

PERILAKU KONSUMSI MEDIA OLEH CALON PEMILIH PEMULA PADA MASA SOSIALISASI BAKAL CALON KEPALA DAERAH PROVINSI BANTEN 2017

Darwis Sagita

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Sultan Ageng Tirtayasa
darwis@untirta.ac.id

Andin Nesia

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Sultan Ageng Tirtayasa
andin.nesia@untirta.ac.id

ABSTRAK

Kegiatan bermedia pemilih pemula menjadi menarik untuk diperhatikan dalam konteks politik. Ketika pemilih pemula yang biasanya berada pada usia remaja juga memiliki hak politik dalam kegiatan politik tertentu, seperti Pemilihan Umum (Pemilu). Kegiatan remaja dengan media ketika memasuki momen politik menjadi menarik untuk dicermati. Sementara itu, sumber yang mungkin dijadikan rujukan oleh remaja adalah media massa. Sebagai salah satu pilar demokrasi sejak awal telah menempatkan diri sebagai ruang publik. Media seolah menjadi kawan dekat bagi masyarakat, kemudian ditambah lagi dengan munculnya salah satu hasil pengembangan teknologi yaitu internet. Internet sendiri kemudian menjelma menjadi media yang digunakan oleh masyarakat untuk mendapatkan informasi. Dengan keberagaman media tersebut menjadi menarik bagi peneliti untuk menganalisis tentang perilaku konsumsi media oleh calon pemilih pemula pada masa sosialisasi bakal calon kepala daerah, yang mana pada penelitian ini adalah pemilihan Kepada Daerah Provinsi Banten. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kualitatif, dengan teknik pengumpulan data yang utama melalui Focus Group Discussion (FGD). Adapun teori yang digunakan adalah teori Atribusi, untuk memberikan gambaran yang menarik mengenai tingkah laku terkait perilaku konsumsi media.

Kata Kunci: Perilaku konsumsi media, calon pemilih pemula, masa sosialisasi.

***MEDIA CONSUMPTION BEHAVIOUR BY BEGINNER VOTERS
DURING SOSIALIZATION PERIOD OF CANDIDATE FOR THE HEAD
OF BANTEN PROVINCE***

ABSTRACT

Newspaper voter activities become interesting to note in the political context. When beginner voters who are usually in their teens also have political rights in certain political activities, such as the General Election. Youth activity with the media when entering the political moment becomes interesting to be observed. Meanwhile, a source that may be used as a reference by teenagers is the mass media. As one of the pillars of democracy from the beginning has placed itself as a public space. Media seemed to be a close friend to the community, then coupled with the emergence of one of the development of technology that is internet. Internet itself then transformed into a medium used by the public to obtain information. With the diversity of media it becomes interesting for researchers to analyze about the behavior of media consumption by beginner voters in the socialization of prospective candidates of regional heads, which in this study is the election to the Regional Province of Banten. The research approach used is qualitative, with the main data collection technique through Focus Group Discussion (FGD). The theory used is Attribution theory, to provide an interesting picture of behavior related to media consumption behavior. The result are Beginner voters have the behavior of media consumption is somewhat varied. Whether it is seeking information consciously by self-curiosity or accidentally through other people or parties, such as from parents (talking), watching Local TV with parents about Banten Election and chatting with friends.

Keywords: beginner voters , media consumption behaviour, socialization period.

PENDAHULUAN

Masyarakat hari ini sangat berinteraksi dengan media massa. Bagaimana kehidupan bermedia masuk kedalam aktivitas masyarakat tanpa dapat dibendung, sehingga seakan-akan hampir setiap orang tidak bisa melewati hari tanpa media. Apalagi dengan melihat jumlah media yang beredar di Indonesia saat ini sangatlah banyak. Media tradisional seperti; Koran, Majalah, Radio, dan Televisi mungkin masih merupakan media yang paling banyak, serta paling mudah untuk menyampaikan pesan kepada masyarakat. Bila dulu hanya kaum terpelajar serta orang kantoran yang membaca koran serta melihat berita di televisi, maka saat ini kita bisa dengan mudah menemukan tukang ojek yang asyik membaca koran sambil menunggu penumpang.

Media tradisional dapat dikatakan sudah begitu luar biasa memberikan pengaruhnya pada aktivitas keseharian masyarakat, kemudian ditambah lagi dengan munculnya salah satu hasil pengembangan teknologi yaitu internet. Internet sendiri kemudian menjelma menjadi media yang digunakan oleh masyarakat untuk mendapatkan informasi. Jika kita

melihat pada era sebelumnya dimana seseorang berkomunikasi dalam skala besar hanya untuk memperoleh informasi dan berperan sebagai komunikator melalui media tradisional seperti surat kabar, saat ini masyarakat menggunakan fasilitas internet dan media sosial untuk memperoleh informasi dan bahkan menjadi komunikator secara bebas. Melalui media sosial, seseorang dapat berbagi apa saja yang ingin ia bagikan pada sesama pengguna media sosial tersebut yang telah terhubung dengan akun yang dimiliki.

Kemunculan media sosial di Indonesia yang mulai menarik banyak pengguna adalah *Friendster* yang muncul pada kisaran tahun 2002 yang didirikan oleh Jonathan Abrams. *Friendster* merupakan sosial media yang dibuat untuk anak muda pada saat itu. Dimulailah era media sosial. Pengguna friendster pada tahun 2008 tercatat lebih dari 8 juta sebelum akhirnya situs ini ditutup dan berubah fungsi menjadi situs game. Kesuksesan Friendster ini kemudian memunculkan media sosial baru seperti *MySpace*, *Facebook*, *Twitter* dan *LinkedIn* yang dinilai memperoleh kesuksesan yang jauh lebih tinggi. Bahkan saat ini telah diciptakan sosial media *ask.fm* dengan

fitur tanya dan jawab antar pengguna. Kemudian Seiring berkembangnya teknologi smartphones, telepon seluler baru bersistem Operasi Android, iOS, dan Windows telah banyak digunakan oleh masyarakat dunia.

Dari sinilah kemudian muncul media sosial baru seperti *Instagram, Path, Pinterest, PicMix, We Hear It, Etsy, Fancy, Pheed* yang saat ini hanya dapat digunakan pada telepon seluler atau tablet bersistem operasi *Android, Windows dan iOS*. (<http://teknohikmah.blogspot.com>, 2008).

Kemajuan media diatas tentu pada akhirnya berpengaruh kepada penggunaan media oleh masyarakat. Masyarakat yang terdiri dari berbagai lapisan baik itu dari segi sosial ekonomi, pendidikan maupun usia dihadapkan pada pilihan media yang begitu banyak, dari yang paling tradisional hingga yang paling modern. Dari segi usia misalnya, ketika usia dibedakan atas anak- anak, remaja, dewasa dan tua maka akan berpengaruh pula dalam gaya serta perilakunya dalam bermedia. Dan satu diantara kelompok usia yang menarik untuk diperhatikan lebih jauh adalah remaja. Remaja yang sering dimaknai sebagai usia transisi dari masa anak- anak menuju dewasa cenderung

memiliki gaya dan perilaku yang masih menjadi bauran antara masa anak- anak dan dewasa.

Ketika remaja bermedia, hal ini pun menjadi menarik untuk kita cermati lebih jauh. Masa usia remaja yang dikategorikan berada diantara 12-23 tahun menurut Stanley Hall (dalam Papalia, 2008), artinya jika kita lihat pada tingkat pendidikan di Indonesia berada pada rentang pendidikan SMP hingga Perguruan Tinggi. Pada masa ini seorang remaja cenderung dikatakan masih mencari jati diri, yang mempengaruhi gaya dan perilakunya. Pada usia ini memungkinkan untuk berbeda dalam mengonsumsi atau bermedia dibandingkan dengan kelompok usia lainnya, seperti pada hasil sebuah survei yang dilakukan Gallup Organization menunjukkan bahwa kaum dewasa muda (18-24) menggunakan internet cenderung berbeda dengan kaum dewasa tua (usia 35-54).

Perilaku Konsumsi Media Oleh Calon Pemilih Pemula Pada Masa Sosialisasi Bakal Calon Kepala Daerah Provinsi Banten 2017

Tabel 1. Prosentase usia 18-24 dan 35-54 yang menggunakan internet untuk berbagai macam tujuan

Penggunaan	18-24	35-54
Berita dan Hiburan	65 (30%)	105 (49%)
Sosialisasi	75 (35%)	68 (32%)
Rekreasi	45 (21%)	28 (13%)
	29 (14%)	13 (6%)

Sumber : Severin & Tankard (2005:455)

Hal ini dapat dipahami bahwa remaja dan usia dewasa cukup memiliki perbedaan psikologis yang mungkin mempengaruhi gaya dan perilakunya, termasuk dalam bermedia. Media yang pada dasarnya memiliki fungsi tertentu pada konteks komunikasi massa pada akhirnya punya kecenderungan untuk digunakan pada fungsi tertentu oleh masyarakat, pada remaja contohnya. Sebagaimana yang dikatakan oleh Dominick (*The Dynamic Of Mass Communication, 2001*) menyebutkan beberapa fungsi komunikasi massa bagi masyarakat, yaitu : pengawasan, penafsiran, keterkaitan, penyebaran nilai dan hiburan. Maka dapat dikatakan bahwa menurut hasil survei tersebut menunjukkan bahwa remaja lebih banyak memfungsikan media sebagai sumber hiburan ketimbang mengambil bagian

dalam fungsi pengawasan yang diwakili oleh penggunaannya sebagai sumber informasi pada hasil survei diatas.

Kegiatan bermedia remaja juga menjadi menarik untuk diperhatikan dalam konteks politik. Ketika remaja yang beranjak dewasa juga memiliki hak politik dalam kegiatan politik tertentu, seperti Pemilihan Umum (Pemilu). Kegiatan remaja dengan media ketika memasuki momen politik menjadi menarik untuk dicermati. Bagaimana remaja yang termasuk kedalam kategori pemilih pemula. Ketika usia remaja berada dalam rentang 12-23 tahun menurut Stanley Hall (dalam Papalia, 2008). Artinya usia pemilih pemula yaitu 17 tahun termasuk kedalam kategori usia remaja. Remaja yang pada umumnya mungkin belum banyak berorientasi pada politik, ketika dihadapkan pada sebuah momen politik dan partisipasi politik akan menghadirkan perilaku tertentu. Bagaimana pilihan rujukan untuk mendapatkan informasi tentang pemilihan umum, membahas mekanisme pemilihan hingga terkait calon yang dipilih akan digantungkan pada sumber tertentu.

Sementara itu, sumber yang mungkin dijadikan rujukan oleh remaja

adalah media massa. Sebagai salah satu pilar demokrasi sejak awal telah menempatkan diri sebagai ruang publik. Media seolah menjadi kawan dekat bagi masyarakat sipil dalam mewacanakan urgensi pemilu. Sebagai contoh, Pilkada serentak di tahun 2015 lalu menjadi “hajatan demokrasi” terbesar yang pernah dilakukan Indonesia hingga mencetak rekor dunia. Sepanjang tahun 2015 baik media sosial maupun media massa ramai memperbincangkan tentang urgensi, keuntungan, kelemahan, persiapan hingga pelaksanaan pemilu serentak. Ramai-ramai para pengamat politik, masyarakat sipil politisi di senayan serta pemerintah menghiasi diskursus pemilu serentak baik media cetak maupun elektronik.

Hampir secara bulat seluruh stakeholder bangsa Indonesia menyepakati proses pelaksanaan pemilu serentak sebagai “obat mujarab” bagi masyarakat yang semakin apatis menghadapi pemilu setiap tahunnya. Pemilu serentak dianggap mampu menyelamatkan demokrasi yang semakin tergilas oleh kepentingan oligarki.

Kembali pada konteks bagaimana remaja sebagai pemilih pemula dalam pemilihan umum

memilih media atau sumber informasi sebagai rujukan. Menjadi penting untuk dipahami bahwa remaja sebagai pemilih pemula mungkin berangkat dari nol terkait pengetahuan tentang politik. Sementara seperti dibahas sebelumnya bahwa kecenderungan remaja dalam beraktivitas dengan media sudah sangat variatif, hingga merambah pada media berbasis internet. Dan semakin menarik ketika melihat bagaimana kemungkinan remaja sebagai calon pemilih pemula mencari informasi terkait para bakal calon mulai mensosialisasikan diri bahkan sebelum masa kampanye. Sebelum masa kampanye dipilih oleh peneliti karena pada masa ini lebih panjang dibanding masa resmi kampanye, namun sudah bermunculan para bakal calon dengan berbagai manuver sosialisai politik.

Berangkat dari dua asumsi tersebut, menarik bagi peneliti untuk menjadikan hal ini sebagai penelitian, yang lebih tepatnya mengangkat tema “Perilaku Konsumsi Media oleh Calon Pemilih Pemula Sebelum Masa Kampanye Pemilihan Kepala Daerah Provinsi Banten 2017”.

Rumusan masalah yakni berupa konseptualisasi terhadap peristiwa/kasus

dalam arti penggunaan satu atau lebih konsep terhadap suatu fenomena/peristiwa/kasus dengan sebuah cara berpikir tertentu dalam proses penelitian baik berdasarkan pendekatan, paradigma maupun jenis dan metode penelitian tertentu (Hamad, 2005:2). Maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah : Perilaku Konsumsi Media oleh Calon Pemilih Pemula Pada Masa Sosialisasi Bakal Calon Kepala Daerah Provinsi Banten 2017

Pertanyaan-pertanyaan dalam penelitian bisa saja berasal dari suatu persoalan yang diperoleh selama berlangsungnya proses penelitian, dari peristiwa atau pengalaman penting yang terjadi dalam kehidupan keseharian kita, hasil konsultasi dengan peneliti lain, atau berasal dari literatur-literatur teknis (Strauss & Corbin, 1990) dalam (Denzin & Lincoln, 2009:278). Maka pertanyaan penelitiannya adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana mengungkapkan dan mendiskripsikan Perilaku Pemilih Pemula dalam mengonsumsi Media pada Masa Sosialisasi Calon Kepala Daerah Provinsi Banten 2017?
2. Bagaimana identifikasi isi media yang dipilih oleh pemilih pemula pada

masa Sosialisasi calon Kepala Daerah Provinsi Banten 2017?

TINJAUAN PUSTAKA

Teori Atribusi

Manusia selalu cenderung ingin mengetahui sikap atau tingkah lakunya sendiri atau tingkah laku orang lain. Teori Atribusi memberikan gambaran yang menarik mengenai tingkah laku manusia. Teori atribusi adalah teori tentang bagaimana manusia menerangkan perilaku orang lain maupun perilakunya sendiri dan akibat dari perilakunya yang dipertanyakan, misalnya: sifat-sifat, motif, sikap, dsb atau Teori ini memberikan perhatian pada bagaimana seseorang sesungguhnya bertingkah laku. Teori Atribusi menjelaskan bagaimana orang menyimpulkan penyebab tingkah laku yang dilakukan diri sendiri atau orang lain. Fritz Heider pendiri teori Atribusi dalam Morissan (2013:54) mengemukakan beberapa penyebab yang mendorong orang memiliki tingkah laku tertentu, diantaranya adalah; situasi di sekitarnya, pengaruh dalam diri orang tersebut (personal), kemampuan diri, usaha yang dilakukan, rasa ingin memiliki, dan

kewajiban (perasaan harus melakukan sesuatu)

Aktivitas dan Selektifitas dalam Bermedia

Penelitian mengenai selektivitas khalayak pada awalnya dirangsang oleh ketakutan mengenai efek komunikasi massa. Media, terutama televisi dianggap mendorong sifat pasif kepada anak-anak maupun orang dewasa. Perbedaan telah dibuat antara pola penggunaan ritual dan instrumental. Rubin (1984) dalam McQuail (2011:163) menjelaskan ritual merujuk pada kebiasaan dan frekuensi menonton oleh orang-orang dengan hubungan yang kuat dengan media. Penggunaan instrumental bertujuan dan selektif, sehingga lebih dapat dikelompokkan sebagai aktif. Biocca (1988a) dalam McQuail (2011:164) membahas perbedaan makna dan konsep dalam aktivitas khalayak, mengajukan lima versi yang berbeda: 1. selektivitas. 2. Utilitarianisme. 3. Memiliki Tujuan, 4. Kebal terhadap pengaruh. 5. Keterlibatan.

Gaya Hidup Bermedia

Mcquail (2011:185) mengatakan konsep gaya hidup seringkali digunakan dalam

mendeskripsikan dan mengelompokkan beragam pola dari penggunaan media, sering kali sebagai bagian dari konstelasi sikap dan perilaku yang lain. Dalam satu hal, konsep gaya hidup menawarkan pelarian dari keyakinan bahwa selera media ditentukan oleh kelas sosial dan pendidikan karena pada tingkatan tertentu, gaya hidup adalah pola perilaku yang dipilih sendiri dan pilihan penggunaan media. Johannsson dan Miegel (1992) dalam Mcquail (2011:185) membedakan tiga level analisis: dari keseluruhan masyarakat, dari perbedaan masyarakat dan budaya, dan dari individu. Salah satu masalah utama dari konsep ini adalah menemukan level yang sesuai. Level kedua adalah yang paling sering diterapkan, sering kali dengan hasil yang cukup membingungkan. Pada level ketiga, mereka mengatakan bahwa gaya hidup adalah ekspresi dari ambisi individual untuk menciptakan identitas pribadi secara spesifik, personal, sosial, dan cultural. Terdapat potensi gaya hidup sebanyak individu itu sendiri.

Penelitian dengan konsumsi media masss oleh remaja pernah dilakukan oleh beberapa peneliti dan

telah dipublikasi di jurnal. Namun penelitian-penelitian tersebut hanya memfokuskan pada perilaku menggunakan internet. Dalam penelitian mengenai Perilaku Remaja Digital di Media Sosial: Gaya, Gaul, Tapi Galau 6, Santi Indra Astuti dan Zulfebriges menemukan bahwa Dalam konteks pola konsumsi media, penetrasi social media dalam kehidupan responden bisa dikatakan luarbiasa. Nyaris tak ada ‘ruang’ dalam kehidupan responden yang tidak tersentuh oleh social media. Social media bersifat ‘omnipresent’, dan tidak lagi sekadar menjadi alternatif pengisi waktu luang (*leisure time*), melainkan menjadi bagian sentral dan poros kehidupan responden.

Sedangkan dalam penelitian mengenai Perilaku Remaja dalam Menggunakan Media Baru: Pemetaan Habit Media Baru Remaja Daerah Sub Urban Kota Bandung yang dilakukan Reni Nureni, Alila Pramiyanti, Idola Perdini Putri 7 menunjukkan secara umum remaja Kabupaten Bandung, terbiasa untuk menggunakan internet, terutama untuk kebutuhan mencari informasi untuk penyelesaian tugas dari sekolah. Selain penyelesaian tugas dari sekolah, akses penggunaan

internet juga digunakan untuk terlibat aktif dalam media sosial dalam hal ini facebook.

METODE PENELITIAN

Pendekatan Penelitian

Untuk mencapai tujuan penelitian yang telah dirumuskan di atas, Peneliti akan menggunakan pendekatan Kualitatif. Penelitian kualitatif adalah metode riset yang didasarkan pada evaluasi subjektif perilaku, sikap, atau event. Teknik riset kualitatif mencakup kelompok fokus. Riset kualitatif melibatkan jauh lebih kecil sampel responden dan sering digunakan untuk memverifikasi teknik riset kuantitatif. Sedangkan Penelitian kuantitatif, metode riset berdasarkan pada jawaban yang mutlak dan definitif. Kelompok besar orang dapat disurvei, kemudian statistik dan data dapat dikumpulkan. Riset kuantitatif sering digunakan bersama dengan riset kualitatif untuk membuktikan bukti keras. Ensiklopedia Komunikasi (Sobur, 2014:694).

Teknik Pengumpulan Data

Tema penelitian ini adalah mengenai perilaku konsumsi media, untuk mendapatkan pemahaman yang lebih dalam mengenai hal tersebut,

peneliti memerlukan data yang bukan sekadar angka-angka, tetapi kedalaman data yang dapat diperoleh melalui wawancara, observasi dan Focus Group Discussion. Kriyantono (2006:116) menjelaskan bahwa Focus Group Discussion adalah metode pengumpulan data atau riset untuk memahami sikap dan perilaku khalayak. Biasanya terdiri dari 6-12 orang yang secara bersamaan dikumpulkan, diwawancarai, dengan dipandu oleh moderator.

FGD yang dilakukan dengan memilih Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa sebanyak 10 orang yang mewakili daerah Kota Tangerang, Kabupaten Tangerang, Kota Serang, Kabupaten Serang, Kabupaten Pandeglang dan Kota Cilegon. Sebaran daerah ini sengaja dipilih oleh Peneliti untuk mendapatkan jawaban yang cukup representatif mewakili pemilih pemula di Provinsi Banten.

Teknik Analisis Data

Moderator memimpin responden (peserta diskusi) tentang topic yang dipersiapkan melalui diskusi yang tidak terstruktur. Analisis data dilakukan dengan mengklasifikasikan data ke dalam kategori-kategori tertentu, dengan

mempertimbangkan kesahihan data, dengan memperhatikan subjek penelitian, tingkat autentisitasnya dan melakukan triangulasi berbagai sumber. Setelah diklasifikasikan, peneliti akan melakukan pemaknaan terhadap data dengan berteori dan berargumentasi.

Sedangkan analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah kepada masyarakat desa, dengan alasan:

- (1) Tidak bersifat instruktif;
- (2) Prosesnya menyebar ke segala arah sehingga arus informasinya berjalan timbale balik dari dan ke segala arah diantara pihak- pihak yang terlibat;
- (3) Kesamaan posisi antara pihak komunikan dan komunikatornya, sehingga tidak ada perasaan inferior dan superior, sehingga hasil komunikasinya dianggap sharing.

PEMBAHASAN

Perilaku Pemilih Pemula dalam Mengonsumsi Media pada Masa Sosialisasi Calon Kepala Daerah Provinsi Banten 2017

Dari poin-poin hasil FGD diatas kita dapat mengetahui bahwa pemilih pemula pada kontestasi Pilkada Banten memiliki perilaku yang terbilang variatif. Baik itu mencari informasi yang dilakukan secara sadar oleh keingintahuan sendiri atau secara tidak

sengaja melalui orang atau pihak lain, seperti dari orang tua (bercakap-cakap), menonton TV Lokal bersama orang tua tentang pilkada Banten dan obrolan bersama teman. Tidak banyak dari peserta FGD yang mengaku dengan sengaja mencari informasi pilkada secara sadar demi keingintahuan pribadi.

Adapun media sebagai sumber informasi terkait Pilkada Banten yang mereka konsumsi lebih banyak didominasi oleh media online daerah (radarbanten.com, facebookbantennews, dan bantennews.com). Ketika dikonfirmasi lebih jauh terkait informasi ini, mereka menjawab bahwa media online lebih mudah untuk mereka dapatkan informasinya dibandingkan melalui media lainnya. Lanjut mereka menjelaskan bahwa beberapa diantara mereka ada yang mengaku juga mendapatkan informasi pilkada Banten melalui media mainstream seperti Televisi Nasional, dan melihat informasi di media luar ruang dalam bentuk Papan Baliho. Namun jumlahnya hanya sedikit, hal itupun hanya ketika mereka menonton TV secara kebetulan bersama orang tua dan kebetulan tidak sengaja memperhatikan

Papan Baliho yang terpampang di pinggir jalan.

Lebih banyaknya jawaban mendapatkan informasi melalui media onlie dibandingkan media mainstream dan media luar ruang, mereka akui karena aktivitas yang biasa mereka lakukan sebagai Mahasiswa tingkat awal pada umumnya adalah melalui Handphone (Smartphone) yang mereka miliki.

Artinya menarik untuk dicermati lebih jauh bahwa perilaku pemilih pemula (yang umumnya adalah berasal dari usia Remaja menjelang Dewasa) ini terkait dengan konsumsi media lebih banyak didominasi oleh faktor media apa yang biasa mereka gunakan dalam aktivitas sehari-hari. Dimana keberadaan teknologi internet yang ada di handphone saat ini memberikan akses kemudahan dan menjadi pilihan utama mereka.

Hal ini pun bisa menjadi rujukan penelitian lanjutan, untuk lebih bisa menjelaskan terkait dengan pemilihan media untuk mendapatkan informasi tentang pilkada. Bahwa pemilih tidak hanya memperhatikan unsur kelengkapan dan menariknya data yang menjadi isi pesan pilkada, tapi lebih kepada kemudahan akses dan

sesuai dengan media yang sudah menjadi pilihan sehari-hari, yaitu media online melalui handphone dengan akses internet.

Identifikasi Isi Media yang Dipilih oleh Pemilih Pemula pada masa Sosialisasi Calon Kepala Daerah Provinsi Banten 2017

Sebagai pemilih pemula pada umumnya mereka menjawab terkait dengan isi dari media yang memberitakan tentang Calon Kepala Daerah Provinsi Banten Informasi yang didapatkan tentang paslon bervariasi. Diantaranya adalah berupa informasi negatif dari masing-masing paslon, ada pula yang menjawab dari visi misi, serta ada yang menjawab dari karakter paparan (melalui debat), yaitu menyoroti tentang adanya paslon yang menjawab dengan data angka dan tidak.

Dengan dipahaminya oleh para pemilih pemula bahwa informasi isi pesan tentang pasangan calon di pemilihan umum kepala daerah Provinsi Banten ada yang bernada negatif menjadi hal yang menarik dalam penelitian ini. Hal ini dikarenakan bahwa kesimpulan tentang nada berita positif, netral dan negative biasanya hanya dilakukan oleh khalayak yang cukup memahami tentang sudut pandang

pemberitaan, artinya kelompok pemilih pemula dapat dikatakan cukup ideal dalam memahami isi pesan.

Hal lainnya adalah, ketika pemilih pemula juga memperhatikan isi pesan tentang visi misi calon, artinya mereka pun dapat dikatakan sebagai pemilih ideal. Apalagi ketika data hasil FGD lainnya juga menjelaskan bahwa sebagian besar mereka sebagai calon pemilih pemula tidak punya ketertarikan khusus dengan isu politik seperti Pemilihan Kepala Daerah. Dapat dikatakan bahwa rendahnya ketertarikan mereka pada bidang politik, tidak juga membuat mereka apatis terhadap kontestasi politik seperti Pilkada.

Seperti halnya data lain yang menggambarkan adanya beberapa pemilih pemula yang juga memperhatikan penggunaan data pada kegiatan debat antar pasangan calon. Bahkan beberapa peserta FGD menjawab melakukan pengecekan berita dari sumber lain terkait isi berita pemilihan kepala daerah yang dianggap meragukan tingkat validitasnya.

Memperhatikan nada berita, visi misi calon, mencermati penggunaan data saat debat antar calon dan melakukan pengecekan tentang berita yang dianggap kurang valid dapat

menggambarkan bahwa isi pesan yang diperhatikan oleh pemilih pemula pada media saat sosialisasi calon Kepala Daerah Provinsi Banten dapat dikatakan memiliki mutu yang baik.

SIMPULAN

1. Kesimpulan pada laporan kemajuan ini yang pertama adalah pemilih pemula pada Sosialisasi Calon Kepala Daerah Provinsi Banten 2017 memiliki perilaku konsumsi media yang variatif. Baik itu mencari informasi yang dilakukan secara sadar oleh keingintahuan sendiri atau secara tidak sengaja melalui orang atau pihak lain, seperti dari orang tua (bercakap-cakap), menonton Televisi Lokal bersama orang tua tentang Pilkada Banten dan obrolan bersama teman. Tidak banyak dari peserta FGD yang mengaku dengan sengaja mencari informasi Pilkada secara sadar demi kepentingan konsumsi informasi pribadi.
2. Kedua, isi media yang dipilih oleh pemilih pemula pada masa sosialisasi calon Kepala Daerah Provinsi Banten 2017 dapat dikatakan memiliki mutu yang baik. Hal ini didasarkan pada hasil penelitian bahwa mereka memperhatikan aspek nada berita,

visi misi calon, mencermati penggunaan data saat debat antar calon dan melakukan pengecekan tentang berita yang dianggap kurang valid.

DAFTAR PUSTAKA

- Dominick, R Joseph. 2001. *The Dynamics of Mass Communication*. London: McGraw-Hill Companies.
- Kriyantono, S.Sos,M.Si,Rachmat.2006. *Teknik Praktik Riset Komunikasi*, Jakarta: Kencana Media.
- McQuail, Denis, 2011, *Teori Komunikasi Massa (McQuail's Mass Communication Theory) Edisi 6 Buku 2*. Jakarta: Salemba Humanika
- Morissan, 2013 *Teori Komunikasi Massa Komunikator, Pesan, Percakapan, dan Hubungan (Interpersonal)*, Bogor: GhaliaIndonesia.
- Papalia, D. E., Old, S. W., Feldman, R. T. 2008. *Human Development (Psikologi Perkembangan) Bagian V s/d IX*. Jakarta: Kencana.
- Severin, Werner Jdan James W. Tankard. 2005. *Teori Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Jurnal:**
- Jurnal Reni Nureni, dkk *Jurnal Siosioteknologi Edisi 30 Tahun 12, Desember 2013 hal 465.*
- Santi Indra Astuti & Zulfebriges, *Perilaku Remaja Digital di Media Sosial: Gaya, Gaul, Tapi Galau*, Prociding

Call For Paper —The1stIndonesia
Media Research and Summit2014.

Sumber Online:

<http://teknohikmah.blogspot.com/2008/04/data-blogger-dan-pengguna-friendster.html>