

1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Pemilihan Umum (Pemilu) adalah proses pemilihan orang(-orang) untuk mengisi jabatan-jabatan politik tertentu. Jabatan-jabatan tersebut beraneka-ragam, mulai dari presiden, wakil rakyat di pelbagai tingkat pemerintahan, sampai kepala desa. Kandidat Pemilihan Umum diperoleh dari calon independen maupun calon tertentu yang diusung oleh partai. Hanya Pemilihan presiden saja yang hingga saat ini belum memperbolehkan calon independen untuk menjadi kandidat calon presiden. Istilah Pemilihan Umum biasanya dipakai untuk pemilihan wakil rakyat seperti DPRD I dan DPRD II dan DPD. Sedangkan pemilihan kepala daerah seperti walikota dan gubernur biasanya menggunakan istilah Pilkada dan untuk pemilihan presiden menggunakan istilah Pilpres. Namun secara umum, pemilihan pemimpin sering disebut Pemilihan Umum (Pemilu).

Partai Politik adalah salah satu wadah bagi calon kandidat yang akan maju dalam Pemilihan Umum. Partai politik diharapkan dapat mengusung calon kandidat yang nantinya jika terpilih sebagai pemimpin dapat menyelesaikan persoalan di masyarakat. Namun pemimpin yang berkualitas tidak akan didapatkan selama partai politik masih konservatif dalam menentukan calonnya. Sehingga memunculkan kemungkinan penyalahgunaan kekuasaan terus terjadi secara masif (“Parpol”, par.7).

Fungsi sejati partai politik adalah penyalur aspirasi rakyat, pemberi pencerdasan, serta pengontrol kebijakan-kebijakan yang dikeluarkan pemerintah. Namun tampaknya, saat ini peran partai politik sudah bergeser. Partai politik berubah menjadi “ladang” untuk mendapatkan kekuasaan dan kekayaan. Munculnya perilaku partai politik yang demikian dapat dikarenakan biaya pemilu yang mahal dan gaji yang tak seberapa setelah menjabat, sehingga menjadikan mereka berusaha mengembalikan uang yang telah mereka keluarkan dalam pesta demokrasi. Salah satu hal yang membuat biaya membengkak adalah banyak diantara calon pemimpin maupun partai politik serta kadernya yang melakukan *black campaign* sebelum Pemilihan Umum, misalnya saja *money politic*. Perilaku

tersebut dapat mengakibatkan kekecewaan rakyat terhadap partai politik jika partai politik lebih mementingkan kepentingan golongannya sendiri daripada kesejahteraan rakyat.

Hasil survei dari tahun ke tahun selama dua periode menunjukkan bahwa apresiasi publik terhadap kinerja Susilo Bambang Yudhoyono kian menurun (Sultani, par. 1). Salah satu hal yang menjadi penyebab menurunnya apresiasi rakyat adalah ditemukannya kader yang pada saat Pemilihan Umum meraih simpati masyarakat dengan *tagline* "Katakan Tidak pada Korupsi" yaitu anggota DPR dari Fraksi Demokrat, Angelina Sondakh, ditetapkan sebagai tersangka oleh KPK dalam kasus dugaan korupsi wisma atlet ("Apakah", par. 1). Banyak ditemukannya kasus korupsi dengan jumlah yang sangat besar namun dengan hukuman yang relatif ringan membuat Susilo Bambang Yudhoyono dinilai tidak tegas dalam menegakkan hukum. Fakta-fakta tersebut menyebabkan nama partai Demokrat tercoreng karena dianggap tidak berintegritas.

Kasus lain yang banyak dibicarakan adalah kasus yang menimpa Bupati Garut Aceng H.M Fikri pada akhir tahun 2012 lalu. Aceng adalah bupati yang menang dalam Pemilihan Kepala Daerah Garut dari calon Independen. Aceng dan wakilnya sepakat untuk tidak terjun dan melibatkan partai politik dalam pemerintahannya. Namun setelah menjabat sebagai bupati, Aceng melanggar kesepakatan tersebut dengan menjadi bagian dari partai Golkar. Kekecewaan rakyat mulai tampak ketika Aceng terlibat kasus pernikahan siri dan perceraian. Kasus tersebut dinilai tidak sepatutnya dilakukan oleh pemimpin dan mengakibatkan dicopotnya Aceng dari jabatan bupati Garut. Oleh karena itu rakyat mulai tidak percaya dengan pemerintahan saat ini. Sebagian rakyat mulai apatis dengan Pemilihan Umum karena menganggap bahwa calon yang diusung mempunyai karakter yang sama dan nantinya tetap akan mengecewakan. Namun tak sedikit pula rakyat yang semakin peduli dengan turut memantau kinerja calon pemimpin dan lebih selektif dalam memilih calon pemimpin serta mengantisipasi calon maupun partai politik yang melakukan kecurangan agar tidak kembali dikecewakan dikemudian hari.

Fenomena politik yang ada menunjukkan bahwa krisis kepemimpinan sedang membayangi bangsa. Hingga saat ini masih banyak sosok pemimpin yang

dinilai belum mampu mengatasi persoalan bangsa. Banyaknya sosok yang dinilai kurang mampu tersebut ditunjukkan oleh indikator rendahnya kinerja para pemimpin dalam menuntaskan sejumlah persoalan (Purwantari, par. 2). Karakter utama yang dimiliki seorang pemimpin seharusnya tegas dalam menegakkan hukum selanjutnya pemimpin harus egaliter, terbuka, mementingkan dialog dan penuh perhitungan dalam menyelesaikan persoalan (Purwantari, par. 7). Namun hingga saat ini masih sedikit pemimpin yang memiliki karakter tersebut.

Calon pemimpin yang kebanyakan belum memiliki kriteria yang ideal menyebabkan masyarakat makin sulit melakukan tindakan memilih yang dilandasi daya nalar yang benar, lantaran terdapat ‘ranjau’ yang membahayakan jalannya pemilu yang demokratis. Adapun ranjau yang membahayakan tersebut seperti *money politic* (politik uang), intervensi kekuasaan, perilaku premanisme, hingga terorisme. Apalagi jika kebanyakan calon pemimpin tampil mendadak dan instan dengan berbagai cara bahkan tanpa banyak dikenal pemilihnya. Para calon yang seperti itu, biasanya mencoba menampilkan dirinya sendiri (narsis) atau lebih gawat lagi jika tampil tidak dalam karakter aslinya (Solihin, par. 2-6).

Beberapa calon kandidat yang melakukan kecurangan mengambil kesempatan tersebut dengan “iming-iming” politik uang. Modus pertama adalah serangan fajar menjelang orang datang ke Tempat Pemungutan Suara (TPS). Biasanya hal ini dilakukan karena ketidakpercayaan masyarakat akan memilihnya atau salah satu calon tidak memiliki basis pendukung di daerah tersebut. Modus kedua adalah malam sebelum pencoblosan. Pengalaman di beberapa daerah, malam sebelum pencoblosan tim sukses atau oknum datang ke rumah masyarakat. Oknum tersebut mengobrol dan diberikan uang untuk memilih pasangan tertentu, biasanya modusnya berpura-pura mengantar undangan. Modus ketiga berikutnya yakni saat pemberian kartu pemilih dan surat undangan, biasanya didalamnya ada brosur atau poster pasangan calon atau bisa juga ajakan untuk memilih nomor tertentu. Modus Keempat adalah dibayar pasca pencoblosan. Modusnya warga yang memilih pasangan yang dipesan akan memfotonya. Hasilnya akan diperlihatkan kepada pasangan calon, lalu warga tersebut dibayar. Tentunya masih banyak modus-modus yang lainnya yang harus kita waspadai (Irifandi, par. 6).

Khalayak yang menjadi salah satu sasaran partai politik adalah pemilih pemula. Pemilih pemula adalah kalangan yang belum memiliki pengalaman dalam Pemilihan Umum. Karena belum memiliki pengalaman dalam memilih, pada umumnya banyak diantara kalangan tersebut yang belum mengetahui pelbagai hal terkait dengan Pemilihan Umum. Dan tidak sedikit diantaranya yang tidak menyadari akan pentingnya suara yang diberikan dalam menentukan pemimpin yang berkualitas. Sehingga pemilih pemula kerap kali menjadi sasaran empuk partai politik atau kandidat untuk meraup suara dengan *money politic*. Hal ini dikarenakan potensi pemilih pemula yang jumlahnya besar dan bisa menentukan kemenangan partai politik atau kandidat tertentu yang berkompetisi dalam Pemilihan Umum.

Masyarakat khususnya pemilih pemula umumnya tidak mengenal profil calon pemimpin yang akan dipilihnya nanti. Pendekatan yang mungkin dilakukan adalah pertama, mengetahui profil dan latar belakang masing-masing pasangan calon. kedua, melalui visi-misinya yang dituangkan dalam beberapa program dan biasanya dapat dilihat dari berbagai bidang seperti pemerintahan, pendidikan, kesehatan, kependudukan, hukum dan keamanan, politik, ekonomi, investasi, infrastruktur, teknologi dan agrobisnis (Dachroni, par. 4). Sudah saatnya generasi muda yang dikenal kritis, mandiri, independen, anti *status quo* atau tidak puas dengan kemapanan, menginginkan perubahan, dan sebagainya membangun komunitas pemilih yang cerdas dalam Pemilihan Umum dengan memiliki pertimbangan rasional dalam menentukan pilihannya.

Pemilih yang cerdas, yakni pemilih yang sadar akan pentingnya kualitas demokrasi demi perbaikan nasib bangsa Indonesia kedepan. Istilah “5 menit didalam bilik suara, menentukan 5 tahun kehidupan bangsa Indonesia” memiliki makna bahwa suara rakyat dalam pemilu sangat berarti dan menentukan bagi arah perjalanan bangsa. Jangan hanya karena materi yang sifatnya sesaat kemudian mengorbankan nasib bangsa. Kampanye memilih cerdas juga telah dilakukan di kota Pematang Lela oleh KPU Pematang Lela. Kampanye tersebut menyebutkan beberapa prinsip memilih cerdas. Pemilih yang cerdas adalah pemilih yang menggunakan prinsip APIT. Amati, Pilih, Ikuti dan Tagih. AMATI calon-calon yang ada, apakah calon tersebut bersih dari KKN, peduli dan ingin memperjuangkan aspirasi

rakyat. PILIH berarti berikan suara kepada orang yang diyakini mampu memperjuangkan aspirasi. Hasil pengamatan terhadap daftar calon bermanfaat untuk menentukan dan menjatuhkan pilihan kepada calon-calon wakil rakyat. IKUTI mengandung pengertian bahwa pemilih harus senantiasa mengawal kebijakan anggota legislatif yang didukungnya. Langkah ini perlu agar kepercayaan yang diberikan tidak disalahgunakan. Dengan mengikuti segala tindakan orang yang dipilih, maka akan dapat mengetahui sejauh mana perjuangan wakil tersebut terhadap aspirasi rakyat yang memilihnya. Terakhir, TAGIH janji-janji yang telah disampaikan. Hal ini untuk mendorong wakil yang dipilih untuk menjalankan agenda dan janji yang telah diucapkan ketika kampanye (Safrudin, par. 10-13).

Berdasarkan fakta-fakta dan fenomena politik yang ada, maka rakyat khususnya pemilih pemula yang belum pernah mengikuti Pemilihan Umum sebelumnya perlu disadarkan bahwa pemilih pemula adalah golongan yang terpelajar dan telah dianggap memiliki tanggung jawab untuk memberikan suaranya secara cerdas dalam Pemilihan Umum serta mendorong pemilih pemula untuk menentukan calon pemimpin dengan cerdas. Hal tersebut diharapkan dapat menghindarkan publik dari kecurangan-kecurangan politik, sebelum nantinya calon pemimpin tersebut mengemban tugas sebagai pemimpin. Oleh sebab itu masyarakat, khususnya para pemilih pemula harus cerdas dalam memberikan suaranya pada Pemilihan Umum sehingga pemimpin yang terpilih adalah pemimpin yang memiliki kualitas dan karakter yang dibutuhkan oleh rakyat.

Sejauh ini belum ada Iklan Layanan Masyarakat yang secara khusus bertujuan untuk menyadarkan pemilih pemula agar cerdas memberikan suaranya pada pemilihan calon pemimpin rakyat, oleh sebab itu untuk menghindari terjadinya kecurangan-kecurangan dengan fenomena-fenomena yang telah terjadi, pemilih pemula harus dihimbau untuk bersikap cerdas dalam memilih calon pemimpin melalui Iklan Layanan Masyarakat.

1.2. Rumusan Masalah

- Bagaimana merancang iklan layanan masyarakat tentang memilih cerdas dalam rangka memilih pemimpin yang berkualitas dengan media yang efektif?

1.3. Tujuan Perancangan

- Merancang iklan layanan masyarakat tentang memilih cerdas dalam rangka memilih pemimpin yang berkualitas dengan media yang efektif.

1.4. Batasan Lingkup Perancangan

- Masalah yang diteliti adalah faktor apa yang menjadi dasar keputusan pemilih pemula memilih calon pemimpin dan fenomena politik yang terjadi menjelang pemilihan umum.
- Lokasi penelitian di wilayah Surabaya. Surabaya dipilih sebagai lokasi penelitian karena Surabaya merupakan salah satu kota yang akan melakukan Pemilihan Kepala Daerah (gubernur) pada tahun 2013 ini. Momentum Pilkada Surabaya adalah yang paling dekat dengan karya Tugas Akhir sehingga akan menjadi karya yang aplikatif. Secara substansi, Pemilihan Kepala Daerah, Pemilihan Umum Wakil Rakyat, dan Pemilihan Presiden memiliki proses yang sama yaitu melahirkan pemimpin yang dipercaya. Sehingga Tugas Akhir ini dapat mencakup berbagai jenis pemilihan umum. Selain itu, Surabaya dipilih juga karena representasi dari salah satu kota besar di Indonesia.
- Target perancangan : 17 – 21 tahun. Umur 17 hingga 21 tahun adalah *range* umur para pemilih pemula.

1.5. Manfaat Perancangan

1.5.1. Bagi Mahasiswa

Mengembangkan kemampuan mahasiswa desain komunikasi visual dalam menganalisa dan mengemukakan konsep berpikir kreatif untuk membuat iklan layanan masyarakat tentang memilih cerdas dalam rangka memilih pemimpin yang berkualitas melalui media dan perancangan yang inovatif dan komunikatif.

1.5.2. Bagi Organisasi Terkait

Menjadi kegiatan pendukung bagi organisasi terkait yang bermanfaat tentang memilih cerdas dalam rangka memilih pemimpin yang berkualitas.

1.5.3. Bagi masyarakat

Menyadarkan masyarakat tentang potensi diri yang mampu untuk memilih cerdas sehingga pada saat Pemilihan Umum dapat menjatuhkan pilihannya pada pemimpin yang dibutuhkan.

1.6. Definisi Operasional

Iklan Layanan Masyarakat adalah (bahasa Inggris: *Public Service Announcement* atau disingkat *PSA*) adalah iklan yang menyajikan pesan-pesan sosial yang bertujuan untuk membangkitkan kepedulian masyarakat terhadap sejumlah masalah yang harus mereka hadapi, yakni kondisi yang bisa mengancam keselarasan dan kehidupan umum. Iklan Layanan Masyarakat adalah salah satu upaya untuk mempersuasi masyarakat dengan cara mengajak dan menghimbau mereka untuk mengerti, menyadari, turut memikirkan, serta menempatkan posisinya agar tidak larut dan terjerumus dengan permasalahan.

Menurut *Kamus Besar Bahasa Indonesia Online*, cerdas berarti sempurna perkembangan akal budinya (untuk berpikir, mengerti, dsb); tajam pikiran.

Menurut Kartini Kartono (181) pemimpin adalah seorang pribadi yang memiliki kecakapan dan kelebihan, khususnya kecakapan/ kelebihan di satu bidang sehingga dia mampu mempengaruhi orang-orang lain untuk bersama-sama melakukan aktivitas-aktivitas tertentu demi pencapaian satu atau beberapa tujuan. (“Kepemimpinan”, par. 4)

Menurut *Kamus Besar Bahasa Indonesia Online*, kualitas berarti (1) tingkat baik buruknya sesuatu; kadar. (2) derajat atau taraf (kepandaian, kecakapan, dsb); mutu.

1.7. Metode Perancangan

1.7.1. Metode Pengumpulan Data

1.7.1.1. Data Primer

- Wawancara

Menurut Kartono, wawancara adalah suatu proses tanya jawab lisan, dimana dua orang atau lebih berhadap-hadapan secara fisik dengan

tujuan untuk mendapatkan keterangan lebih lanjut (“Pengertian”, par. 1). Wawancara akan dilakukan kepada Badan Pengawas Pemilu propinsi Jawa Timur karena memerlukan data yang valid terkait Pemilihan Umum dan masyarakat pemilih pemula sebagai target primer Iklan Layanan Masyarakat.

1.7.1.2. Data Sekunder

- **Kepustakaan**

Data yang diperoleh dari buku atau media cetak koran yang berhubungan dengan objek yang dirancang. Kepustakaan yang membahas tentang pemilihan pemimpin.

- **Internet**

Data yang diperoleh melalui *website* untuk mendapatkan informasi tentang segala hal yang berkaitan dengan pembuatan tugas akhir dan fenomena yang terjadi di publik tentang Pemilihan Umum.

1.7.2. Instrumen/ Alat Pengumpulan Data

Alat perekam, komputer

1.8. Metode Analisa Data

- **Metode Deskriptif Kualitatif**

Menurut Miles and Huberman (1994) metode kualitatif berusaha mengungkap berbagai keunikan yang terdapat dalam individu, kelompok, masyarakat, dan/atau organisasi dalam kehidupan sehari-hari secara menyeluruh, rinci, dalam, dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah (Indrayanti, par. 3). Metode analisa data menggunakan pendekatan kualitatif karena yang dianalisa merupakan suatu gejala yang tidak bersifat matematis. Metode ini bersifat deskriptif dimana peneliti meneliti perilaku dan keadaan untuk membuat suatu deskripsi berdasarkan fenomena yang diteliti. Dalam hal ini yang dianalisa adalah femonema politik yang terjadi sebelum Pemilihan Umum serta analisa target primer dari Iklan Layanan Masyarakat yang akan dibuat yaitu pemilih pemula.

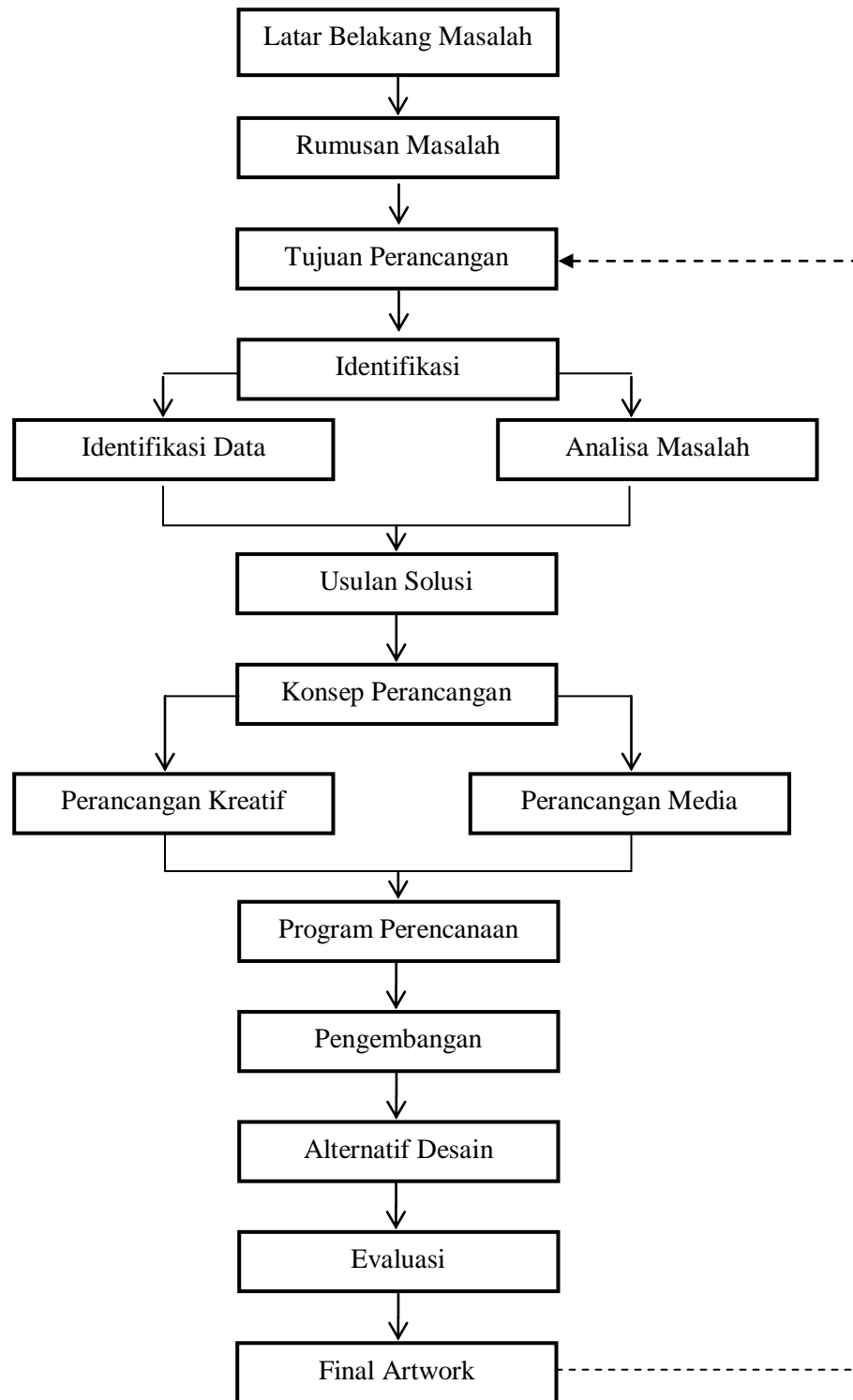
- Metode 5W + 1H

Analisis akar masalah akan menggunakan metode 5W + 1H (*What, Who, Where, When, Why, dan How*). *What*, untuk menunjukkan masalah apa yang membuat topik ini layak diangkat sebagai perancangan. *Who*, untuk menunjukkan *target audience* perancangan. *When*, untuk menunjukkan sejak kapan permasalahan tersebut muncul. *Why*, untuk menunjukkan factor penyebab permasalahan yang muncul. *How*, untuk menunjukkan cara pemecahan masalah.

1.9. Konsep Perancangan

Merancang sebuah Iklan Layanan Masyarakat yang kreatif dan persuatif sehingga dapat menarik perhatian *target audience* serta membuat *target audience* sebagai kalangan yang cerdas untuk mau berpartisipasi dalam Pemilu dan menentukan kriteria pemimpin terlebih dahulu sebelum memberikan suaranya pada saat Pemilu. Media yang dipilih akan berdasarkan karakteristik dari *target audience* itu sendiri.

1.10. Skematika Perancangan



Gambar 1.1. Skema Perancangan