

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Tahun 2019 merupakan pemilu (pemilihan umum) pertama yang dilaksanakan serentak yaitu pemilu calon legislatif dan pemilu calon presiden. Pemilu pertama pada tahun 1955 (Pratama, 2018) hingga pemilu tahun 2014 dilaksanakan secara terpisah, sehingga pada tanggal 17 April 2019 masyarakat dituntut untuk dapat memilih calon anggota legislatif (diantaranya anggota DPR, DPRD provinsi, DPRD kabupaten/kota, dan DPD) sekaligus memilih calon presiden secara langsung. Calon legislatif dan presiden yang terdaftar mulai menunjukkan citra dirinya terhadap publik sejak tanggal 23 September 2018 sesuai jadwal yang dikeluarkan oleh KPU atau komisi pemilihan umum (Komisi Pemilihan Umum, 2018).

Citra diri yang ditunjukkan calon legislatif dan calon presiden penting untuk diperhatikan agar mendapatkan perhatian masyarakat melalui kegiatan kampanye. Kampanye yang dilakukan pun harus dapat mempresentasikan tujuan, program, visi dan misi. Parpol (partai politik) yang terdaftar dalam pemilu 2019 sejumlah 20 parpol, sehingga dalam penyebaran informasi mengenai calon legislatif maupun calon semakin ramai dipromosikan melalui media informasi yang dapat diakses masyarakat.

Media informasi merupakan hal penting dan dibutuhkan oleh masyarakat. Selain menghantarkan sebuah informasi, media informasi dapat menjadi salah

satu sarana dalam pengambilan keputusan. Bentuk komunikasi juga dapat dipresentasikan melalui media informasi. Peran media informasi sebagai sarana komunikasi sangat penting dalam kegiatan pemilu 2019. Komunikasi dapat dilakukan calon legislatif dan calon presiden melalui media informasi. Walaupun bentuk komunikasi tersebut satu arah, namun informasi dapat dipresentasikan calon calon legislatif dan calon presiden kepada masyarakat. Bentuk media informasi dalam kampanye yang digunakan berupa media cetak, media elektronik, media dalam jaringan, media sosial, dan lembaga penyiaran (Peraturan Komisi Pemilihan Umum No. 23 tahun 2018: 8).

Adapun bentuk lain media informasi dalam kampanye berupa alat peraga kampanye (selanjutnya disebut sebagai APK) yang dapat dipasang di tempat umum sesuai Peraturan Komisi Pemilihan Umum No. 23 tahun 2018 dalam pasal 23. Media tersebut berupa baliho, *billboard* yang banyak ditemui di sekitar masyarakat. Strategi lama dalam penggunaan APK tersebut masih bertahan dan menjadi media utama dalam menunjang kampanye peserta pemilu 2019 disamping perkembangan media informasi seperti maraknya penggunaan internet. Penggunaan APK yang dibuat secara pribadi oleh tim pelaksana kampanye dari calon legislatif maupun calon presiden pun telah mewarnai tempat-tempat umum yang mudah dilihat serta mudah ditemukan oleh masyarakat. Sehingga bentuk media informasi berupa APK menjadi fokus dalam penelitian ini.

Iklan atau promosi yang disajikan kampanye pemilu 2019 tersebut menjadi bentuk informasi penting bagi masyarakat awam yang belum mengetahui atau mengenal calon legislatif maupun calon presiden. Terlebih bagi seorang

pemilih pemula dalam pemilu yaitu remaja yang menjadikan pemilu 2019 ini sebagai pengalaman pertama mereka. Remaja pada rentang usia 17-21 tahun merupakan pemilih pemula dalam pemilu 2019. Sehingga remaja ikut terlibat dalam pemanfaatan APK pemilu 2019. Di samping perkembangan teknologi informasi yang memudahkan remaja dalam memperoleh informasi, penggunaan APK seperti baliho, *billboard* dan spanduk masih dapat menjadi sumber penting untuk pertimbangan maupun pengambilan keputusan dalam pemilihan calon legislatif dan calon presiden 2019 karena media tersebut dekat dan mudah diakses oleh remaja pula.

Kampanye menggunakan APK seperti baliho, *billboard* dan spanduk dilakukan secara menyeluruh di seluruh Indonesia. Pemilu serentak yang dilaksanakan 17 April 2019 memiliki antusias di setiap daerah. Semarang salah satu kota yang besar di Jawa Tengah menjadi kota yang diramaikan dengan APK tersebut. Baliho, *billboard* dan spanduk memenuhi bahu jalan di jalan-jalan kota Semarang seperti Jalan Pemuda, Jalan Dr. Cipto dan Jalan Setiabudi.

Banyaknya APK yang digunakan peserta pemilu (calon legislatif dan calon presiden) yang tersebar di bahu jalan di kota Semarang menjadi petunjuk remaja untuk memperoleh informasi calon legislatif dan calon presiden. Kesadaran yang ditimbulkan akan hadirnya informasi tersebut terhadap remaja merupakan bentuk pengalaman informasi. Seperti apa yang diungkapkan Hughes dalam Bruce et.al. (2014:12) pengalaman informasi mencakup hubungan sadar atau tidak sadar seseorang dengan informasi dalam segala bentuknya yang

beragam. Sehingga apa yang dialami remaja dengan adanya informasi tersebut menjadikan bentuk pembelajaran dan menjadi suatu pengalaman baginya.

Kajian pengalaman informasi hadir untuk melihat interaksi seseorang dengan informasi yang ditemuinya. Sedangkan secara luas pengalaman informasi dapat dianggap sebagai interaksi seseorang dengan informasi, sifat interaksi informasi dan bagaimana mereka berhubungan dengan informasi saat mereka menjalani kehidupan dan pekerjaan sehari-hari (Bruce, et al., 2014: 317). Sehingga dalam melihat kemampuan seseorang dalam memaknai informasi dapat dieksplorasi melalui pengalaman informasi untuk menunjang kehidupan maupun fenomena di sekitarnya. Pengalaman informasi dalam penggunaan APK pemilu 2019 yang berupa baliho, *billboard* dan spanduk oleh remaja dapat melihat bagaimana remaja dalam memaknai informasi dalam APK. Pengalaman informasi remaja pun dapat memperlihatkan bagaimana kebermanfaatan APK dalam menunjang kehidupan remaja dalam menghadapi fenomena pemilu 2019. Kemampuan informasi yang dialami remaja dapat dieksplorasi dari pengalamannya berinteraksi dengan informasi dalam APK pemilu 2019.

Interaksi informasi yang dialami remaja dengan APK Pemilu 2019 dapat menunjang fenomena pemilu 2019. Pengalaman dari interaksi informasi remaja dapat mendukung kelancaran kegiatan pemilu 2019. Sebagai calon pemilih, remaja dapat menggunakan informasi tersebut untuk berpartisipasi dalam kegiatan pemilu 2019. Namun, belum diketahui apakah pengalaman informasi yang dialami remaja sesuai dengan sasaran dan tujuan pelaksana kampanye yang salah satunya adalah mempengaruhi pengguna informasi dalam hal ini adalah remaja

untuk ikut berpartisipasi dalam pemilu 2019 dan dapat memilih salah satu calon legislatif sesuai dengan jenisnya dan memilih salah satu calon presiden. Berdasarkan permasalahan tersebut peneliti mencoba melakukan penelitian dengan judul “Pengalaman Informasi Remaja terhadap Alat Peraga Kampanye Pemilu 2019 di Kota Semarang”

1.2 Rumusan Masalah

Penggunaan media informasi seperti APK masih menjadi media utama dalam kampanye pemilu 2019. Baliho, *billboard* dan spanduk yang dipasang di bahu jalan meliputi informasi calon legislatif dan calon presiden. Remaja di Kota Semarang sebagai pemilih pemula pada pemilu 2019 dalam melihat informasi tersebut akan mengalami pengalaman informasi yang dapat berimbas dalam beberapa faktor, seperti pengambilan keputusan untuk memilih salah satu calon di setiap jenisnya, ketepatan penggunaan media informasi dalam kampanye pemilu 2019, dan lainnya. Sehingga rumusan penelitian yang diajukan dalam penelitian ini adalah bagaimana pengalaman informasi remaja terhadap alat peraga kampanye (APK) pemilu 2019 di Kota Semarang?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dalam melakukan penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi pengalaman informasi para remaja dalam mengakses alat peraga kampanye (APK) pemilu 2019 di Kota Semarang.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat teoritis dalam penelitian ini diharapkan dapat menambah khazanah kajian teoritis dalam bidang ilmu perpustakaan tentang ilmu informasi khususnya tema *information experience* (pengalaman informasi) yang mana interaksi seseorang dengan informasi dapat dieksplorasi melalui pengalaman yang dialaminya. Selain itu penelitian ini diharapkan dapat menjadi suatu referensi dalam penelitian selanjutnya mengenai pengalaman informasi baik dalam bentuk fenomena serupa maupun fenomena lain untuk mengulik pengalaman baru seseorang maupun anggota kelompok dalam interaksinya dengan informasi.

Sedangkan manfaat praktis dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan suatu kontribusi evaluasi oleh KPU mengenai media informasi APK pada pemilu. Selain itu dapat memberikan pertimbangan mengenai bagaimana strategi atau penyajian informasi yang lebih memberi kebermanfaatan dan kesadaran masyarakat dalam mendukung kegiatan pemilu khususnya dalam sudut pandang remaja.

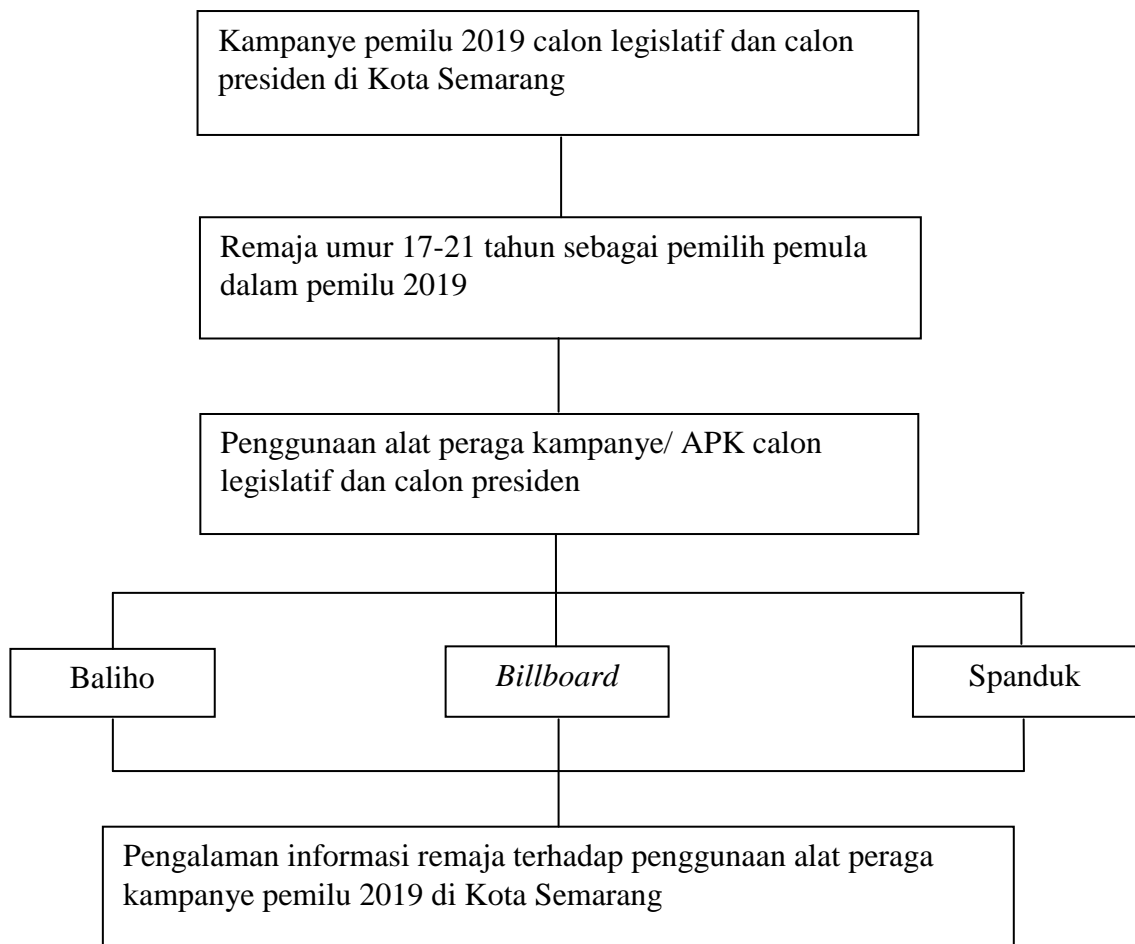
1.5 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kota Semarang pada beberapa tempat seperti bahu jalan di Jalan Pemuda, Jalan Dr. Cipto dan Jalan Setiabudi Kota Semarang. Sedangkan waktu yang dibutuhkan selama penelitian adalah 8 bulan.

1.6 Kerangka Pikir

Seperti latar belakang yang telah dijabarkan bahwa fenomena pemilu 2019 merupakan pemilu pertama yang dilaksanakan serempak yaitu pemilihan calon legislatif dan calon presiden. Pelaksanaan kampanye pemilu 2019 telah dijadwalkan mulai tanggal 23 September 2018 oleh KPU. Penggunaan APK yaitu baliho, *billboard* dan spanduk menjadi strategi bertahan dalam melaksanakan kampanye pemilu 2019. APK tersebut banyak terpasang di sepanjang bahu jalan di Kota Semarang. Remaja pada rentang usia 17-21 tahun merupakan pemilih pemula dalam pemilu 2019. Informasi dalam APK merupakan bentuk informasi pendukung bagi remaja untuk berpartisipasi dalam pemilu 2019. Namun, dalam penggunaan APK sebagai bentuk strategi kampanye yang paling sering digunakan masih belum menjadi kesadaran signifikan terhadap calon pemilih khususnya bagi remaja. Sehingga dalam penelitian ini akan mengkaji pengalaman informasi remaja di Kota Semarang mengenai APK dalam kampanye 2019. Berikut kerangka pikir dalam penelitian ini:

Bagan 1.1 Kerangka Pikir



1.7 Batasan Istilah

Penelitian ini menggunakan beberapa istilah, untuk menjaga konteks penelitian adapun batasan istilah yang digunakan. Istilah yang dimaksud diantaranya adalah:

1. Pengalaman Informasi dalam penelitian ini merupakan segala bentuk pengalaman yang dialami seseorang khususnya remaja dalam interaksinya dengan informasi.

2. Alat Peraga Kampanye (APK) merupakan bentuk media informasi yang digunakan dalam kampanye yang setidaknya memuat informasi visi, misi, serta program calon legislatif maupun calon presiden.
3. Kampanye pemilu 2019 merupakan kegiatan peserta pemilu (calon legislatif dan calon presiden) dalam menyebarluaskan citra atau informasi mengenai dirinya agar menjadi bahan pertimbangan masyarakat untuk memilih peserta pemilu tersebut.
4. Remaja merupakan masyarakat pada rentang usia 17-21 tahun sebagai pemilih pemula dalam pemilu 2019 yang berinteraksi dengan informasi pada APK pemilu 2019.