal.

Pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik skala Likert. Skala Likert merupakan suatu skala yang digunakan untuk mengungkap sikap pro dan kontra, positif dan negatif, setuju dan tidak setuju terhadap suatu objek sosial (Azwar, 2001:97). Teknik perhitungan data dari kuesioner yang telah diisi responden dengan memberikan bobot nilai (5 4 3 2 1) atau (1 2 3 4 5) untuk pertanyaan tutup berskala ordinal. Bobot yang diberikan untuk pertanyaan positif atau mendukung penelitian ini adalah (5 4 3 2 1). Sebaliknya, untuk pertanyaan negatif atau yang tidak mendukung penelitian, bobot yang diberikan adalah (1 2 3 4 5).

Menurut Azwar (2001:132) analisis statistik inferensial dimaksudkan untuk mengambil kesimpulan dengan pengujian hipotesis. Data dari kuesioner yang berupa data dalam skala ordinal terlebih dahulu diolah. Skor-skor yang diperoleh dari setiap indikator, ditransformasikan ke dalam skala Likert. Dalam hal ini, makin tinggi nilai skor suatu indikator maka semakin dekat indikator tersebut dengan fakta yang ada.

Analisis dilakukan dengan menggunakan teknik distribusi untuk mengetahui jumlah persentase responden di kelompok eksperimen dan kelompok kontrol serta menggunakan analisis Mann Whitney untuk menguji perbedaan antara dua mean berdasarkan variabel Roadshow Pendidikan Pemilu serta variabel tingkat keberhasilan kampanye.

Rumus Mann Whitney:

$$U_1 = n_1 n_2 + \frac{n_1(n_1+1)}{2} - R_1$$

$$U_2 = n_1 n_2 + \frac{n_2(n_2+1)}{2} - R_2$$

$n_1$  = Jumlah sampel 1

$n_2$  = Jumlah sampel 2

$U_1$  = Jumlah peringkat 1

$U_2$  = Jumlah peringkat 2

$R_1$  = Jumlah rangking pada sampel  $n_1$

$R_2$  = Jumlah rangking pada sampel  $n_2$

Berdasarkan pada kerangka pemikiran dan paparan alasan pembentukan hipotesis yang telah penulis uraikan, maka hipotesis mayor penelitian yang dibentuk adalah hipotesis komparatif yang dirumuskan sebagai berikut: “Terdapat Perbedaan Sikap Pemilih Pemula yang Signifikan antara Kelompok Eksperimen dan Kelompok Kontrol pada Kampanye “Roadshow Pendidikan Pemilu” dalam Pemilihan Umum Legislatif 2014”.

## Hasil Penemuan dan Diskusi

Untuk mengetahui pengaruh program Roadshow “Pendidikan Pemilu” dengan sikap pemilih pemula terhadap Pemilu 2014, peneliti menggunakan analisa data menggunakan uji beda dimana analisisnya dilakukan dengan analisa nonparametrik yaitu uji *mann whitney*. Berikut hasil Uji masing-masing Hipotesis Minor yang tercantum:

**Tabel 3.** Hasil Uji Hipotesis Perbedaan Kognitif antara Kelompok Eksperimen dan Kelompok Kontrol pada Kampanye

Variabel	Kelompok		Nilai p	keterangan
Aspek Kognitif	A 1	- B1	0,000	Bermakna
	A2	- B2	0,006	Bermakna
	A3	- B3	0,115	Tidak bermakna
	A4	- B4	0,010	Bermakna

*Sumber : Pengolahan Data 2014*

Hasil uji statistik sikap pemilih pemula terhadap Pemilu 2014 dari aspek kognitif, diketahui berdasarkan hasil pengujian diatas pada kelompok eksperimen (A) dan kontrol (B) menunjukkan adanya perbedaan yang bermakna ( $p < 0,05$ ) untuk semua aspek sikap kognitif, diketahui terdapat satu buah persamaan (tidak ada perbedaan) penilaian diantara kedua kelompok tersebut terhadap sikap politik pemilih pemula terhadap Pemilu 2014, yaitu pada poin A3-B3 (Pemilih Pemula adalah warga negara yang didaftarkan oleh penyelenggara Pemilu dalam daftar pemilih, dan baru mengikuti pemilu (memberikan suara) pertama kali sejak pemilu yang diselenggarakan di Indonesia dengan rentang usia 17-21 tahun atau sudah/pernah menikah

Ini berarti untuk aspek pengetahuan mengenai usia pemilih Pemilu antara kelompok eksperimen dan kontrol menunjukkan persamaan tingkat kognitif mengenai pengetahuan usia pemilih pemilu. Namun butir pertanyaan lainnya menunjukkan perbedaan yang signifikan/bermakna.

Hasil Uji Hipotesis dengan menggunakan metode hitung Mann Whitney menunjukkan ada 3 butir pertanyaan dari 4 butir pernyataan yang diajukan pada aspek kognitif yang memiliki p-value  $< 0,05$ . Maka dapat disimpulkan, berdasarkan presentase hasil perhitungan, maka  $H_0$  ditolak, dan  $H_1$  diterima, artinya Terdapat Perbedaan Kognitif yang Signifikan antara Kelompok Eksperimen dan Kelompok Kontrol pada Kampanye “Roadshow Pendidikan Pemilu.

Dapat disimpulkan bahwa materi yang disampaikan dalam kegiatan tersebut berhasil membuat peserta kegiatan tahu dan percaya akan berbagai fakta yang disajikan dalam materi tersebut. Karena menurut Azwar (1995:24), komponen kognitif berisi kepercayaan seseorang mengenai apa yang berlaku atau apa yang benar mengenai objek sikap. Sekali kepercayaan itu telah terbentuk, maka ia akan menjadi dasar pengetahuan seseorang mengenai apa yang diharapkan objek tertentu.

Artinya kegiatan Roadshow Pendidikan Pemilu mempengaruhi kognisi pesertanya. Butir pernyataan nomor tiga memang tidak menunjukkan perbedaan yang bermakna atau signifikan, walaupun mengalami penambahan skor. Hal ini dikarenakan pertanyaan tersebut mengandung beberapa fakta yang diyakini secara

berbeda oleh kedua kelompok. Menurut Disna Harvens selaku pemateri dalam kegiatan ini, pengertian mengenai Pemilih Pemula belum banyak disampaikan oleh pihak KPU. Banyak dari peserta yang bahkan belum mengerti apa maksud dari Pemilih Pemula dan mengapa mereka disebut Pemilih Pemula.

Hasil uji statistik sikap pemilih pemula terhadap Pemilu 2014 aspek afektif diketahui berdasarkan hasil pengujian diatas pada kelompok eksperimen (A) dan kontrol (B) menunjukkan adanya perbedaan yang bermakna ( $p < 0,05$ ) untuk semua aspek sikap, kecuali untuk aspek afektif yang diketahui terdapat satu buah persamaan (tidak ada perbedaan) penilaian diantara kedua kelompok tersebut terhadap sikap politik pemilih pemula terhadap Pemilu 2014, yaitu pada poin A2-B2 (Anda senang dengan materi Pendidikan Politik yang disampaikan oleh Pemateri).

Begitu pula untuk aspek afektif khususnya mengenai afeksi responden atas materi yang disampaikan pemateri memberikan persamaan nilai afeksi yang sama.

Walaupun hasil pengujian hipotesis pada faktor afektif terlihat banyak yang tidak bermakna karena selisih angka yang tidak signifikan, nyatanya skor kelompok eksperimen cenderung meningkat di tiap pertanyaan yang diajukan. Begitu juga pada aspek lain.

Hasil Uji Hipotesis dengan menggunakan metode hitung Mann Whitney menunjukkan ada 1 butir pertanyaan dari 2 butir pernyataan yang diajukan pada aspek kognitif yang memiliki  $p\text{-value} < 0,05$ . Dengan mempertimbangkan kenaikan skor kelompok eksperimen pada kedua butir pernyataan, maka dapat disimpulkan,  $H_0$  ditolak, dan  $H_1$  diterima, artinya Terdapat Perbedaan Afektif yang Signifikan antara Kelompok Eksperimen dan Kelompok Kontrol pada Kampanye “Roadshow Pendidikan Pemilu.

Hasil pengujian diatas ini dapat dikatakan wajar, karena komponen Afektif (perasaan) menyangkut masalah emosional subjektif seseorang terhadap suatu objek sikap (Azwar, 1995:24) dan banyak peneliti yang mengalami kesukaran dalam mengukur emosi sedih, gembira, senang, takut sebagai sebuah akibat dari pesan (Rakhmat, 2009:234). Rasa senang yang tercantum pada butir pernyataan ke-2, tidak dapat langsung tercipta dari perjumpaan pertama atau pemaparan pertama pada materi yang sebelumnya tidak banyak disukai.

Selain penjelasan Disna Harvens selaku pemateri dari Tim AyoVote yang tercantum pada penjelasan distribusi frekuensi aspek afektif, menurut Achmad Rifky, Mahasiswa D3 Studi Komunikasi UI, yang merupakan salah satu anggota kelompok eksperimen, kegiatan Roadshow Pendidikan Pemilu dinilai bagus karena memberikan informasi yang berguna bagi Pemilih Pemula. Namun disisi lain, banyak temannya yang mengaku tidak senang dengan materi yang diberikan karena menyangkut politik, namu tetap puas dengan hasilnya karena banyak informasi yang berguna di dalamnya.

**Table 4.** Hasil Uji Hipotesis Perbedaan Konatif antara Kelompok Eksperimen dan Kelompok Kontrol pada Kampanye “Roadshow Pendidikan Pemilu

Variabel	Kelompok	Nilai p	keterangan
Aspek Afektif	A1 - B1	0,009	Bermakna
	A2 - B2	0,012	Bermakna
	A3 - B3	0,000	Bermakna

Sumber : Pengolahan Data 2014

Hasil uji statistik sikap pemilih pemula terhadap Pemilu 2014 aspek konatif diketahui berdasarkan hasil pengujian diatas pada kelompok eksperimen (A) dan kontrol (B) menunjukkan adanya perbedaan yang bermakna ( $p < 0,05$ ) untuk semua aspek sikap. Hal ini menunjukkan adanya perbedaan sikap yang signifikan secara konatif antara kelompok kontrol dan kelompok eksperimen.

Hasil Uji Hipotesis dengan menggunakan metode hitung Mann Whitney menunjukkan ada seluruh butir pernyataan pada aspek konatif yang diajukan memiliki  $p\text{-value} < 0,05$ . Dengan jelas maka dapat disimpulkan,  $H_0$  ditolak, dan  $H_1$  diterima, artinya Terdapat Perbedaan Konatif yang Signifikan antara Kelompok Eksperimen dan Kelompok Kontrol pada Kampanye “Roadshow Pendidikan Pemilu”.

Komponen Konatif (perilaku) berisi mengenai perilaku dan sikap yang menunjukkan bagaimana perilaku atau kecenderungan berperilaku yang ada di dalam diri seseorang berkaitan dengan objek sikap yang dihadapinya (Azwar, 1995:24). Kegiatan “Roadshow Pendidikan Pemilu” terbukti mampu merubah konasi pesertanya. Hal ini dibuktikan dengan signifikannya nilai seluruh butir pernyataan yang ada.

Landasan dari kegiatan kampanye adalah kegiatan persuasif yang bertujuan untuk mengubah sikap, oleh karena itulah penelitian ini menggunakan model persuasi dari Hovland, Janis, dan Kelley yang cukup tepat untuk mempelajari dan memahami pembentukan sikap.

Penelitian ini membahas tentang kampanye *Roadshow* Pendidikan Pemilu yang diselenggarakan oleh Tim AyoVote pada mahasiswa D3 Studi Ilmu Komunikasi dan Studi Ilmu Sosial dan Politik Universitas Indonesia. Sesuai dengan teori yang digunakan yaitu, *Instrumental Theory Of Persuasion* yang dikemukakan oleh Hovland, Janis, dan Kelley (dalam Tan, 1981:93) mendefinisikan “Komunikasi persuasif sebagai proses dimana komunikator mengirimkan stimuli (biasanya secara verbal) untuk merubah sikap individu lain”.

Berdasarkan hasil penelitian dengan cara penyebaran angket, wawancara, dan jika dilihat secara keseluruhan hasil pengujian ditemukan lebih banyak pengujian yang signifikan adanya perbedaan penilaian atas Program Roadshow “Pendidikan Pemilu” dan Sikap Politik Pemilih pemula terhadap Pemilu 2014 diantara kelompok eksperimen dan kontrol, dimana secara deskriptif terjadi peningkatan atau perubahan skor sikap setelah dilakukannya kegiatan Program Roadshow “Pendidikan Pemilu”.

Hasil pengujian ini menyatakan bahwa  $H_0$  pada hipotesis mayor dan minor ditolak, yang berarti ada perbedaan yang bermakna diantara kedua kelompok yang dibandingkan. Hal tersebut menunjukkan terdapat perbedaan sikap yang signifikan antara kelompok eksperimen dan kelompok kontrol dalam Kampanye “Roadshow Pendidikan Pemilu” terhadap sikap pemilih pemula pada Pemilihan Umum Legislatif 2014. Kesimpulannya, kampanye “Roadshow Pendidikan Pemilu” yang dilakukan oleh Tim AyoVote memberikan perbedaan yang signifikan terhadap sikap peserta kegiatan yang merupakan pemilih pemula terhadap Pemilihan Umum Legislatif 2014. Faktanya, memang banyak responden yang mengaku mendapatkan banyak informasi setelah mengikuti kegiatan ini.

Berdasarkan hasil pengujian serta pemaparan diatas maka peneliti menyimpulkan bahwa  $H_1$  diterima, yaitu Terdapat Perbedaan Sikap Pemilih Pemula yang Signifikan antara Kelompok Eksperimen dan Kelompok Kontrol pada Kampanye “Roadshow Pendidikan Pemilu” dalam Pemilihan Umum Legislatif 2014.

### **Hasil uji analisis regresi sederhana**

Karena telah terbukti adanya perbedaan sikap yang terjadi antara kelompok eksperimen dan kelompok kontrol, sesuai dengan desain eksperimen yang digunakan, maka peneliti melakukan Uji Regresi Sederhana untuk membuktikan bahwa faktor X yang terdiri dari faktor komunikator dan pesan pada kegiatan kampanye “Roadshow Pendidikan Pemilu” lah yang mempengaruhi sikap peserta dan juga untuk memperkuat hasil dari Uji Beda yang telah dilakukan.

### **Pembahasan hasil perhitungan regresi linear sederhana**

Setelah diperoleh hasil penilaian responden di atas, maka langkah selanjutnya adalah melakukan pembahasan hasil penelitian untuk mengukur seberapa besar kemampuan indikator-indikator menjelaskan variabel komunikator dan pesan kampanye “Roadshow Pendidikan Pemilu” terhadap Sikap Pemilih Pemula pada Pemilihan Umum Legislatif 2014.

Dari hasil Perhitungan Regresi Linear Sederhana dengan menggunakan Software Gretl for Windows (hasil pengujian terlampir) dapat diketahui besarnya keeratan hubungan antara variabel X dan Y sebesar  $r = 0,69$  dengan nilai koefisien determinasi sebesar 0,481 artinya besar pengaruh variabel X terhadap variabel Y sebesar 48,1%.

Sesuai dengan penjelasan pada tabel interval koefisien dan tingkat hubungannya, nilai  $r = 0,69$  masuk pada kategori kuat. Artinya hubungan variabel X yaitu *Roadshow Pendidikan Pemilu* memiliki pengaruh yang kuat terhadap variabel Y yaitu sikap Pemilih Pemula.

Nilai koefisien determinasi dapat diinterpretasikan sebagai pengaruh variabel sebab terhadap variabel akibat. Jadi dalam penelitian ini 48,1% sikap Pemilih Pemula pada Pemilu 2014 dipengaruhi oleh kampanye “Roadshow Pendidikan Pemilu” .

Untuk memperkuat bukti dari pengaruh yang diberikan maka dilakukan uji normalitas. Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah data variabel dependent dan variabel independent mengikuti distribusi normal. Berdasarkan uji tersebut terlihat data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Jika pada grafik di atas, data menyebar jauh dari garis diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Hal ini membuktikan dengan pasti bahwa teori *Instrumental of Persuasion* dengan asumsi dasar “Sikap dapat dirubah melalui pengubahan opini (informasi) yang dimiliki komunikan tentang suatu objek melalui komunikasi yang bersifat persuasif” (Tan, 1981) yang digunakan peneliti adalah benar, bahwa faktor komunikator dan pesan yang ada dalam kegiatan kampanye “Roadshow Pendidikan Pemilu” mempengaruhi sikap Pemilih Pemula pada Pemilihan Umum 2014.

### **Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian penulis, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: Terdapat perbedaan kognitif antara mahasiswa D3 Studi Komunikasi Universitas Indonesia sebagai peserta dan mahasiswa D3 Studi Ilmu Sosial dan Politik Universitas Indonesia yang bukan sebagai peserta “Roadshow Pendidikan Pemilu” dalam Pemilihan Umum Legislatif 2014. Berbagai faktor yang mempengaruhi dan

materi yang diberikan pada saat kampanye berlangsung berhasil mempengaruhi kognisi peserta dalam kampanye tersebut.

Terdapat perbedaan afektif antara mahasiswa D3 Studi Komunikasi Universitas Indonesia sebagai peserta dan mahasiswa D3 Studi Ilmu Sosial dan Politik Universitas Indonesia yang bukan sebagai peserta “Roadshow Pendidikan Pemilu” dalam Pemilihan Umum Legislatif 2014. Roadshow Pendidikan Pemilu mampu memberikan rangsangan afeksi yang dapat digunakan untuk membentuk persepsi dan meningkatkan motivasi untuk menggunakan hak pilih pemilih pemula pada Pemilihan Umum Legislatif 2014.

Terdapat perbedaan konatif antara mahasiswa D3 Studi Komunikasi Universitas Indonesia sebagai peserta dan mahasiswa D3 Studi Ilmu Sosial dan Politik Universitas Indonesia yang bukan sebagai peserta “Roadshow Pendidikan Pemilu” dalam Pemilihan Umum Legislatif 2014. Roadshow Pendidikan Pemilu berhasil meyakinkan para peserta untuk menggunakan hak pilihnya pada saat Pemilihan Umum Legislatif 2014 dan juga membuat para peserta tidak segan untuk membagikan informasi mengenai Pemilu dan mengajak teman-teman mereka untuk menggunakan hak pilihnya pada saat Pemilu Legislatif berlangsung nanti.

### **Ucapan Terima Kasih**

Penulis mengucapkan rasa terima kasih kepada seluruh responden yang telah bersedia terlibat dalam penelitian ini. Kemudian ucapan terima kasih juga diberikan kepada Universitas Indonesia sebagai objek penelitian.

### **Daftar Pustaka**

- Azwar, Saifuddin. (1995). *Sikap Manusia Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azwar, Saifuddin. (2001). *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Azwar, Saifuddin. (2007). *Sikap Manusia Teori dan Pengukurannya, Edisi 2*, Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Campbell, Donald T., & Stanley, Julian C.(1966). *Experimental And Quasi-Experimental Design for Research*. Chicago: Rand Mc.Nally Collage Publishing Company.
- Rakhmat, Jalauddin. (1990). *Teori-teori Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya.
- Rakhmat, Jalauddin. (2004). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Rakhmat, Jalauddin (2009). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Sastroatmodjo, Sudijono.(1995). *Partisipasi Politik*. Semarang: IKIP Semarang Press.
- Sugiyono. (2006). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabet.
- Tan. Alexis.S .(1981). *Mass Communication, Theories and Research*. America: Grid Pub., Indiana University