

Pengaruh motif terhadap kepuasan pemilih pemula dalam menonton tayangan Debat Capres 2019

Iis Zilfah Adnan¹, Zikri Fachrul Nurhadi², Achmad Wildan Kurniawan³, Ummu Salamah⁴
^{1,2,3,4}Universitas Garut, Garut, Indonesia

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi adanya Pemilihan Presiden 2019, yang diselenggarakan pada tanggal 17 April 2019. Dalam upaya memperkenalkan dua pasangan kandidat, Komisi Pemilihan Umum sebagai penyelenggara Pemilu mengadakan acara Debat Capres 2019 yang ditayangkan langsung di televisi secara nasional. Tayangan ini dapat memberikan informasi kepada calon pemilih, khususnya pemilih pemula yang baru mendapatkan hak pilihnya. Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji seberapa besar tingkat motif dan tingkat kepuasan pemilih pemula siswa MAN 2 Garut dalam menonton tayangan Debat Capres 2019 di televisi. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini metode deskriptif kuantitatif untuk menganalisis data yang telah terkumpul melalui pengumpulan data berupa kuesioner. Responden penelitian ini adalah pemilih pemula kelas XII MAN 2 Garut angkatan 2018-2019 yang berjumlah 97 orang, dengan teknik pengambilan sampel yaitu sensus. Instrumen pernyataan yang digunakan sebanyak 40 pernyataan dari dua variabel, variabel motif dan variabel kepuasan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat motif pemilih pemula dalam menonton tayangan Debat Capres 2019 adalah sangat tinggi. Hal ini dibuktikan dengan rata-rata skor 392,4 antusiasme terhadap motif informasi. Sedangkan tingkat kepuasan pemilih pemula dalam menonton tayangan Debat Capres 2019 memiliki kriteria sangat tinggi, artinya pemilih pemula MAN 2 Garut dapat mengetahui seni dalam berpolitik ataupun berdebat setelah menonton tayangan Debat Capres 2019 di televisi. Maka didapat skor mean variabel Motif (X) atau GS (*Gratification Sought*) atau kepuasan yang dicari yaitu 330,2 dan skor mean variabel Kepuasan (Y) atau GO (*Gratification Obtained*) atau kepuasan yang diperoleh yaitu 317,8.

Kata-kata Kunci: Debat Capres; kepuasan; motif; pemilih pemula; tayangan

The effect of motives on beginner voter's satisfaction in watching 2019 Presidential Candidate Debate

ABSTRACT

*This research is motivated by the 2019 Presidential Election, which was held on April 17, 2019. In an effort to introduce 2 pairs of candidates, the General Election Commission as the organizer of the election held a 2019 Presidential Debate which was broadcasted live on television nationally. This broadcast can provide information to prospective voters, especially first-time voters who have just received their voting rights. The purpose of this study is to test the level of motivation and the level of satisfaction of the beginner voters in MAN 2 Garut in watching the 2019 Presidential Debate on television. The research method used in this study is a descriptive quantitative method to analyze the data that has been collected through data collection in the form of a questionnaire. Respondents of this study are 97 beginner voters in class XII MAN 2 Garut 2018-2019, with a census sampling technique. The statement instrument used was 40 statements from two variables, motive variables and satisfaction variables. The results showed that the motive level of beginner voters in watching the 2019 Presidential Candidate Debate was very high. This is evidenced by the average score of 392.4 enthusiasm for information motives. Meanwhile, the satisfaction level of first-time voters in watching the 2019 Presidential Candidate Debate shows has very high criteria, meaning that beginner voters of MAN 2 Garut can perceive the art of politics or debate after watching the 2019 Presidential Candidate Debate on television. Then, obtained an average score of Motive (X) or GS (*Gratification Sought*) is 330.2 and the average score of satisfaction (Y) or GO (*Gratification Obtained*) is 317.8.*

Keywords: Presidential candidate debate; satisfaction; motive; beginner voter; broadcast

Korespondensi: Dr. Zikri Fachrul Nurhadi, M.Si. Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Garut. Jln. Raya Samarang No. 52A Garut, Kode Pos 44151. Provinsi Jawa Barat. *Email:* zikri_fn@uniga.ac.id

Submitted: February 2020, **Accepted:** September 2020, **Published:** September 2020

ISSN: 2548-687X (printed), ISSN: 2549-0087 (online). Website: <http://jurnal.unpad.ac.id/protvf>

PENDAHULUAN

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi telah berjalan begitu pesat, sehingga kebutuhan informasi tersebut didorong oleh kemajuan teknologi tersebut. Semakin beragamnya bentuk media massa yang terdiri dari media massa cetak dan media elektronik tersebut, maka dapat menunjang dan mempengaruhi perkembangan media massa dalam berbagai bidang, khususnya dalam bidang politik (Ardianto, 2009). Salah satu media massa yang digunakan pada penelitian ini adalah media elektronik yaitu televisi. Menurut Baksin televisi merupakan hasil produk teknologi yang dapat menyampaikan informasi dalam bentuk audio visual gerak. Informasi audio visual gerak memiliki kekuatan yang sangat tinggi untuk mempengaruhi mental, pola pikir, dan tindakan seseorang (Baksin, 2006).

Kemampuan media televisi yang mampu menjangkau banyak khalayak, dapat menyajikan gambar dan suara, serta dapat disiarkan secara langsung, membuat pesan yang disampaikan melalui program-program televisi dapat tersampaikan dengan mudah terhadap khalayaknya. Sedangkan menurut (Darwanto, 2006), televisi merupakan bentuk media massa elektronik yang dinilai efektif dalam menyampaikan pandangan-pandangan serta tujuan dari yang dimilikinya, sehingga khalayak

bisa secara langsung dapat dipengaruhi. Hal ini juga televisi dapat menarik simpatik dari kalangan masyarakat luas. Amerika Serikat, 99% warganya memiliki televisi di rumahnya. Mereka menonton televisi sekitar tujuh jam sehari dengan isi tayangan berupa hiburan, berita dan iklan (Ardianto, 2009). Dahulu, orang menyesuaikan waktu menonton televisi dengan jadwal televisinya. Kini sebaliknya, orang akan menonton jika jadwal acara televisi sesuai dengan jadwal mereka. Ini bisa dikatakan sebagai “pemberdayaan audien” (Soffani, 2019).

Berdasarkan paparan yang telah dijelaskan, maka media televisi akan mempengaruhi kesadaran politik. Kesadaran politik warga negara menjadi faktor determinan 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.

Pengalaman pemilihan presiden yang berlangsung dalam beberapa dekade menunjukkan banyaknya para pemilih yang tidak memberikan suaranya. Sebagai fenomena penggambaran di atas apabila seseorang memiliki kesadaran politik dan kepercayaan kepada pemerintah tinggi maka partisipasi

politik cenderung aktif, sedangkan apabila kesadaran dan kepercayaan sangat kecil maka partisipasi politik menjadi pasif dan apatis. Selama periode orde baru tingkat partisipasi pemilih dalam setiap penyelenggaraan pemilu selalu di atas 90%, partisipasi politik di bawah rezim pemerintahan Soeharto dinilai semu, sejumlah faktor yang mengiringi pada persepsi ini adalah politik dan model mobilisasi yang sangat kuat selama enam periode pemilu sepanjang 32 tahun pemerintahan orde baru. Partisipasi pemilu pada era orde baru memang memiliki kecenderungan turun dalam setiap penyelenggaraan, tetapi penurunannya tak terlalu signifikan pada penyelenggaraan pemilu pertama di era reformasi, antusiasme pemilih masih tinggi, tercatat lebih dari 92,74% pemilih yang menggunakan hak pilihnya.

Dalam Pilpres yang diselenggarakan dengan sistem langsung untuk pertama kali pada tahun 2004, tingkat partisipasi melorot drastis jumlah pemilih yang tidak menggunakan hak pilih melonjak pada pilpres putaran pertama, pemilih yang tidak menggunakan hak pilihnya sebesar 21,77% jumlah tersebut kembali melonjak jadi 23,37% pada pilpres putaran kedua. Meningkatnya angka pemilih yang tidak menggunakan hak pilihnya 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 berfikir rasional dan lebih memikirkan kepentingan jangka pendek. Sehingga, terkadang apa yang mereka pilih tidak sesuai dengan yang di harapkan (Wardhani, 2018).

Pada penelitian ini, maka yang menjadi sasaran media terkait dengan Motif terhadap Kepuasan Pemilih Pemula dalam Menonton Tayangan Debat Capres 2019 adalah media massa Televisi sebagai sarana komunikasi politik dalam menyampaikan ide, gagasan dan kampanye politiknya. Tahun 2019 contohnya, merupakan tahun politik bagi Indonesia, pasalnya pada tahun 2019 telah diadakan pemilihan anggota legislatif dan pemilihan Presiden secara bersamaan, yang sudah dilaksanakan pada 17 April 2019. Tidak seperti Pemilu legislatif dan Pilpres sebelumnya yang dilaksanakan terpisah, pada tahun ini keduanya dilaksanakan serentak. Sebagai dasar dilaksanakannya Pemilu 2019 adalah adanya Rancangan Undang-Undang (RUU) Pemilu yang telah ditetapkan menjadi Undang-Undang dalam rapat Paripurna DPR, bersamaan dengan telah disahkannya Undang-Undang Nomor (UU) 7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum (Pemilu) oleh Presiden Joko Widodo pada 15 Agustus 2017. UU ini terdiri atas 573 pasal,

penjelasan, dan 4 lampiran. Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 ini menjadi dasar hukum penyelenggaraan Pemilu DPR, DPD, DPRD dan Pilpres tahun 2019 yang diselenggarakan secara serentak.

Realitas komunikasi politik yang muncul diperbincangkan adalah Pemilihan presiden melalui acara Debat Capres yang ditayangkan di televisi, dikarenakan menjadi trend topik yang menarik untuk diperbincangkan oleh semua unsur kalangan masyarakat. Hal ini membuat media, khususnya televisi sangat gencar “menggoreng” isu-isu mengenai pemilihan Presiden. Calon Presiden dan wakil Presiden untuk Pilpres 2019 ada dua calon yaitu pasangan petahana dari nomor 1 yaitu Joko Widodo dan Ma'ruf Amin, dan pasangan penantang dari

nomor 2 yaitu Prabowo Subianto dan Sandiaga Uno. Debat Capres juga bertujuan agar rakyat memilih calon Presiden tidak hanya yang berkharisma yang terkesan angker dan sakral, namun memilih pejabat atas dasar rasional bagaimana para calon memaparkan program dan visi misi ke depannya jika terpilih. Pasal 39 Undang-Undang nomor 42 tahun 2008, menjelaskan bahwa Debat Capres-cawapres dilaksanakan lima kali sebelum pencoblosan, diselenggarakan oleh KPU dengan moderator yang dipilih oleh KPU. Debat ini juga harus disiarkan langsung secara nasional oleh media elektronik. Televisi khususnya, Komisi Pemilihan Umum (KPU) telah menyusun jadwal Debat Pilpres 2019 yang disusun bersama tim kampanye pasangan kedua calon.

Tabel 1 Jadwal Debat Capres Cawapres 2019

Urutan Debat	Peserta Debat	Tanggal Dan Tempat	Tema Debat	Channel
Debat Pertama	Capres-Cawapres Vs Capres-Cawapres	17 Januari 2019 di Hotel Bidakara	Hukum, HAM, Korupsi dan Terorisme	TVRI, RRI, Kompas TV dan RTV
Debat Kedua	Capres VS Capres	17 Februari 2019 di Hotel Sultan	Energi dan Pangan, Sumber Daya Alam dan Lingkungan Hidup, dan Infrastruktur	RCTI, GTV, MNC TV dan iNews TV
Debat Ketiga	Cawapres VS Cawapres	17 Maret 2019 di Hotel Sultan	Pendidikan, Kesehatan, Ketenagakerjaan serta Sosial dan Kebudayaan	Trans TV, Trans 7 dan CNN Indonesia TV
Debat Keempat	Capres VS Capres	30 Maret 2019, Hotel Shangri La	Ideologi, Pemerintahan, Pertahanan dan Keamanan serta Hubungan Internasional	Metro TV, SCTV dan Indosiar
Debat Kelima	Capres-Cawapres Vs Capres-Cawapres	13 April 2019, Hotel Sultan	Ekonomi dan Kesejahteraan Sosial, Keuangan dan Investasi serta Perdagangan dan Industri	TVOne, ANTV, BeritasatuTV dan NET TV

Sumber: Kompas.com, 2019

Berdasarkan realitas politik pada penelitian ini, sebagai teori pendukungnya adalah teori *Uses and Gratification*, yang menjelaskan pengguna media memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan media berdasarkan tujuannya. Pengguna media berusaha untuk mencari sumber media yang paling baik, tentunya memiliki kredibilitas yang tinggi. Artinya, teori *uses and gratification* mengasumsikan bahwa pengguna mempunyai pilihannya masing-masing dengan tujuan untuk memuaskan keinginan dan kebutuhannya. Asumsi dasar teori *Uses and Gratification* ini: (1) Pengguna media dianggap orang yang aktif, artinya penggunaan media massa diasumsikan memiliki tujuan; (2) Pada proses komunikasi yang dilakukan, banyak ide kreatif untuk meningkatkan pemuasan kebutuhannya (Ude, 2014). Maka pada penelitian ini, yang menjadi audiens aktif dalam proses komunikasi tayangan debat calon presiden ini adalah Pemilih pemula.

Penelitian tentang motif terhadap kepuasan pemilih pemula tentang Debat Calon Presiden ini, diperkuat oleh hasil penelitian terdahulu yang dilakukan Diajeng Triastari, yang berjudul *Persepsi pemilih Pemula terhadap Iklan Politik Kampanye Pasangan Calon Presiden dan Wakil Presiden pada Pemilu 2009 di Media Televisi*. Hasil penelitian terdahulu ini menunjukkan bahwa persepsi mengenai iklan politik yang dimiliki oleh pemilih pemula itu bervariasi,

kecenderungan persepsi pemilih pemula melihat dari visi misi dan latar belakang *figure* kandidat. Dalam perkembangan jenis iklan politik yang ada pada pemilu 2009 yaitu munculnya iklan negatif (bersifat menyerang lawan politik), ditemukan pula kecenderungan bahwa iklan negatif membuat persepsi pemilih pemula menjadi lebih rasional dibanding dengan iklan positif. Aspek-aspek latar belakang *track record* kinerja kandidat lebih dikedepankan dan tidak hanya menerima secara pasif kelebihan-kelebihan kandidat seperti yang biasa disodorkan oleh iklan positif. Kemunculan teori *Uses and Gratifications* ini diartikan sebagai komunikasi massa, yaitu sebagai interaksi sosial melalui pesan (*sosial interaction throuht messages*) (Morissan, 2013).

Pada penelitian ini, penulis memilih siswa MAN 2 Garut sebagai pemilih pemula memiliki rasa antusiasme yang besar, rasa keingintahuan terhadap informasi yang tinggi. Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah dikemukakan, maka dapat diuraikan identifikasi masalah pada penelitian ini adalah (1) Seberapa besar tingkat motif (*Gratification Sought*) pemilih pemula siswa MAN 2 Garut dalam menonton tayangan Debat Capres 2019 di televisi? (2) Seberapa besar tingkat kepuasan (*Gratification Obtained*) pemilih pemula siswa MAN 2 Garut dalam menonton tayangan Debat Capres 2019 di televisi?. Sedangkan tujuan

penelitian ini adalah untuk menguji seberapa besar tingkat motif dan tingkat kepuasan (*Gratification Sought*) pemilih pemula siswa MAN 2 Garut dalam menonton tayangan Debat Capres 2019 di televisi.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif yaitu penelitian yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagai mana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. (Sugiyono, 2018). Menurut (Sugiyono, 2018), dalam penelitian kuantitatif, metode penelitian yang dilakukan yaitu metode eksperimen. Penelitian eksperimen ada *treatment* (perlakuan) tertentu, dalam hal ini adalah pemilih pemula yang menonton tayangan Debat Capres 2019 di televisi.

Variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel yang dikelompokkan atas dua jenis, yaitu: (1) Variabel pengaruh (variabel bebas) adalah variabel yang diduga sebagai penyebab atau pendahulu dari variabel lainnya (Kriyantono, 2006). Variabel bebas (X) dalam penelitian ini adalah motif atau *Gratification Sought*. Motif memiliki empat dimensi yaitu, motif informasi, motif identitas pribadi, motif integrasi dan interaksi sosial, dan

motif hiburan. (2) Variabel tergantung (variabel terikat) adalah variabel yang diduga sebagai akibat atau yang dipengaruhi oleh variabel yang mendahuluinya. Variabel tergantung (Y) dalam penelitian ini yaitu kepuasan pemilih pemula atau *Gratifications Obtained*. Kepuasan memiliki empat dimensi yaitu, kepuasan informasi, kepuasan identitas pribadi, kepuasan integrasi dan interaksi sosial, dan kepuasan hiburan.

Teknik pengumpulan data melalui Kuesioner, di mana pernyataan yang telah dibuat oleh periset diisi oleh responden secara langsung yang jawabannya telah disediakan (Kriyantono, 2006). Metode ini dijadikan data primer dalam penulisan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Sedangkan teknik pengumpulan selanjutnya dengan studi kepustakaan merupakan segala usaha yang dilakukan oleh peneliti untuk menghimpun informasi yang relevan dengan topik atau masalah yang akan atau sedang diteliti informasi itu dapat diperoleh dari buku-buku ilmiah, peraturan-peraturan, dan sumber-sumber tertulis baik tercetak maupun elektronik lain (Sugiyono, 2004). Selain teknik pengumpulan data yang digunakan, maka yang menjadi populasi pada penelitian ini adalah pemilih pemula MAN 2 Garut angkatan 2019-2020 yang sudah memiliki hak pilih pada Pemilu 17 April 2019, yaitu siswa kelas XII dengan jumlah populasi sebanyak 97 siswa.

Tabel 2 Operasionalisasi Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator
Motif (<i>Gratification Sought</i>) (X) (Kriyantono, 2006)	Motif Informasi	Kebutuhan informasi tentang peristiwa
		Ingin mendapat bimbingan
		Memperkuat pendapat atas keputusan yang diambil
		Rasa ingin tahu
	Motif Identitas Pribadi	Adanya perasaan aman
		Pelajaran dalam bersikap
		Mencari model perilaku lewat media massa
		Peminatan pribadi
	Motif Integrasi Dan Interaksi Sosial	Mengidentifikasi nilai-nilai pribadi
		Adanya wawasan berpikir
		Berinteraksi dengan orang lain
		Mengidentifikasi diri dengan orang lain
	Motif Hiburan	Mencari bahan diskusi
		Rasa lebih tahu dibanding orang lain
		Mecari referensi nilai-nilai social
		Mengisi waktu luang
Estetika		
Mencari hiburan		
Melepaskan masalah pribadi		
Melepaskan kejenuhan		
Kepuasan Pemilih Pemula (<i>Gratification Obtained</i>) (Y)	Kepuasan Informasi	Kebutuhan informasi tentang peristiwa
		Ingin mendapat bimbingan
		Memperkuat pendapat atas keputusan yang diambil
		Rasa ingin tahu
	Kepuasan Identitas Pribadi	Perasaan aman melalui pengetahuan yang didapat dari media massa
		Pelajaran dalam bersikap
		Mencari model perilaku lewat media massa
		Peminatan pribadi
	Kepuasan Integrasi dan Interaksi Sosial	Mengidentifikasi nilai-nilai pribadi dengan nilai-nilai orang lain di media
		Adanya penambangan pengetahuan
		Berinteraksi dengan orang lain
		Mengidentifikasi diri dengan orang lain
	Kepuasan Hiburan	Mencari bahan diskusi
		Rasa lebih tahu dibanding orang lain
		Mencari referensi nilai-nilai sosial
		Mengisi waktu luang
Estetika		
Mencari hiburan		
Melepaskan masalah pribadi		
Melepaskan kejenuhan		

Sumber: Penelitian, 2019

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini diawali dari karakteristik responden yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi responden sehingga lebih memudahkan peneliti dalam menganalisis hasil penelitian. Berdasarkan data hasil penelitian menggunakan kuesioner dari 97 orang responden yang menonton acara Debat Capres 2019 di televisi, penulis membagi responden ke dalam 2 kategori yaitu jenis kelamin dan jurusan. Responden tidak dikategorikan berdasarkan usianya karena keseluruhan responden mempunyai usia yang sama yaitu 17-18 tahun. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin ditampilkan pada Tabel 3.

Tabel 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
1.	Laki-Laki	35	36,1%
2.	Perempuan	62	63,9%
Total		97	100%

Sumber: Kuesioner (Hasil Pengolahan Data Primer), 2019

Tabel 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan

No.	Jurusan	Frekuensi	Persentase
1.	IPA	51	52,6%
2.	IPS	33	34,0%
3.	Keagamaan	13	13,6%
Total		97	100%

Sumber: Kuesioner (Hasil Pengolahan Data Primer), 2019

Berdasarkan tabel 4, dapat dijelaskan bahwa karakteristik responden yang berjumlah total 97 orang berdasarkan jenis kelamin pada penelitian ini memiliki persentasi 36,1% laki-laki atau sebanyak 35 orang dan 63,9% perempuan atau sebanyak 62 orang. Artinya dalam penelitian ini responden pemilih pemula siswa MAN 2 Garut lebih banyak perempuan daripada laki-laki. Karakteristik responden berdasarkan jurusan ditampilkan dalam Tabel 4.

Berdasarkan tabel 4, dapat dijelaskan bahwa karakteristik responden yang berjumlah total 97 orang berdasarkan jurusan pada penelitian ini memiliki persentasi 52,6% jurusan IPA atau sebanyak 52 orang, 34% jurusan IPS atau sebanyak 33 orang dan 13,6% jurusan Keagamaan atau sebanyak 13 orang. Artinya dalam penelitian ini responden pemilih pemula siswa MAN 2 Garut yang terbanyak adalah jurusan IPA, jurusan IPS sebagai yang terbanyak kedua dan jurusan Keagamaan adalah jurusan paling sedikit respondennya.

Dalam hal menentukan hasil penelitian berdasarkan jawaban responden atas kuesioner yang disebarkan, diperlukan adanya kriteria penilaian terhadap skor yang didapat. Kriteria penilaian tersebut, penulis sajikan di dalam Tabel 5.

Setelah menjelaskan hasil dari karakteristik responden, maka hasil penelitian pada variabel X ini dimulai dari hasil penelitian Dimensi Motif

Tabel 5 Kriteria Interpretasi Skor

Skor	Kriteria Penilaian	Persentase
0 – 97	Sangat Rendah	20%
98 – 194	Rendah	40%
195 – 291	Cukup Tinggi	60%
292 – 388	Tinggi	80%
389 – 485	Sangat Tinggi	100%

Sumber: Sugiyono, 2018

Informasi yang memiliki 5 buah instrumen pernyataan, yaitu kebutuhan informasi tentang peristiwa, ingin mendapat bimbingan, memperkuat pendapat atas keputusan yang diambil, rasa ingin tahu dan perasaan aman melalui pengetahuan yang didapat dari media massa.

Total skor kumulatif pada dimensi Motif Informasi yang didapat dari 97 responden adalah 1962, dengan rata-rata $1962 / 5 = 392,4$ atau berkriteria sangat tinggi, artinya responden mempunyai keinginan yang sangat tinggi dalam memenuhi motif informasinya. Pada motif informasi, instrumen pernyataan yang memiliki nilai tertinggi adalah nomor 3 dengan skor kumulatif 429 artinya motif informasi tertinggi dari responden pemilih pemula MAN 2 Garut dalam menonton tayangan Debat Capres 2019 di televisi adalah ingin memperkuat keputusan mereka dalam memilih salah satu calon presiden dan wakil presiden.

Berikutnya adalah hasil penelitian Dimensi Motif Identitas Pribadi yang memiliki 5 buah instrumen pernyataan, yaitu pelajaran dalam

bersikap, mencari model perilaku lewat media massa peminatan pribadi, mengidentifikasi nilai-nilai pribadi dengan nilai-nilai orang lain di media, dan memperoleh wawasan berfikir.

Dapat diketahui bahwa semua instrumen pernyataan valid. Total skor kumulatif pada dimensi Motif Identitas Pribadi yang didapat dari 97 responden adalah 1800, dengan rata-rata $1800 / 5 = 360$ atau berkriteria tinggi, artinya responden mempunyai keinginan yang tinggi dalam memenuhi motif Identitas Pribadinya. instrumen pernyataan yang memiliki nilai tertinggi adalah nomor 5 dengan skor kumulatif 380 artinya motif identitas pribadi tertinggi dari responden pemilih pemula MAN 2 Garut dalam menonton tayangan Debat Capres 2019 di televisi adalah ingin memperkuat atau menambah wawasan pribadi.

Berikutnya adalah hasil penelitian Dimensi Motif Integrasi dan Interaksi Sosial yang memiliki lima buah instrumen pernyataan, yaitu Berinteraksi dengan Orang Lain, Mengidentifikasi Diri dengan Orang Lain, Mencari Bahan Diskusi, Rasa Lebih Tahu

dibanding Orang Lain, dan Mencari Referensi Nilai-Nilai Sosial.

Dapat diketahui bahwa instrumen 1,2,3 dan 5 valid sedangkan instrumen 4 tidak valid maka instrumen 4 tidak bisa dijadikan alat ukur dan harus dihilangkan. Total skor kumulatif pada dimensi Motif Integrasi dan Interaksi Sosial yang didapat dari 97 responden adalah 1157, dengan rata-rata $1157 / 4 = 289,25$ atau berkriteria cukup tinggi, artinya responden mempunyai keinginan yang cukup tinggi dalam memenuhi motif Integrasi dan Interaksi Sosialnya. Pada motif Integrasi dan Interaksi Sosial, instrumen pernyataan yang memiliki nilai tertinggi adalah nomor 5 dengan skor kumulatif 341 artinya motif Integrasi dan Interaksi Sosial tertinggi dari responden pemilih pemula MAN 2 Garut dalam menonton tayangan Debat Capres 2019 di televisi adalah ingin meneladani sosok kedua pasangan calon presiden dan wakil preiden ataupun sosok lain dalam tayangan tersebut sehingga saya praktekkan keteladannya dalam kehidupan sosial bermasyarakat.

Berikutnya adalah hasil penelitian dimensi Motif Hiburan yang memiliki 5 buah

instrumen pernyataan, yaitu Mengisi Waktu Luang, Estetika, Mencari Hiburan, Melepaskan Masalah Pribadi, dan Melepaskan Kejenuhan.

Dapat diketahui bahwa instrumen 1,2,4 dan 5 valid sedangkan instrumen 3 tidak valid maka instrumen 3 tidak bisa dijadikan alat ukur dan harus dihilangkan. total skor kumulatif pada dimensi Motif Hiburan yang didapat dari 97 responden adalah 1118, dengan rata-rata $1118 / 4 = 279,5$ atau berkriteria cukup tinggi, artinya responden mempunyai keinginan yang cukup tinggi dalam memenuhi motif hiburannya. Pada motif Hiburan, instrumen pernyataan yang memiliki nilai tertinggi adalah nomor 1 dengan skor kumulatif 359 artinya motif Hiburan tertinggi dari responden pemilih pemula MAN 2 Garut dalam menonton tayangan Debat Capres 2019 di televisi adalah ingin mengisi waktu luang dengan kegiatan yang lebih bermanfaat.

Berikut ini adalah rekapitulasi hasil penelitian variabel Motif yang memiliki 4 buah dimensi yaitu, motif informasi, motif identitas pribadi, motif integrasi dan interaksi sosial, dan motif hiburan. Rekapitulasi hasil penelitian Variabel Motif tertuang (X) pada tabel 6.

Tabel 6 Rekapitulasi Variabel (X) Motif

Dimensi	Rata-Rata Skor Kumulatif	Kriteria
Motif Informasi	392,4	
Motif Identitas Pribadi	360	
Motif Integrasi dan Interaksi Sosial	289,25	Tinggi
Motif Hiburan	279,5	
Total Rata-Rata Skor Kumulatif Variabel	330,2875	

Sumber: Kuesioner (Hasil Pengolahan Data Primer, 2019)

Selanjutnya hasil penelitian Variabel Kepuasan Informasi (Y), dimulai dari Dimensi Kepuasan Informasi yang memiliki 5 buah instrumen pernyataan, yaitu kebutuhan informasi tentang peristiwa, ingin mendapat bimbingan, memperkuat pendapat atas keputusan yang diambil, rasa ingin tahu dan perasaan aman melalui pengetahuan yang didapat dari media massa.

Dapat diketahui bahwa total skor kumulatif pada dimensi Kepuasan Informasi yang didapat dari 97 responden adalah 1809, dengan rata-rata $1809 / 5 = 361,8$ atau berkriteria tinggi, artinya responden mendapatkan kepuasan informasi yang tinggi. Pada kepuasan informasi, instrumen pernyataan yang memiliki nilai tertinggi adalah nomor 3 dengan skor kumulatif 394 artinya kepuasan informasi tertinggi dari responden pemilih pemula MAN 2 Garut adalah dapat memperkuat keputusan dalam memilih salah satu calon presiden dan wakil presiden setelah menonton tayangan Debat Capres 2019 di televisi.

Berikut ini adalah hasil penelitian Dimensi Kepuasan Identitas Pribadi yang memiliki 5 buah instrumen pernyataan, yaitu pelajaran dalam bersikap, mencari model perilaku lewat media massa peminatan pribadi, mengidentifikasi nilai-nilai pribadi dengan nilai-nilai orang lain di media, dan memperoleh wawasan berpikir. Berikut ini adalah hasil penelitian

Dimensi Kepuasan Integrasi dan Interaksi Sosial yang memiliki lima buah instrumen pernyataan, yaitu Berinteraksi dengan Orang Lain, Mengidentifikasi Diri dengan Orang Lain, Mencari Bahan Diskusi, Rasa Lebih Tahu dibanding Orang Lain, dan Mencari Referensi Nilai-Nilai Sosial.

Dapat diketahui bahwa instrumen 1,2,3 dan 5 valid sedangkan instrumen 4 tidak valid maka instrumen 4 tidak bisa dijadikan alat ukur dan harus dihilangkan. Total skor kumulatif pada dimensi Kepuasan Integrasi dan Interaksi Sosial yang didapat dari 97 responden adalah 1206, dengan rata-rata $1206 / 4 = 301,5$ atau berkriteria tinggi, artinya responden mendapatkan Kepuasan Integrasi dan Interaksi Sosial yang cukup tinggi. Pada kepuasan Integrasi dan Interaksi Sosial, instrumen pernyataan yang memiliki nilai tertinggi adalah nomor 1 dengan skor kumulatif 336 artinya kepuasan integrasi dan interaksi sosial tertinggi dari responden pemilih pemula MAN 2 Garut adalah dapat berdiskusi dengan keluarga atau teman setelah menonton tayangan Debat Capres 2019 di televisi. Berikut ini adalah hasil penelitian Dimensi Kepuasan Hiburan yang memiliki 5 buah instrumen pernyataan, yaitu Mengisi Waktu Luang, Estetika, Mencari Hiburan, Melepaskan Masalah Pribadi, dan Melepaskan Kejenuhan.

Berikut ini adalah rekapitulasi hasil

penelitian variabel Kepuasan yang memiliki 4 buah dimensi yaitu, kepuasan informasi, kepuasan identitas pribadi, kepuasan integrasi dan interaksi sosial, dan kepuasan hiburan. Rekapitulasi hasil penelitian Variabel kepuasan (Y) terlihat pada tabel 7.

Pada penelitian ini uji hipotesis menggunakan uji Regresi Linear, yaitu pengujian yang dilakukan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel juga menunjukkan arah hubungan atau pengaruh antara variabel independen dan variabel dependen. Pada penelitian ini akan dicari pengaruh motif terhadap kepuasan pemilih pemula. Berikut ini adalah hasil uji hipotesis menggunakan Uji Regresi Linear menggunakan aplikasi IBM SPSS 20. Berdasarkan perhitungan bahwa nilai R square sebesar 0,674. Nilai ini memiliki arti bahwa pengaruh Motif terhadap Kepuasan Pemilih Pemula sebesar 67,4% sedangkan 32,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Pada bagian ini, peneliti akan menjelaskan

pembahasan penelitian yang didasarkan kepada hasil penelitian. Pembahasan pada penelitian ini, diperkuat oleh teori komunikasi, yaitu *uses & gratifications* yang menyatakan bahwa pada dasarnya khalayak memilih media massa berdasarkan motif-motif tertentu. Jadi media dianggap berusaha memenuhi motif khalayak. Jika motif terpenuhi maka kebutuhan khalayak terpenuhi dan kepuasan akan tercapai (Kriyantono, 2006). Media yang mampu memenuhi kebutuhan-kebutuhan khalayak adalah media yang efektif. Jika tayangan Debat Capres 2019 di televisi ingin menjadi media yang efektif, maka tayangan tersebut harus memuaskan kebutuhan pemilih pemula MAN 2 Garut berdasarkan motif-motif yang mendasari para pemilih pemula menonton tayangan Debat Capres 2019 di televisi. Konsep teori yang digunakan untuk mengukur kepuasan pada penelitian ini adalah mengukur GS (*Gratification Sought*) atau kepuasan yang dicari atau Motif, dengan GO (*Gratification Obtained*) atau kepuasan yang diperoleh atau

Tabel 7 Rekapitulasi Variabel (Y) Kepuasan

Dimensi	Rata- Rata Skor Kumulatif	Kriteria
Kepuasan Informasi	361,8	Tinggi
Kepuasan Identitas Pribadi	328,2	
Kepuasan Integrasi dan Interaksi Sosial	301,5	
Kepuasan Hiburan	279,75	
Total Rata-Rata Skor Kumulatif Variabel	317,8125	

Sumber: Kuesioner (Hasil Pengolahan Data Primer, 2019)

Kepuasan. Skor motif akan dibandingkan dengan skor kepuasan sehingga kesenjangan akan diketahui.

Berdasarkan hasil penelitian dari 97 responden pemilih pemula MAN 2 Garut, dengan menggunakan 40 instrumen pernyataan dengan masing-masing variabel motif dan kepuasan memiliki 20 instrumen pernyataan yang saling berkaitan. Maka didapat skor mean variabel Motif (X) atau GS (*Gratification Sought*) atau kepuasan yang dicari yaitu 330,2. Dan skor mean variabel Kepuasan (Y) atau GO (*Gratification Obtained*) atau kepuasan yang diperoleh yaitu 317,8. Kriteria kesenjangan di atas dapat disimpulkan bahwa skor mean GS > skor mean GO, artinya terdapat kesenjangan kepuasan karena kebutuhan yang diperoleh lebih sedikit dibandingkan dengan kebutuhan yang diinginkan. Dengan kata lain bahwa tayangan tersebut tidak memuaskan khalayaknya.

Tayangan Debat Capres 2019 di televisi tidak memuaskan bagi pemilih pemula di MAN 2 Garut. Berdasarkan hasil uji hipotesis menggunakan Uji regresi Linear yang menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima yang artinya Terdapat pengaruh motif terhadap kepuasan pemilih pemula di MAN 2 Garut dalam menonton tayangan Debat Capres 2019 di televisi. Dari hasil koefisien regresi dapat diketahui bahwa Motif (X) berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pemilih Pemula

(Y), pernyataan tersebut bermakna jika Motif seseorang Pemilih Pemula menonton tayangan Debat Capres 2019 di televisi semakin meningkat maka akan berpengaruh terhadap meningkatnya kepuasan Pemilih Pemula. Angka koefisien regresi, sebesar 0,975. Angka ini artinya setiap penambahan 1% Motif (X), maka Kepuasan Pemilih Pemula (Y) akan meningkat sebesar 0,975%. Hal ini sesuai dengan hasil skor GS dan GO di mana skor GS/motif lebih tinggi dibanding GO/kepuasan, karena setiap motif meningkat 1%, kepuasan pemilih pemula hanya meningkat 0,975%. Pembahasan yang telah diuraikan, maka diperkuat oleh hasil penelitian terdahulu (Gema, 2014) yang mengkaji tentang Pengaruh Pesan Politik Joko Widodo-Jusuf Kalla dalam Debat Capres di SCTV Pada 9 Juni 2014 terhadap Persepsi Mahasiswa. Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat pengaruh pesan politik Jokowi-JK dalam Debat Capres di SCTV pada 9 Juni 2014 terhadap persepsi mahasiswa Telkom *University* sebesar 54,8% dan sisanya 45,2% dapat dijelaskan oleh aspek lain yang tidak diteliti. Maka hal ini juga sependapat dengan Kartika yang mengatakan bahwa Debat Capres merupakan salah satu media yang digunakan tidak hanya untuk mendalami program-program yang ditawarkan para kandidat calon presiden dan wakil presiden, tetapi juga dimanfaatkan sebagai komunikasi politik untuk mendapatkan simpati publik

sehingga diharapkan memperbanyak peluang terpilihnya kandidat (Kartika, 2014). Debat Capres berguna sebagai penilaian masyarakat kepada masing-masing calon sekaligus juga bisa menjadi referensi memilih bagi masyarakat untuk menentukan pilihan.

Berdasarkan hasil analisis peneliti menemukan bahwa ada kelemahan siaran televisi yang dinilai dengan sifatnya yang selintas dan tidak mendalam dalam menyiarkan informasi, saat ini sudah tidak berlaku lagi karena dalam acara siaran berita hampir setiap malam di TV tertentu ada *talkshow* atau wawancara khusus yang secara mendalam menggali permasalahan hingga tuntas, bahkan perdebatan terbuka antara dua kubu yang berseberangan pun sekarang menjadi tontonan hiburan tersendiri. Hal ini juga sependapat dengan hasil penelitian tentang Media Televisi di Era Internet oleh (Abdullah, 2018) bahwa Pola Baru Menonton Televisi di Era Internet Teknologi internet ikut mempengaruhi terhadap perkembangan pertelevisian baik di tingkat nasional maupun global. Pada bagian-bagian tertentu teknologi baru ini berdampak secara positif, tetapi teknologi internet ini juga sekaligus memiliki dampak negatif ditinjau dari aspek televisi sebagai industri atau sebagai institusi bisnis. Dengan demikian, kualitas acara informasi jauh lebih baik dibanding televisi di masa lalu. Begitu pun dalam aspek penyiarannya, berkat teknologi *streaming*,

sebuah siaran tidak dibatasi lagi oleh sekat-sekat kewilayahaan. Berkenaan dengan hal tersebut, maka ketika melihat realitas motif kepuasan terhadap pemilih pemula dalam menonton debat di televisi, maka hal ini diperkuat oleh kesiapan calon pemilih dalam menggunakan hak pilih, hal ini ditentukan oleh berbagai faktor baik yang datang dari dalam maupun dari luar. Faktor dari dalam dipengaruhi oleh kesadaran pemilih untuk menggunakan hak pilih, sedangkan faktor dari luar pemilih dipengaruhi oleh faktor visi dan misi kontestan pemilihan walikota, program, *track record* kontestan, latar belakang kontestan, dan pengaruh dari orang lain misalnya orang tua pemilih (Lestari, 2018).

Setiap individu manusia memiliki perbedaan dalam hal sifat, pengalaman, lingkungan, serta golongan sosial yang meliputi tempat tinggal, pendidikan, status sosial, jenis kelamin, usia, agama, dan suku bangsa. Karakteristik tersebut tentunya juga memunculkan adanya perbedaan kebutuhan terhadap media maupun respon terhadap isinya. Menurut (Littlejohn, 2009), mengatakan bahwa kepercayaan seseorang tentang isi media dapat dipengaruhi oleh budaya dan institusi sosial seseorang, termasuk media itu sendiri; keadaan-keadaan sosial seperti ketersediaan media; variable-variabel psikologis tertentu, seperti introvert-ekstrovert dan dogmatisme. Nilai-nilai dipengaruhi oleh faktor-faktor kultural

dan sosial, kebutuhan-kebutuhan, dan variabel-variabel psikologis. Kepercayaan-kepercayaan dan nilai akan menentukan pencarian kepuasan, yang akhirnya menentukan perilaku konsumsi terhadap media yang dipilih seseorang.

Melalui teori tindakan beralasan mengatakan bahwa setiap individu dalam melakukan perbuatan dilandasi oleh suatu alasan dan keyakinan tertentu, seperti pada pemilih pemula dalam menentukan pilihannya. Karenanya, perilaku pilihan seseorang dalam pemilihan umum/pemilihan presiden dipengaruhi oleh sikap tertentu dan norma-norma subyektif. Keduanya secara bersamaan dapat mendorong pembentukan perilaku pemilih pemula dalam menentukan tokoh yang diidolakan untuk menjadi presiden. Setidaknya ada tiga perspektif yang dapat digunakan untuk menjelaskan perilaku pemilih dalam pemilihan presiden. Ketiga perspektif tersebut adalah sosiologis, psikologis, dan ekonomi/rasional (Abadi, 2016). Berdasarkan ketiga perspektif tersebut, penelitian ini menggunakan perspektif psikologis.

Menurut pendekatan psikologis, sosialisasi politik yang diterima seseorang sangat mempengaruhi pilihan politik mereka, khususnya pada saat pertama kali menentukan pilihan politik. Pada pemilihan presiden berserta wakilnya 2019 menunjukkan bahwa adanya perilaku pemilih pemula yang berbeda

dari pemilu di tahun sebelumnya utamanya dari dari aspek psikologis perilaku pemilih pemula. Sikap seseorang merupakan refleksi dari kepribadian seseorang. Sikap merupakan variabel yang cukup menentukan dalam proses mempengaruhi perilaku politik seseorang. Pendekatan psikologis menekankan tiga aspek sebagai kajian utama, yaitu ikatan emosional pada suatu partai politik, orientasi terhadap isu-isu, dan orientasi terhadap kandidat. Orientasi terhadap kandidat ditinjau dari ketokohan dan sifat seseorang dalam pemilihan umum. Ketokohan dapat berupa jabatan formal, kesalehannya, kecendekiawanannya, popularitasnya, kedekatan dengan rakyat kecil, dan keberhasilan yang pernah dicapai. Sifat seseorang dapat dicermati kepribadiannya yang jujur, bersih, toleransi yang dikembangkannya, ringan tangan, kedermawanan, pengutamaan kepentingan umum, penilaian khusus terhadap seseorang (inklusif), dan sabar.

Pengaruh pemilih pemula yang penting dan signifikan pada pemilu sudah disadari oleh peserta pemilu dan para calon kandidatnya. Bahkan perburuan suara pemilih pemula sudah dimulai sejak Pemilu yang sudah diselenggarakan selama dua tahun terakhir yaitu banyak yang sudah mulai memperhitungkan suara dari pemilih pemula dalam proses kampanye sehingga tidak jarang berbagai cara dilakukan untuk bisa menghimpun suara para

pemilih muda ini. Salah satu yang harus menjadi perhatian khusus adalah pendidikan politik yang masih rendah di kalangan pemilih pemula. Pendidikan politik yang masih rendah membuat kelompok ini rentan dijadikan sasaran untuk dimobilisasi oleh kepentingan-kepentingan tertentu (Habibah, 2015).

Apabila merujuk pada pengalaman masa lalu, contohnya para pemilih muda ini sering diarahkan kepada salah satu pasangan calon dengan membawa muatan-muatan atau jargon-jargon tertentu, baik dengan melalui perang iklan dan sosial media tanpa adanya pemahaman yang mendalam kenapa mereka harus memilih pasangan calon tersebut. Ada beberapa gejala dalam penelitian yang dilakukan yaitu masih kurang pemahamannya pemilih pemula akan proses pelaksanaan pemilu sehingga tidak memberikan hak suaranya pada pemilihan umum, pemilih pemula mudah di pengaruhi oleh kepentingan-kepentingan tertentu, terutama oleh orang terdekat, seperti anggota keluarga mulai dari orang tua hingga kerabat dan masih kurangnya minat pemilih pemula untuk mengikuti penjelasan-penjelasan yang diberikan oleh Komisi Pemilihan Umum selaku penyelenggara. Akan tetapi dengan adanya media sosial, cetak dan elektronik, setidaknya dapat mensosialisasikan hal-hal yang menjadi penting diketahui oleh para pemilih pemula.

Bentuk-bentuk partisipasi yang dilakukan

pemilih pemula dalam rangka pemilu adalah kampanye merupakan suatu kegiatan yang dilaksanakan untuk mempengaruhi dan menarik simpati serta mendapatkan suara sebanyak-banyaknya dari para pemilih agar dapat memilih calon tertentu dan memenangkannya. Faktor-faktor pendukung partisipasi politik pemilih pemula dalam pemilihan umum adalah memberikan empat alasan bervariasinya partisipasi politik seseorang. Pertama, berkenaan dengan penerimaan perangsang politik. Milbrath mengatakan bahwa keterbukaan dan kepekaan seseorang terhadap perangsang politik melalui kontak-kontak pribadi, organisasi, dan melalui media massa akan berpengaruh bagi keikutsertaan seseorang dalam kegiatan politik (Suharyanto, 2016).

Keterbukaan dan kepekaannya menerima perangsang politik melalui media massa akan mendorong seseorang secara aktif terlibat dalam politik. Dengan mengikuti secara aktif perkembangan-perkembangan politik melalui media massa, seseorang akan memiliki referensi yang cukup aktual untuk memberikan tanggapan dan akhirnya sebagai bahan dalam partisipasi politiknya (Mayo, 2000). Meskipun demikian dalam menanggapi perangsang-perangsang politik itu tentu dipengaruhi oleh pengetahuan, sikap, nilai-nilai, pengalaman-pengalaman, dan kepribadian yang dimiliki seseorang. Pemilih pemula terdorong untuk ikut berpartisipasi

dalam Pemilihan Umum karena ada rangsangan dari media massa atau elektronik. Berkenaan dengan karakteristik sosial seseorang, status ekonomi, karakter suku, usia, jenis kelamin, dan agama, merupakan karakteristik sosial yang memiliki pengaruh terhadap partisipasi politik. Para pemilih pemula mempunyai karakteristik pribadi sosial yang berbeda-beda, namun dari berbagai macam perbedaan itu para pemilih pemula cukup banyak yang peduli dan sadar akan hak politik mereka sebagai masyarakat. Mereka mau berpartisipasi dalam pemilu dengan datang ke TPS dimana mereka tinggal sesuai dengan undangan yang mereka dapat. Ketiga, menyangkut sistem politik dan sistem partai tempat seorang individu itu hidup (Wardhani, 2018).

Seseorang yang hidup dalam negara demokratis cenderung berpartisipasi dalam politik karena partai-partai politiknya cenderung mencari dukungan massa dan memperjuangkan kepentingan massa. Para pemilih pemula mempunyai karakteristik pribadi sosial yang berbeda-beda, namun dari berbagai macam perbedaan itu para pemilih pemula cukup banyak yang peduli dan sadar akan hak politik mereka, peran mereka sebagai masyarakat. Sedangkan alasan yang keempat ialah berupa perbedaan regional. Perbedaan regional ini merupakan aspek lingkungan yang berpengaruh terhadap perbedaan watak dan tingkah laku

individu, sehingga mendorong perbedaan perilaku politik dan partisipasi politik seseorang. Hampir setiap daerahnya aman dan kondusif, semua masyarakat dapat berpartisipasi dalam pemilu termasuk para pemilih pemula. Para pemilih pemula berpartisipasi dalam pemilu berdasarkan keinginan mereka sendiri, tidak adanya arahan dari pihak lain, tidak adanya suatu hal yang otoriter. Faktor-faktor yang menghambat partisipasi politik pemilih pemula yaitu kesibukan kegiatan sehari-hari para pemilih pemula umumnya adalah pelajar, mahasiswa dan pekerja (Eksterowicz, 2000).

Minder ini biasanya disebabkan oleh tingkat pendidikan yang rendah atau minimnya pengalaman dalam kegiatan politik maupun tingkat sosial ekonomi yang rendah. Disamping pendidikan dan sosial ekonomi perbedaan jenis kelamin juga mempengaruhi keaktifan seseorang berpartisipasi dalam politik. Misalnya, laki-laki lebih aktif berpartisipasi dari pada perempuan, orang yang berstatus sosial tinggi lebih aktif dari pada berstatus sosial rendah (Suharyanto, 2014). Mereka merasa tidak berhak tampil dalam kegiatan politik dari pada mereka yang punya status sosial ekonomi yang tinggi dan pengalaman yang memadai. Mereka menyadari bahwa kenyataan yang ada dalam masyarakat adalah politik lebih berhak bagi mereka yang punya pengalaman dan mempunyai status sosial ekonomi yang cukup. Keikutsertaan pemilih

pemula dalam dunia politik, bagi beberapa pemilih pemula adalah satu hal yang istimewa. Sehingga mereka berpendapat bahwa yang berhak untuk terjun dalam dunia politik adalah orang-orang kaya, berpendidikan ataupun orang yang sudah berpengalaman dalam dunia politik. Pihak keluarga adalah faktor yang berpengaruh besar dalam kehidupan seseorang. Pihak keluarga dapat mendukung atau bahkan menentang perilaku anggota keluarga yang lain. Jika pihak keluarga sudah tidak mendukung keputusan seseorang, maka orang tersebut lebih banyak mengurungkan niatnya.

Berdasarkan pemaparan yang telah dijelaskan dapat dikatakan bahwa semenjak kehadiran Internet, yang menimbulkan konvergensi media, termasuk televisi, budaya menonton televisi menjadi kegiatan yang lebih personal dan individual. Semenjak awal millenium baru, di mana teknologi Internet untuk menonton televisi (Pala, 2017). Maka berkenaan dengan menonton televisi khususnya tayangan Debat Capres 2019 menjadi pusat dan perhatian yang tepat untuk turut andil dan berpartisipasi dalam kehidupan politik. Peranan lain media televisi adalah sebagai pengajar di sekolah dan di rumah. Sebuah ciri yang bertahan dari daya tarik televisi terletak pada fakta bahwa televisi merupakan media yang menyatukan orang untuk berbagi pengalaman yang sama dalam masyarakat yang terbagi-bagi

dan individual keluarga (Maulana, 2018).

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, maka yang menjadi simpulan pada penelitian ini adalah, Tingkat Motif (*Gratification Sought*) dari empat dimensi antara lain motif informasi, motif identitas pribadi, motif integrasi dan interaksi sosial, dan motif hiburan, menunjukkan tingkat motif pemilih pemula di MAN 2 Garut dalam menonton tayangan Debat Capres 2019 adalah tinggi.

Tingkat Kepuasan (*Gratification Obtained*) dari empat dimensi antara lain kepuasan informasi, kepuasan identitas pribadi, kepuasan integrasi dan interaksi sosial, dan kepuasan hiburan, menunjukkan tingkat kepuasan pemilih pemula di MAN 2 Garut dalam menonton tayangan Debat Capres 2019 adalah tinggi. Berdasarkan tingkat motif dan tingkat kepuasan pada penelitian, dapat disimpulkan bahwa tingkat kepuasan yang didapat lebih kecil dari tingkat motif. Dengan kata lain bahwa tayangan Debat Capres 2019 di televisi tidak memuaskan bagi pemilih pemula di MAN 2 Garut.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, A. (2018). Media televisi di era internet. *Jurnal ProTVF*, 2(1), 101-110.
- Abadi, dkk. (2016). Media dan perilaku pemilih pemula pada pilihan presiden tahun 2014 di Kabupaten Sidoarjo. *Jurnal Ilmu*

- Komunikasi (Kanal)*, Vol 5 (1). Universitas Muhammadiyah Sidoarjo.
- Ardianto. (2009). *Komunikasi massa: suatu pengantar edisi revisi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Asfar, M. (2015). *Pemilu dan perilaku memilih 1955-2004*. Surabaya: Pustaka Eurika.
- Baksin. (2006). *Jurnalistik televisi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Darwanto. (2007). *Televisi sebagai media pendidikan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Diajeng Triastari. (2011). *Persepsi iklan politik pada pemilih pemula*. *Skripsi*. Universitas Sebelas Maret.
- Eksterowicz, Anthony J. (2000). The evolution of the role and office of the first lady: the movement toward integration with the white house office. *The Social Science Journal*, 37 (4): 547–562.
- Gema Arradian Putra. (2014). Pengaruh pesan politik Joko Widodo-Jusuf Kalla dalam Debat Capres Di SCTV Pada 9 Juni 2014 terhadap persepsi mahasiswa Telkom University Program Studi Ilmu Komunikasi Angkatan 2011-2012. *Skripsi*. Universitas Telkom.
- Habibah, St. (2015). *Partisipasi dan peran perempuan dalam partai politik*. Makasar: Sekolah Tinggi Agama Islam Al-Furqan. *Jurnal Al-Maiyyah*, 8 No. (2).
- Kartika, R. (2014). *Debat capres: analisis isi dan fungsi*. Jakarta: CDSC Publishing.
- Kriyantono, R. (2006). *Teknis praktis riset komunikasi disertai contoh praktis riset media, public relations, advertising, komunikasi organisasi dan komunikasi pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Lestari, dkk. (2018). Partisipasi politik pemilih pemula pada pemilihan walikota Semarang di Kota Semarang. *Jurnal Integralistis*, Vol. 29, No.1. Universitas Negeri Semarang.
- Maulana, A. (2018). Nasionalisme dalam narasi cerita film (analisis narasi Tzvetan Todorov pada Film Habibie Ainun). *ProTVF: Jurnal Kajian Televisi dan Film*, 2(1), 37-49.
- Mayo, Edith P. (2000). "Party politics: the political impact of the first ladies' social role." *The Social Science Journal* 37 (4): 577-590.
- Morissan. (2013). *Teori komunikasi massa*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Pala, R. (2017). *Televisi dan masyarakat perkotaan (survei kebiasaan menonton tv masyarakat Kelurahan Tammamaung Kecamatan Panakkukang Kota Makassar Provinsi Sulawesi Selatan*. *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*, 21(2), 193-201.
- Soffani, A, & Nugroho, C. (2019). Unsur budaya dalam media sosial: studi pada Facebook Kang Dedi Mulyadi. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 3(2), 158–172. <https://doi.org/10.24198/jmk.v3i2.12936>
- Sugiyono. (2004). *Statistika untuk penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kualitatif, kuantitatif dan r&d*. Bandung: Alfabeta.
- Suharyanto, A. (2014). Partisipasi politik masyarakat Tionghoa dalam pemilihan kepala daerah, *Jurnal Ilmu Pemerintahan dan Sosial*, 2 (2): 166-175.
- Suharyanto, A. (2016). Surat kabar sebagai salah satu media penyampaian informasi politik pada partisipasi politik masyarakat, *Jurnal Administrasi Publik*, 6 (2): 123-136.
- Ude, A. A. (2014). *Televisi dan masyarakat pluralistik*. Jakarta: Prenada.
- Wardhani. (2018). Partisipasi politik pemilih pemula dalam pemilihan umum. *Jurnal Pendidikan Ilmu-Ilmu Sosial*, Vol. 10 (1), hal. 57-62.